



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Centro de Estudios de Postgrado

Análisis de las repercusiones socioeconómicas del festival Etnosur

Alumno/a: Domínguez Fernández, Guillermo

Tutor/a: Prof. D. Juan Ignacio Pulido Fernández
Dpto: Economía

Octubre, 2019

Abstract

El reciente auge de la industria de los festivales musicales la convierte en un interesante tema de estudio. Los festivales tienen repercusiones en las localidades donde se realizan. Estas repercusiones, o impactos, pueden ser tanto económicos como sociales. La hipótesis de este trabajo es que los impactos socioeconómicos que genera el festival Etnosur, celebrado en Alcalá la Real (Jaén), son positivos para la localidad. Para comprobar la hipótesis se han realizado encuestas, por un lado a los asistentes al festival y, por otro, a los vecinos del pueblo. Las encuestas dirigidas a los asistentes permiten formar un perfil general de los asistentes al festival y estimar el gasto medio. Las encuestas dirigidas a los vecinos muestran el grado de aceptación del festival.

Los resultados del trabajo validan la hipótesis, mostrando que los asistentes generan un impacto económico moderado, pero positivo, y que el festival cuenta con el apoyo de la población local.

Palabras clave: Turismo de festivales, estudio de impactos, impactos socioeconómicos.

The recent growth in the music festival industry makes it an interesting subject for study. Festivals have repercussions in the locations where they are held. These repercussions, or impacts, can be both economic and social. The hypothesis of this work is that the socioeconomic impacts generated by the Etnosur festival, held in Alcalá la Real (Jaén), are positive for the town. To test the hypothesis, surveys have been carried out, on the one hand, to festival attendants and, on the other hand, to the residents of the town. Surveys aimed at the attendees allow to form a general profile of the festival attendees and estimate the average expenditure. The surveys directed to the neighbors show the degree of acceptance the festival has.

The results of the investigation validate the hypothesis, showing that the attendees generate a moderate, but positive economic impact, and that the festival has the support of the local population.

Key Words: Festival tourism, impacts study, socioeconomic impacts.

ÍNDICE

Capítulo I – Introducción	5
1.1.- Justificación y oportunidad de este trabajo	5
1.2.- Carencias en la literatura (justificación de aportaciones de la investigación)	6
1.3.- Planteamiento del problema.....	9
1.4.- Hipótesis y Objetivos.....	10
1.5.- Planteamiento metodológico	10
1.6.- Estructura de la investigación	11
Capítulo II – Marco teórico	15
Capítulo III – Marco metodológico.....	21
3.1- Diseño de las encuestas.....	21
3.2 - Realización de las encuestas	24
Capítulo IV - Análisis de datos y discusión	26
4.1.- Análisis de los visitantes a Etnosur	27
4.2.- Encuestas a los vecinos de Alcalá la Real.....	34
Capítulo V – Conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación	41
5.1.- Conclusiones.....	41
5.1.- Limitaciones.....	43
5.2.- Futuras líneas de investigación.....	44
Bibliografía.....	45
ANEXOS	48

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 1: Planteamiento metodológico.....	11
--	----

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: Ficha técnica encuestas a asistentes.....	23
CUADRO 2: Ficha técnica encuestas a vecinos.....	24
CUADRO 3: Sexo de los asistentes.....	27
CUADRO 4: Edad de los asistentes.....	27
CUADRO 5: Procedencia de la estancia.....	28
CUADRO 6: Duración de la estancia.....	29
CUADRO 7: Alojamiento de los asistentes.....	30
CUADRO 8: Vía de conocimiento del festival.....	31
CUADRO 9: Gasto diario alojamiento.....	31
CUADRO 10: Gasto diario comida/bebida.....	32
CUADRO 11: Gasto diario suvenires.....	33
CUADRO 12: Edad encuesta habitantes. Rango edad: 18 - 30.....	36
CUADRO 13: Edad encuesta habitantes. Rango edad: 31 - 50.....	37
CUADRO 14: Edad encuesta habitantes. Rango edad: +51.....	38

ÍNDICE DE GRÁFICO:

GRÁFICO 1: Gráfico de porcentaje de gasto.....	34
---	----

Capítulo I – Introducción

1.1 - Justificación y oportunidad de este trabajo

El ocio es cada vez más importante en nuestra sociedad, y se aspira a obtener una satisfacción cada vez mayor, quedando el descanso del trabajo como algo dado por hecho. Herrero (2004) habla sobre la “Civilización del Ocio”, y como este “ha pasado a ocupar un lugar central en la jerarquía de valores de la sociedad contemporánea”. Herrero (2004:2). Por un lado, aquellos que están de vacaciones exigen una experiencia más completa y satisfactoria. Por otro lado, el sector terciario es cada vez mayor y ocupa un mayor porcentaje del mercado laboral. El turismo es una evidente muestra del crecimiento de la industria del ocio. Tras los inicios más reservados para las élites y la aristocracia, actualmente la oferta turística es abrumadora y existen numerosos nichos de mercado para perfiles muy diferentes.

Desde hace varios años una de las actividades de ocio más comunes entre jóvenes y no tan jóvenes, especialmente en verano, consiste en acudir a un festival de música. Los festivales son eventos complejos que al generar pernoctaciones y consumo en el destino, pueden considerarse una tipología de turismo enmarcada dentro del turismo cultural.

Los festivales están viviendo una época dorada con muchas personas eligiéndolos como plan vacacional. Sólo en el mes de julio, en España se celebrarán más de cincuenta festivales a lo largo de la geografía nacional. Aquellos más conocidos no paran de crecer, mientras que cada año surgen otros nuevos como el MadCool en Madrid o el BlackStereo en Vigo, inaugurado este mismo año. En este contexto, parece relevante investigar la repercusión de estos eventos en las localidades que resultan elegidas para albergarlos.

Jaén no se ha quedado atrás en esta tendencia y desde hace varios años cuenta con el macroevento “Jaén en julio”. Se trata de una iniciativa de la Diputación de Jaén que coordina cinco festivales que tienen lugar en el mes de julio en diferentes localidades de la provincia. Estos cinco festivales son: Cazorla Blues, ImaginaFunk, Etnosur, Vertigo Estival y Un mar de Canciones, que se localizan en las poblaciones de Cazorla, Torres, Alcalá la Real, Martos y Torreperogil respectivamente.

Este trabajo de investigación se va a centrar en el festival multidisciplinar y de música étnica y del mundo Etnosur que es, junto al Cazorla Blues, uno de los festivales más conocidos e importantes de estos cinco albergados en la iniciativa “Jaén en julio”.

Etnosur es un festival particular, con algunas características que no comparten gran parte de los otros festivales. En primer lugar, aunque la música tiene un papel central con conciertos todas las noches y sesiones de DJ a lo largo del día, también ofrece una importante cantidad de actividades como talleres, circos, exposiciones, proyecciones, cuentacuentos, etc. Se trata, por tanto, de un evento multidisciplinar que puede atraer a perfiles muy diferentes al mismo festival.

En segundo lugar, es un festival gratuito. Únicamente es necesario pagar por el alojamiento y los alimentos/bebidas que se consuman. Por último, tiene un enfoque muy centrado en la concienciación sobre temas medioambientales y sociales. Por ejemplo, algunas de las actividades de esta edición de 2019 son “Reciclorquesta” o “Eco-juegos”.

El incremento del sector de los festivales y la inversión que realiza la Diputación en este evento legitiman la investigación para obtener más información sobre las consecuencias, tanto positivas como negativas, en las localidades que ejercen de anfitrionas. Etnosur se trata de un festival más humilde en tamaño y aspiraciones que los grandes nombres del sector como pueden ser Primavera Sound, Benicassim, BBK o MadCool. Sin embargo, parece justo e importante analizar igualmente los efectos de estos festivales de ámbito más provincial/regional.

El área de investigación se centraría especialmente en la económica, aunque también habrá aspectos de sociología, pues se pretende indagar sobre la percepción de la población ante la celebración del festival en su localidad.

1.2 - Carencias en la literatura

Existe una amplia bibliografía, tanto en español como en inglés, sobre el turismo de festivales. Parte de los trabajos se centran en el efecto de estos en localidades

determinadas. Como ejemplo, la investigación de Pérez Platero (2016) analiza repercusiones económicas y culturales de los festivales de la Comunidad Valenciana, Debattista (2018) analiza el festival de Jazz de Malta, o la investigación de Trejo (2017) sobre el festival de cultura popular Guitarvera. Todos estos trabajos de investigación analizan, mediante encuestas y entrevistas, las repercusiones económicas o sociales que estos eventos generan en las localidades que las acogen.

Algunos investigadores deciden centrarse en una tipología concreta a la que dedican varios trabajos de investigación. Este es el caso de Devesa Fernández, que en sus artículos de investigación analiza repercusiones de eventos parecidos, como la Semana Internacional de Cine de Valladolid (Devesa, 2006), o su análisis sobre la demanda de un festival cultural (Devesa 2009).

Otras investigaciones se centran en diferentes aspectos, más allá de los efectos producidos en la localidad anfitriona. Arizón, Garcés y Sangrá (2012) analizan el perfil del turista de festivales. En su investigación, dividen a este tipo de turista en tres grupos (menores de 25, entre 25 y 46 años y entre 46 y 65), teniendo cada uno características diferentes en relación al gasto y a la duración de la estancia. Por su parte, Chierichetti (2012) se centra en la promoción de los festivales, en concreto a través de Facebook y las redes sociales, descubriendo que el uso de éstas en la promoción amplifica y cimenta la experiencia, además de fidelizar a los usuarios. Gibson y Connell (2016) estudian el desarrollo regional que provocan los festivales musicales en Australia. También es interesante la investigación de Duarte, Folgado-Fernández y Hernández-Mogollón (2018) sobre el impacto de los festivales musicales en la imagen del destino, en concreto el caso del festival Womad de Cáceres.

Un aspecto que se considera muy importante a la hora de analizar el impacto de los festivales es la percepción de los habitantes. Estos no deben sentirse abandonados o como un mero paisaje para los visitantes. En su análisis sobre las fiestas en Cataluña, Richards (2013) señala que hay dos premisas criticables en la proliferación de los festivales: el aumento de la mercantilización y la creciente importancia del mercado y lo global sobre lo local. Pone como ejemplo de esto las quejas de muchos residentes durante las celebraciones de la Festa Major de Gràcia. Este fenómeno es más común en las ciudades grandes o que reciben un gran número de turistas. Los residentes acusan el

desgaste del constante flujo de turistas y se vuelven más irritables. Por suerte, este fenómeno no sucede en Etnosur. Pues, aunque cuenta con la impresionante fortaleza de la Mota, un castillo de época Nazarí, entre otras atracciones, no es un destino turístico importante. Los habitantes saben que durante un fin de semana el pueblo estará atestado. En consecuencia, la población se divide entre viajar o aprovechar el evento para hacer negocio.

En esta línea de análisis de los impactos del festival, Gursoy et al. (2004) hablan sobre cuatro dimensiones importantes a tener en cuenta en un evento: cohesión comunitaria, beneficios económicos, incentivos sociales y costes sociales. La cohesión hace referencia a lo que se ha comentado en el párrafo anterior, sobre la necesidad de incluir a la población en el evento y procurar que no haya sectores opuestos a la celebración del mismo. Beneficios económicos no es necesario explicarlo y los incentivos y costes sociales son las beneficios o pérdidas/molestias que los autóctonos obtienen del festival. En el aspecto positivo, puede haber aspectos como el mejor posicionamiento de la marca de la ciudad, la mejora de las infraestructuras o el aumento de actividades culturales. En el lado negativo está la contaminación acústica o de residuos, el intenso aumento de población o la posibilidad de que el evento genere un turismo no deseado, por ejemplo centrado en el consumo de alcohol.

Etnosur tiene la ventaja de ser un festival híbrido, a medio camino entre un festival musical corriente y un festival cultural. Richards y Wilson (2007) destacan los beneficios y oportunidades de aplicar la creatividad al desarrollo turístico. La creatividad provoca distinción, y esto aumenta la intensidad de la experiencia. A lo largo de sus veintidós ediciones, el festival ha arriesgado con una propuesta alejada de la oferta generalista y creando un seña de identidad propia.

Otro enfoque al análisis de turismo de festivales, concretamente musicales, lo aporta Prat Forga (2013), estudiando la estructura relacional de las organizaciones colaboradoras con los festivales de música. Utilizando el programa Ucinet 6, compara las relaciones de empresas privadas y organizaciones públicas entre distintos festivales de diferente importancia. En las conclusiones, indica que las empresas privadas pretenden mejorar su imagen y promocionarse. Por otro lado, las instituciones públicas se involucran a nivel local o regional si el festival es menos consolidado, y a nivel

estatal (por ejemplo, el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte) con los festivales más importantes del país. En la misma línea de investigación, el artículo de Paiola et al. (2013) también analiza las redes sociales, pero esta vez centrándose en ciudades pequeñas.

Como se puede observar, hay bastante bibliografía sobre el tema, con investigaciones que se centran en diferentes aspectos. Con este trabajo se pretende aumentar esta colección con un estudio de las repercusiones socioeconómicas de Etnosur, obviamente con el énfasis en esta edición, aunque la opinión positiva o negativa de la población ante el evento sí estará relacionada por la trayectoria del festival.

1.3 - Planteamiento del problema

Tras la revisión de la literatura existente sobre el objeto de la investigación, en el que se puede observar claramente que esta tipología de turismo está en aumento, el siguiente paso consiste en el planteamiento del problema en cuestión.

Se considera relevante la investigación que se pretende realizar para conocer las repercusiones socioeconómicas de los festivales en las ciudades anfitrionas. Aunque la investigación no es particularmente novedosa, cada destino y festival son diferentes y merecen ser analizados. Además, a nivel local, la investigación puede resultar muy interesante para la población y los organizadores del festival. A pesar de que Etnosur existe desde 1997, en ningún momento se ha planteado una investigación como la que pretende realizar este trabajo. Gracias a trabajos como éste, se puede mejorar la gestión de estos eventos, así como promoverlos gracias al apoyo que generan las repercusiones económicas positivas. De igual modo, se pueden tomar medidas correctoras en los aspectos negativos que se detecten.

Etnosur es un festival bastante extravagante en sus actividades y participantes. Pocos festivales tienen esa atmosfera amistosa y “hippie” de Etnosur. Esta característica puede generar escepticismo ante las bondades económicas que el festival puede generar. Asimismo, el perfil de los visitantes, entre los cuales es bastante habitual encontrar rastas, tatuajes o ropa de estilo “hippie”, también puede provocar rechazo especialmente entre la población de mayor edad. Esta investigación es la oportunidad perfecta para

derribar estos prejuicios y demostrar que el festival es beneficioso para Alcalá la Real.

1.4 - Hipótesis y Objetivos

La hipótesis que se plantea en el trabajo sigue la estela de otras investigaciones parecidas sobre los festivales y su impacto socio-económico en las localidades donde tienen lugar. En concreto, la hipótesis de este trabajo es que el festival Etnosur provoca un impacto económico positivo en la población de Alcalá la Real. Por otro lado, a nivel social, la hipótesis es que el festival es recibido favorablemente por los habitantes del Alcalá la Real.

Objetivo general y específicos

El objetivo general consiste en analizar los impactos socio-económicos del festival Etnosur en Alcalá la Real. Se pretende aportar un mayor conocimiento sobre las consecuencias de los festivales musicales con un estudio en el que se investigue las repercusiones sobre la economía y la vida de Etnosur en los habitantes del municipio.

Los objetivos específicos de la investigación son:

- Revisar la bibliografía disponible para obtener un marco teórico que sirva de base para la investigación.
- Analizar el impacto económico del festival en Alcalá la Real. Esto se realizará con una encuesta a pie de calle a los visitantes del festival, obteniendo sus expectativas de gasto.
- Analizar la percepción de la población local sobre el festival. Igualmente, parte de las encuestas se realizarán a los habitantes de Alcalá la Real. Así, se podrá observar el nivel de aceptación del festival en el municipio.

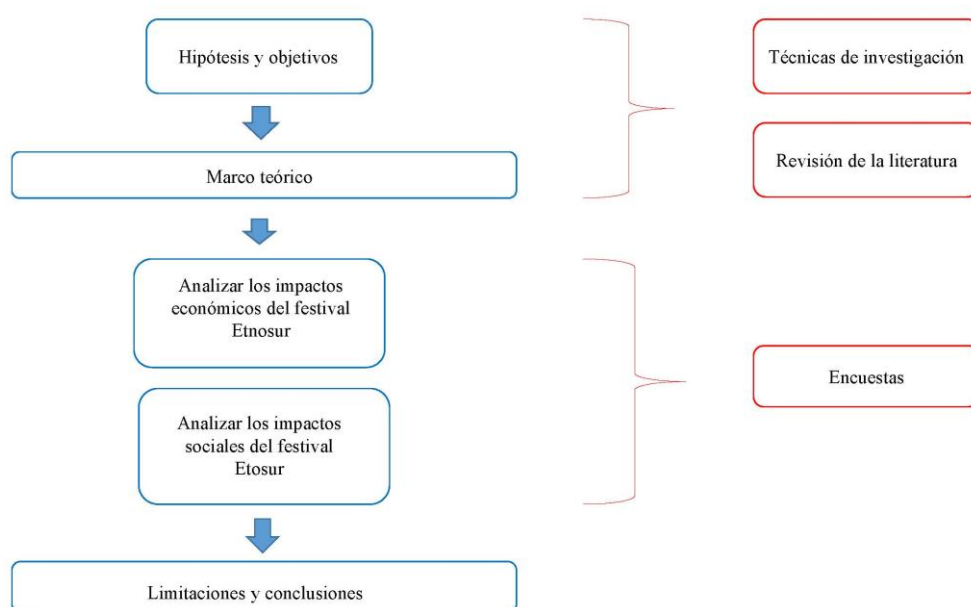
1.5 - Planteamiento metodológico

El objetivo de la investigación es evaluar el impacto económico y social del festival Etnosur, que se celebra en el municipio de Alcalá la Real. La metodología elegida para

desarrollar el objetivo es el uso de encuestas.

Las encuestas estarán enfocadas, por un lado, a los visitantes al festival y, por otro, a los habitantes de la población. Las encuestas a los visitantes servirán para estimar el impacto económico directo, viendo cuál es el gasto medio de los visitantes que acuden al festival. En el capítulo III se desarrollará de manera más extensa la metodología utilizada. En la figura uno se pueden observar rápidamente los pasos y técnicas utilizadas.

Figura 1: Planteamiento metodológico



Fuente: Elaboración propia.

1.6 - Estructura de la investigación

En este apartado se recoge la estructura de la investigación y los contenidos de cada capítulo de forma resumida, para que el lector pueda hacerse una idea de la estructura de toda la investigación.

El trabajo está compuesto por cinco capítulos. El primero, la introducción, sirve como

punto de partida y explica el planteamiento general de la investigación. Temas como la hipótesis, los objetivos generales y específicos o un esquema del planteamiento metodológico son los conceptos principales que se van a tratar. Es un capítulo introductorio que explica el porqué de la investigación.

El segundo capítulo está dedicado al marco teórico de la investigación. El marco teórico es fruto de una revisión de la literatura relacionada con el objeto de la investigación. A través de fuentes como Google Académico, Dialnet o las bibliotecas públicas, se ha construido un marco que agrupa las investigaciones publicadas en artículos, reportajes, trabajos académicos, etc. De esta forma, se obtiene una visión general de las investigaciones que se han realizado, y sirve como base sobre la que elaborar la hipótesis del estudio.

El tercer capítulo contiene el marco metodológico, que explica el proceso llevado a cabo para realizar la investigación. En este capítulo, se explicarán todos los pasos realizados desde que la hipótesis se plantea hasta que se realiza el trabajo de campo. Las técnicas de investigación seleccionadas, el diseño de los instrumentos de medición y la realización del trabajo de campo. Se trata de uno de los capítulos más importantes del trabajo, pues explica cómo se ha llevado a cabo la investigación.

Una vez obtenidos los datos, estos se exponen en el cuarto capítulo, denominado análisis de datos. En este capítulo se muestran los resultados de la investigación de manera objetiva. De este modo, el lector puede observar los datos fruto del trabajo de campo tal y como se registraron. Adicionalmente, el capítulo cuatro contiene también el apartado de discusión, en el que se interpretan los datos obtenidos y se proponen explicaciones para los resultados.

Por último, el quinto capítulo engloba las conclusiones del trabajo, junto con las limitaciones y las futuras líneas de investigación. En las conclusiones, se exponen los resultados finales de la investigación: si la hipótesis ha sido validada o refutada, si los objetivos se han cumplido y los conocimientos obtenidos. El apartado de limitaciones es un apartado fundamental del trabajo, en el que se detallan los errores o problemas encontrados durante el desarrollo de la investigación. La importancia de este apartado reside en su utilidad para futuros investigadores. Si el trabajo sirviera de referencia para

alguna publicación, el investigador estará advertido sobre los potenciales riesgos que debería evitar. El último apartado de este capítulo trata sobre las futuras líneas de investigación, en él se discuten aspectos sobre los que se podría continuar investigando, para completar las conclusiones, o como punto de partida para otros trabajos.

Al final del trabajo se encuentran la bibliografía y los anexos. Este es otro apartado de gran interés para futuros investigadores pues podrán consultar los modelos de los instrumentos utilizados y las referencias a trabajos del mismo sector.

Capítulo II – Marco teórico

La investigación del turismo de festivales es un campo del que existe abundante bibliografía. El aumento en la popularidad del turismo también ha afectado a los festivales, y las cifras de asistentes a festivales siguen aumentando cada año. Según datos de la APM¹ (Agencia de Promotores Musicales), en 2018 se superó el millón de asistentes contando únicamente a los participantes de los cinco festivales más concurridos de la geografía española (Arenal Sound, Rototom Sunsplash, Primavera Sound, ViñaRock y FIB). Es justificada la aparición del término “festivalización” que menciona Carreño Morales (2015) en su artículo “Festivales en España. Estrategias generales de gestión”. Este término ya fue mencionado en obras anteriores de importantes autores como Richards (2007) o Devesa, Báez, Figueroa y Herrero (2011). Prieto (2004) define la festivalización como “la proliferación asombrosa de espectáculos y certámenes culturales [...] entendido como estrategia de desarrollo económico e impulso territorial” Prieto (2004: 4).

Resulta evidente que la festivalización es un fenómeno real. Solo es necesario observar la provincia de Jaén, que históricamente no se puede definir como referente cultural, cuenta con cinco festivales solamente en el mes de julio. En la investigación de Carreño Morales (2015), se enumeran un total de 805 festivales en España, sumando festivales de música y de artes escénicas.

Etnosur es, sin duda, parte de este fenómeno de festivalización. Sin embargo, cuenta con algunas peculiaridades que lo sitúan al margen de la mayoría de festivales del país. Más adelante se analizarán estos rasgos distintivos.

Los ángulos desde los que se han abordado las investigaciones de festivales son muy numerosos y variados. Uno de los enfoques más populares es el de analizar las consecuencias que un festival cultural o musical tiene sobre la localidad que ejerce de anfitriona. En la introducción ya se han citado algunos trabajos e investigadores, pero es

¹ <https://www.protocoloimep.com/articulos/datos-de-la-industria-musical-segun-apm/> (Último acceso: 06/09/2019)

sencillo encontrar más ejemplos de los autores previamente citados, como el estudio sobre el Festival de Cine de Valdivia de Devesa, Báez, Figueroa y Herrero (2012), o de otros autores, como la investigación de González y Ramírez (2008) sobre el impacto económico del festival de flamenco de Jerez.

Se pueden encontrar investigaciones de este tipo a todos los niveles académicos. Trabajos de fin de grado o de máster, como el de Cubero (2019), sobre el caso del festival Sonorama Ribera, o el estudio de Trejo (2017) sobre el festival Guitarvera de Villanueva de la Reina. Es posible analizar un caso como proyecto de tesis, que es lo que hizo Pérez Platero (2016) con cinco festivales de la Comunidad Valenciana.

También hay artículos publicados en revistas especializadas como el estudio sobre el festival de cine de Huelva de Flores Ruíz (2015).

Por último, también existen antologías o libros que engloban diferentes estudios para analizar el fenómeno a mayor escala. Como ejemplo de este caso, la obra de Paiola y Grandinetti (2009) sobre las ciudades con festivales y las nuevas experiencias de marketing, dedica un capítulo a una antología de investigaciones de diferentes autores sobre festivales italianos como el Festivalletteratura, que se celebra en Mantua, o el Festival della Mente en Sarzana.

Algunos autores estudian las relaciones sociales que se producen en el festival, o las que se generan entre las organizaciones y empresas que colaboran en él. Como ejemplo, se pueden citar los trabajos de Prat (2013) o Prat y Cànoves (2014). El estudio de Grappi y Montanari (2011) intenta señalar las causas que provocan el regreso de los asistentes a un festival en otras ediciones. Según este trabajo, las emociones positivas, el hedonismo y la identificación con otros asistentes acaban resultando en el regreso del visitante.

La mayoría de festivales apelan a estos sentimientos para satisfacer al asistente y fidelizarlo. No obstante, Etnosur va más allá, complementando la satisfacción, el hedonismo y la identificación social con otros aspectos de carácter ecologista y solidario.

Etnosur es un festival mixto, que no se engloba en ninguna de las principales categorías de festivales. No es el habitual festival musical, en el que se abona la entrada y se

permite el acceso a conciertos. Tampoco está específicamente unido a una temática, como puede ser un estilo musical, un arte (danza o cine) o una única actividad. El propio eslogan del festival ya apunta a esa idea de diferenciación, de no ser un festival más: “Etnosur, un festival diferente”.

Linage (2000) resume en su obra algunas de las variadas actividades ofrecidas, pasando por charlas, circos, talleres, proyecciones y conciertos. El festival ejerce como foro de debate, ofreciendo charlas sobre temas de naturaleza social como la neocolonización, el trabajo infantil o la Amazonia. Etnosur también invita a numerosas ONGs que instalan un stand donde promocionarse. Etnosur da espacio a grandes organizaciones, como Acnur o Médicos sin fronteras a otras, de menor peso, como Sunseed o Enijpai. Padilla (2009) muestra en su estudio la poca difusión en los medios de comunicación que tienen las ONGs. Por este motivo, iniciativas como las de Etnosur son fundamentales.

Como se ha indicado previamente, uno de los acercamientos más habituales al estudio de las consecuencias de un festival es el del impacto económico. Eso no quiere decir que no haya investigaciones sobre otros aspectos, como las repercusiones sociales.

Delamere, Wankel y Hinch (2001) y Delamere (2001) plantearon en sus dos artículos relacionados una propuesta de escala para medir la actitud de los residentes ante los impactos sociales de los festivales y se probó en el Edmonton Folk Music Festival ,que se celebra en Edmonton, Canadá. En el primer artículo, realizaron una lista de beneficios (21) y costes sociales (26) que generaba el festival y se desarrolló la escala de actitud de impacto social del festival, FSIAS en inglés. En este modelo, los participantes debían calificar la importancia de los 47 factores y, a continuación, valorarlos con un escala Likert de 1 - 5.

La escala tuvo una amplia aceptación y otros autores la aplicaron para verificar su validez, como hicieron Bagiran y Kurgun (2013), o directamente para analizar el impacto de un festival, como en el trabajo de Woosnam et al. (2013) sobre un festival rural de Texas.

Otra escala muy popular es la propuesta por Small y Edwards (2003), denominada la escala de percepción de impacto social (SIP en inglés). En este caso, también se

proponía un cuestionario sobre impactos que podrían afectar a la población y los encuestados debían responder si habían percibido alguno de estos impactos, si estos eran negativos o positivos y valorarlos en una escala de 10 puntos partiendo de -5 hasta el 5.

En un nuevo trabajo Small, Edwards y Sheridan (2005) propusieron una nueva herramienta para la evaluación de las repercusiones sociales, el Marco de Evaluación de Impacto Social (SIE en inglés). Este modelo cuenta con seis etapas (descripción, perfil, identificación, proyecto, evaluación y retroalimentación o feedback). Las primeras tres etapas construyen una visión holística del evento, la cuarta y la quinta miden los potenciales impactos y la última sirve para obtener información del proceso y mejorarlo, informando a los organizadores y stakeholders.

En resumen, numerosos autores han desarrollado diferentes escalas y modelos para medir los impactos sociales y culturales de un festival o evento, aspecto que históricamente había tenido menos importancia. La metodología que se propone en este TFM se inspira en estos autores para producir dos encuestas que puedan reflejar los impactos económicos y sociales de Etnosur.

Los festivales de música en España

En la introducción de este trabajo se menciona el auge que está experimentando el turismo de festivales y cómo el número de estos está aumentando cada año. Sin embargo, parece necesario realizar este breve sub-apartado para exponer la enorme importancia que este sector tiene ahora mismo.

Buceta (2018) realizó un exhaustivo análisis sobre el estado de la industria de los festivales. El sector genera empleo, se estima que unos 300.000 puestos de trabajo, contando empleo directo e indirecto. Las cifras de empleo son impresionantes, y los beneficios no se quedan atrás. Solo con la venta de entradas a los festivales, se alcanza la cifra de 334 millones de euros. Por último, el número de turistas también crece cada año, encadenando cinco años consecutivos de aumento de asistentes.

A nivel nacional, la industria de los festivales está viviendo una edad dorada. No

obstante, se hace necesario desglosar estos datos y dividirlos por comunidades autónomas para observar que el éxito no beneficia a toda la geografía española. Los datos de Buceta (2018) muestran una enorme división en los beneficios: Cataluña obtiene el primer puesto, con un impacto económico de 2.500 millones de euros. En segundo lugar, se encuentran Madrid y Comunidad Valenciana, con un impacto de cerca de 1.000 millones. Andalucía y País Vasco son las siguientes comunidades más beneficiadas, con 500 millones de euros. Pero, tras ellas, el resto de comunidades autónomas apenas obtiene beneficio económico del negocio de los festivales. Es necesario distribuir la oferta de manera más igualitaria para que el beneficio pueda llegar a todas las regiones del país.

El estudio, sin embargo, no refleja al 100% la naturaleza y características de Etnosur. Por ejemplo, en el aspecto económico: según el estudio, las principales fuentes de ingreso son, en primer lugar, las entradas y, en segundo, el merchandising y las consumiciones. Etnosur es un festival gratuito, por lo que la primera fuente de ingreso es eliminada. Además, según las encuestas realizadas, los asistentes al festival no compran demasiados souvenirs, por lo que la fuente de ingreso proviene, principalmente, del consumo directo y del alojamiento.

Otro aspecto en el que Etnosur se diferencia de otros festivales es en el tema de los patrocinadores. Según este estudio de Buceta (2018), los patrocinadores más habituales son, en primer lugar, las bebidas alcohólicas, seguido de bebidas no alcohólicas, automóviles y bancos y seguros. Sin embargo, en Etnosur los patrocinadores son el Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música, la Junta de Andalucía, Cruzcampo, Casa África, África Vive, la Asociación de Artistas Intérpretes y Ejecutantes de la Música, y Fundación Caja Rural Jaén, entre otras entidades. Esto recalca, una vez más, el carácter social, comprometido del festival.

El estudio realizado por Buceta (2018) también hace referencia al número de mujeres representadas en los escenarios de los principales festivales de España. El dato es bastante negativo, siendo el porcentaje más alto de bandas de mujeres el del festival Sonar, con un 23% del cartel. Etnosur ofrece habitualmente carteles más paritarios, aunque la mujer todavía tiene menos representación que el hombre.

En resumen, la investigación evidencia el auge de los festivales musicales y reafirma la necesidad de este tipo de estudios sobre los impactos que producen los festivales. Gracias a estas investigaciones, se obtiene más información que puede mejorar la gestión de los mismos.

Capítulo III – Marco metodológico

Como se señalaba en el Capítulo I, el objetivo de este trabajo de investigación es evaluar el impacto económico y social del festival Etnosur. La metodología elegida ha sido exclusivamente el uso de encuestas. Las encuestas son una herramienta metodológica ideal para detectar la opinión de un grupo de personas representativas de una población mayor sobre un asunto concreto.

Como se ha indicado previamente, se realizaron dos encuestas. La primera de ellas, a los asistentes al festival, preguntando sobre aspectos principalmente económicos. El objetivo de esta encuesta era obtener una percepción del impacto económico generado por la celebración de Etnosur. La segunda encuesta estaba dirigida a la población local del municipio, con el objetivo de obtener la valoración de los alcalaínos ante el evento y saber si se encuentran a favor o en contra de su celebración. Durante la realización de ambas encuestas, también se utilizó la observación no participante, obteniendo así más datos generales y una percepción global del festival. En los anexos, se puede observar el modelo de encuestas utilizadas.

Se ha dividido la explicación de la metodología en dos apartados: en primer lugar, se tratará el diseño de las encuestas y, a continuación, la realización de las mismas.

3.1 - Diseño de las encuestas

El primer paso del proceso fue diseñar las encuestas. Se realizaron dos encuestas. La primera, dirigida a los asistentes al festival durante Etnosur. La encuesta comienza con preguntas generales, y continua con aspectos cada vez más relacionados con preguntas sobre el impacto económico. Las primeras preguntas de esta encuesta tratan sobre aspectos como la edad, el género o la procedencia. Con estas preguntas se obtiene el perfil del encuestado para hacer una selección representativa de los visitantes del festival. La encuesta no sería válida si los seleccionados fuesen todos hombres de entre 25 y 30 años, por ejemplo. El resto de preguntas sí están directamente relacionadas con el objetivo de la investigación: duración de la estancia, alojamiento seleccionado y gasto medio diario en alimentación, souvenirs y alojamiento.

Se realizó el método de entrevista al encuestado, con la intención de controlar el equilibrio de perfiles en la encuesta. Durante la realización de las entrevistas, se corregía el objetivo, preguntando a más mujeres, hombres o a personas de mayor edad para alcanzar un equilibrio. El nivel de confianza que se seleccionó para las encuestas fue del 95%. En el caso de las encuestas a los asistentes al festival, hubo algunos problemas a la hora de calcular el universo de la muestra. Al no exigir entrada para acceder a los conciertos o actividades, es difícil calcular el número de asistentes total y, por tanto, se hace difícil calcular el error muestral. Solo se tienen datos exactos de los visitantes que se alojaron en el camping, los que, como se evidencia en los resultados de la encuesta, representan un porcentaje muy pequeño del total. En la página web del festival aportan el dato de asistencia de 2018, con 40.000 personas a lo largo de todo el festival².

Las encuestas tienen un diseño diferente entre sí. Aquellas dirigidas a los asistentes al festival cuentan con preguntas cerradas de elección única multicotómica. Se presentan varias alternativas para que el encuestado seleccione la que más le representa. Si se hubieran seleccionado preguntas abiertas, el análisis de los datos habría sido demasiado caótico. Además, todos los encuestados se veían representados en alguna de las opciones propuestas.

La segunda parte del trabajo de campo tenía como objetivo conocer la opinión de los vecinos sobre el festival. Que un festival tenga aceptación por parte de los vecinos de la localidad en la que se realiza es un aspecto fundamental para que éste se desarrolle sin incidentes y cuente con numerosas ediciones. Este aspecto es aún más importante en un festival como Etnosur, que se celebra parcialmente en el centro del pueblo.

Las encuestas a los habitantes se componen de dos partes: en primer lugar, al igual que en la encuesta a los asistentes al festival, se pregunta por el género y la edad. Para estas encuestas, se ha realizado un muestreo estratificado según la edad, de forma que sean representativas de toda la población. Así, se han seleccionado tres estratos: el primero de un segmento de la población joven, desde los 18 hasta los 30 años. El segundo entre 30 y 50 años y, finalmente, aquellos mayores de 50 años de edad. Los tres estratos

² <http://www.etnosur.com/etnosur-mejor-festival-en-los-premios-de-la-musica-jiennenses/> (Último acceso: 13/09/2019)

diferentes aportan información mucho más completa de la percepción general ante el festival, con el objetivo de obtener una opinión global de todos los habitantes del pueblo y comparar la visión del festival según la edad. Además, el número de hombres y mujeres es el mismo.

Una vez respondidas las preguntas de sexo y edad, se continúa con preguntas que tratan sobre la participación en el festival o si la realización les provoca molestias en sus quehaceres diarios. Son preguntas cerradas dicotómicas, que se complementan con la segunda parte de la encuesta. Tras las preguntas cerradas iniciales, sigue una escala de valoración de distintos aspectos relacionados con el festival como son la seguridad, la limpieza, la organización y la ubicación del festival. Los encuestados deben valorar entre el uno y el diez estos aspectos. Ambas partes de la encuesta aportan una visión global de la opinión del encuestado sobre el festival. La última pregunta de la encuesta es si le parece positiva la realización del festival en su localidad. De esta manera se obtiene el dato exacto del porcentaje de aprobación de Etnosur entre los vecinos de Alcalá la Real.

A continuación, se presentan las fichas técnicas de ambas encuestas. En el anexo se pueden encontrar los modelos utilizados.

CUADRO 1. Ficha técnica encuestas a asistentes

Técnica	Entrevista personal
Número de entrevistas	110
Ámbito geográfico	Alcalá la Real
Universo	Población superior a 18 años no residente en el municipio
Muestreo	Muestreo aleatorio
Nivel de confianza	95%
Error muestral	9,33%
Trabajo de campo	Sábado, 27 de julio de 2019

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 2. Ficha técnica encuestas a vecinos

Técnica	Entrevista personal
Número de entrevistas	120
Ámbito geográfico	Alcalá la Real
Universo	Población superior a 18 años residente en el municipio
Muestreo	Muestreo aleatorio estratificado
Nivel de confianza	95%
Error muestral	8,92%
Trabajo de campo	Viernes, 09 de agosto de 2019

Fuente: Elaboración propia.

3.2 - Realización de las encuestas

Una vez diseñadas las encuestas, el siguiente paso consiste en la realización de las mismas en el festival. El sábado, 27 de julio, se realizaron las encuestas a 110 personas que asistieron al festival. El lugar elegido para llevar a cabo el trabajo de campo fue el Paseo de los Álamos, una de las zonas de mayor concentración de personas en Etnosur durante el día. Las encuestas se realizaron durante el día por dos motivos principales. En primer lugar, durante el día es más sencillo encontrar voluntarios. De noche, los asistentes se desplazan al recinto ferial para asistir a los conciertos. Además, el consumo de alcohol inhabilita a muchos para la realización de la encuesta. Por otro lado, de noche hay un mayor número de jóvenes, mientras que de día se puede obtener un resultado más diversificado, con asistentes de todas las edades. De acuerdo con el método seleccionado, se realizó un muestreo aleatorio simple.

La segunda parte del trabajo de campo se centraba en los habitantes del municipio. Las encuestas se realizaron el día 9 de agosto, una vez finalizado el festival. Se realizaron una vez finalizado el festival por la dificultad de encontrar a habitantes del pueblo entre todos los asistentes. Era más cómodo y práctico realizarla una vez finalizado Etnosur. De nuevo, se realizaron en la zona del Paseo de los Álamos y alrededores, donde el tráfico de gente es mayor.

Para esta encuesta, la técnica elegida era el muestreo aleatorio estratificado. Se seleccionaron tres grupos de edad y, durante el desarrollo del trabajo, se rellenaban los cupos para cada segmento. Aparte de los estratos de la edad, se seleccionaron el mismo número de hombres y de mujeres, para que la encuesta mostrara la opinión más representativa posible de todos los vecinos.

Una vez obtenidos los datos brutos de las encuestas, se utilizó el programa Microsoft Excel para obtener la media, moda y desviación típica. Estas herramientas son fundamentales a la hora de analizar los resultados del trabajo de campo. Por ejemplo, en la encuesta a los vecinos se pide que se valore del uno al diez distintos aspectos relacionados con el festival. En este caso, las herramientas de análisis estadístico son indispensables para obtener resultados interesantes.

En resumen, la metodología elegida permite obtener datos que corroboren o refuten la hipótesis de este trabajo, que es que los impactos económicos generados por Etnosur son beneficiosos para la localidad y que los vecinos de Alcalá la Real se encuentran a favor de su realización.

Si se realiza una revisión de la bibliografía, se observa que se han realizado muchas investigaciones similares a ésta, en las que se estudia el impacto económico de un festival o un evento similar en una localidad. Sin embargo, las preguntas sobre la percepción de la comunidad ante estos eventos no son tan comunes en la bibliografía consultada. Es decir, la metodología se basa en estudios anteriores, pero también contribuye ampliando la bibliografía y permitiendo que un trabajo posterior consulte esta investigación, obteniendo ideas de ella.

Capítulo IV - Análisis de datos y discusión

En este capítulo se expondrán los datos obtenidos tras la realización de las encuestas y se comentarán los resultados. El capítulo se divide en dos puntos: en el primero, se analizarán las encuestas realizadas a los asistentes al festival y, en el segundo, aquellas realizadas a los habitantes del municipio.

4.1 - Análisis de los visitantes a Etnosur

Se realizaron un total de 110 encuestas a los visitantes al festival. Había muchos asistentes que residían en el propio pueblo, sin embargo se omitieron a estos de los resultados finales, pues resultaría poco interesante en muchos de los apartados de la encuesta (procedencia, duración de la estancia, gasto en alojamiento...). A continuación, se analizarán uno a uno los apartados de la encuesta.

CUADRO 3. Sexo de los asistentes

Hombres	51 (46%)
Mujeres	59 (54%)

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en el cuadro 3, la diferencia es mínima entre ambos géneros, y revela que Etnosur es un festival paritario sin estar más dirigido a un género en particular.

CUADRO 4. Edad de los asistentes

<18	8 (7%)
18-25	40(36%)
26-30	30 (27%)
31-40	27 (25%)
41-50	2 (2%)
>50	3 (3%)

Fuente:Elaboración propia.

El apartado de la edad (cuadro 4), es más interesante y ya comienza a aportar información relevante sobre el festival. Se puede observar que Etnosur es un festival más orientado a la gente joven, pero no menores de edad. Más del 60% de los visitantes se agrupan en un rango de edad de entre 18 y 30 años. El público objetivo son jóvenes adultos y familias. Por un lado, las actividades con DJs y conciertos, así como los talleres de danza o de reciclaje, pueden resultar atractivos para los primeros, mientras los cuentacuentos o talleres de pintura pueden atraer más a las familias con hijos pequeños.

El público de mayor edad no parece muy interesado en el festival, pues, una vez superada la edad de 40 años, solamente encontramos un reducido 5% de visitantes. Cabe destacar que los ancianos que se veían durante el festival eran casi exclusivamente habitantes del pueblo, habitualmente sentados en las terrazas de los negocios cercanos, observando.

La franja de edad con mayor representación es la de los jóvenes de 18 a 25 años, con un 36% del total de visitantes. Por esto, Etnosur no es uno de los festivales más rentables, aparte de por su gratuidad, ya que este rango de edad suele tener una capacidad económica menor.

CUADRO 5. Procedencia de los asistentes

Provincia	72 (65%)
Comunidad autónoma	23 (21%)
País	10 (9%)
Extranjero	5 (5%)

Fuente: Elaboración propia.

Etnosur tiene bastante fama en la provincia de Jaén (cuadro 5), donde todo el mundo ha acudido alguna vez o como mínimo lo conoce. Fuera de la provincia su fama es menor, aunque aún tiene seguidores, sobre todo, en las provincias más cercanas como Granada, Córdoba o Almería. Finalmente, el resto de España solo conoce el festival si están interesados en los temas que este trama, como la moda hippie, el ecologismo, las

músicas del mundo, etc. Fuera de las fronteras nacionales, se repite este fenómeno pero con mayor intensidad.

Los visitantes provenientes de la provincia son los más habituales, con un 65% del total. En un alejado segundo lugar se encuentran los visitantes de otras provincias andaluzas, sumando un 21%. Finalmente, los que vienen de España o del extranjero representan un porcentaje muy bajo, fenómeno que se explica por lo particular de la temática y tipología del festival.

CUADRO 6. Duración de la estancia

Excursión	29 (26%)
1 noche	24 (22%)
2 noches	57 (52%)

Fuente: Elaboración propia.

El tiempo que los visitantes permanecen en el festival está relativamente bien repartido (cuadro 6). La opción más común es permanecer durante la duración total del festival, las dos noches (tres días de festival). Esta opción la eligen un 52% de los visitantes. Por otro lado, las excursiones de un solo día, o la opción de permanecer solamente una noche, cuentan con un 20% del apoyo de los visitantes. El hecho de que en el 74% de los casos la gente decida quedarse en el festival (como ya se ha indicado, en un 52% de los casos durante todo el festival) se debe a la buena oferta de alojamiento, que se divide entre el camping que prepara la organización y los hoteles y hostales del pueblo. Sin embargo, este apartado tiene un aspecto negativo que se analizará a continuación, en el apartado de “Alojamiento”.

CUADRO 7. Alojamiento de los asistentes

Camping	38 (35%)
Hotel/Pensión	3 (3%)
Alojamiento de alquiler	0
Casa de amigo/familiar	27 (25%)
Otro	42 (39%)

Fuente: Elaboración propia.

Alcalá la Real ofrece diferentes opciones para alojarse (cuadro 7). Por un lado, los dos campings que organiza Etnosur, y por otro, los hoteles/hostales/pensiones del pueblo. Además, muchos visitantes suelen quedarse en casa de amigos o familiares. El alquiler de apartamentos mediante plataformas del estilo Airbnb no es en absoluto habitual en el festival, no habiendo ningún encuestado que haya elegido esta opción.

El aspecto negativo del alojamiento es el apartado “Otro”, que se tuvo que improvisar una vez en el festival mientras se realizaban las encuestas. El 39% de los asistentes elegían esta opción que, básicamente, se dividía en dos: dormir en su coche o dormir en la calle/no dormir. Esto supone un problema para el festival por dos motivos principales: si los visitantes no gastan dinero en alojamiento, el beneficio disminuye, y esto puede alterar la imagen del festival entre los habitantes del pueblo, además de hacerlo menos rentable y perjudicar a las ediciones futuras o su continuidad. Esta característica negativa también la tiene la opción de alojamiento “Casa de amigo/familiar”, pero no cuenta con el segundo aspecto negativo, que es la mala imagen que proporciona dormir en la calle o en el coche. La organización del festival debería fomentar más el camping que proporciona, y la autoridades controlar que nadie esté durmiendo en el coche o en la calle. No solo eso, los que no duermen, en la mayoría de los casos, pasan la noche bebiendo alcohol y Etnosur no debería convertirse en un evento de turismo de borrachera.

CUADRO 8. Vía de conocimiento del festival

Publicidad	48 (44%)
Familia	9 (8%)
Amigos	53 (48%)

Fuente: Elaboración propia.

Los visitantes suelen conocer el festival principalmente mediante dos vías (cuadro 8). Por un lado, la publicidad en redes sociales y, por otro, los amigos, agrupando entre ambos el 92% de los encuestados. La familia apenas contribuye a promocionar la existencia del festival. La organización debería considerar invertir más en publicidad, pues la vía más habitual de conocimiento es el boca oreja que, aun siendo válido, no debería ser superior a la publicidad oficial del festival.

A continuación (cuadro 9) se analiza el apartado de gasto, tanto de alojamiento, como de comida/bebida y de suvenires.

CUADRO 9. Gasto diario alojamiento

Nada	72 (65%)
>10	35 (32%)
10-25	3 (3%)
26-35	0
35-50	0
+50	0

Fuente: Elaboración propia.

Se ha decidido realizar la encuesta del gasto en alojamiento y en comida/bebida preguntando sobre el gasto diario. De este modo, se puede calcular mejor el gasto total de los visitantes. Aquí se observa el problema que se comentaba en el apartado alojamiento. Un preocupante 65% de los encuestados no gasta nada en alojamiento, perdiendo el festival una importante fuente de ingreso potencial. El apartado de <10

pertenece casi exclusivamente a los que se alojan en el camping. Este cuesta 20€ para todo el festival, por lo que el gasto medio sería de 10€ por noche o menor si se quedan los tres días.

Finalmente, un ridículo 3% de los encuestados gastan entre 10 y 25€ diarios en su alojamiento. Las opciones de gasto superior no fueron seleccionadas en ningún caso. Esto es, en parte, lo que hace tan popular el festival, el precio reducido del camping, junto con las actividades gratuitas. Sin embargo, desde el punto de vista de la rentabilidad económica, no son buenas noticias.

CUADRO 10. Gasto diario comida/bebida

Nada	0
>10	32 (29%)
10-25	61 (55%)
26-35	12 (11%)
35-50	5 (5%)
+50	0

Fuente: Elaboración propia.

En el apartado de gasto en comida y bebida los resultados no son tan negativos como en el apartado anterior (cuadro 10). De hecho, la mayoría de los encuestados (55%) dice gastar entre 10 y 25 euros al día. Aun tratándose de una cifra baja, con un número alto de asistentes, como es el caso del festival, supone un ingreso importante. Además, un 16% gasta más (un 11% el segmento entre 26 y 35€ y un 5% el de 35-50).

Los extremos de la encuesta “Nada” y “+50” ambos permanecen en 0, buenas noticias relativamente hablando, aunque se evidencia que es un festival más visitado por los jóvenes. Por último, el apartado “<10” suma a un 29% de los encuestados, un número algo alto. La cifra se obtiene teniendo en cuenta las compras habituales de los jóvenes: compras conjuntas en supermercados para ahorrar.

CUADRO 11. Gasto suvenires

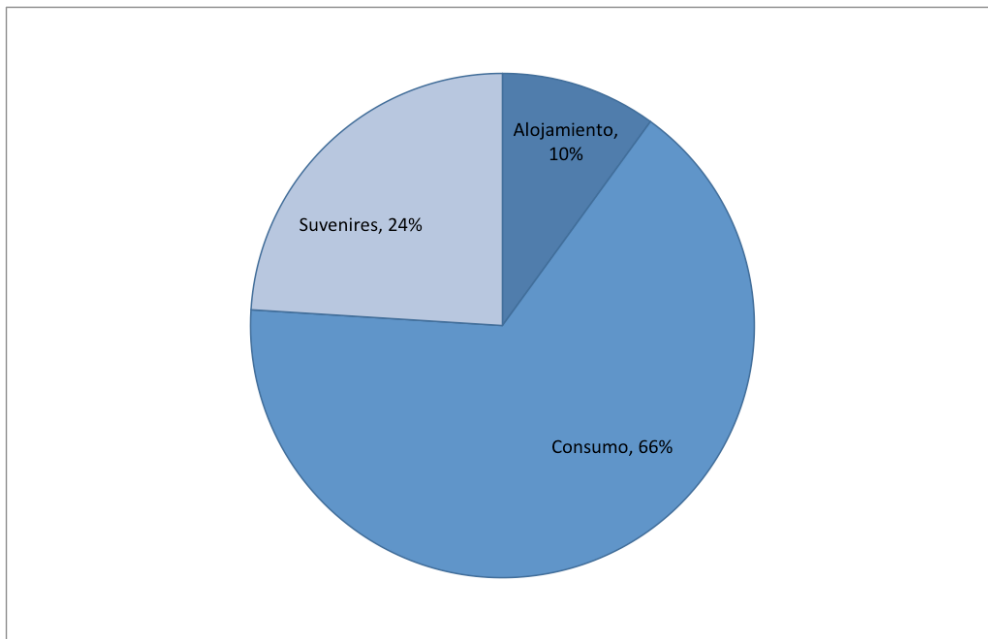
Nada	59 (54%)
>10	26 (24%)
10-25	22 (20%)
26-35	3 (3%)
35-50	0
+50	0

Fuente: Elaboración propia.

En el Paseo de los Álamos, parque donde tiene lugar los conciertos de DJs del festival, se sitúan también los numerosos puestos que venden merchandising, suvenires y todo tipo de ropa y complementos: camisetas y pantalones, vestidos, bolsos, riñoneras, parches, pendientes, anillos, velas aromáticas, etc. Lamentablemente, a pesar de la abundante oferta, las ventas no acompañan y más de la mitad de los encuestados (54%) señala que no gasta nada en suvenires o regalos (cuadro 11). No siendo esto suficiente, el segundo porcentaje más alto de la encuesta, un significativo 24%, se sitúa en el gasto “<10”.

El 23% de los encuestados que sí gastan más de 10€ en suvenires o compras en general se divide también en un modo negativo: un 20% gasta entre 10 y 25€ y solamente un 3% gasta entre 26 y 35€. Evidentemente, los segmentos superiores no fueron seleccionados por ningún encuestado. Los datos obtenidos son bastante negativos y evidencian, una vez más, que la mayoría de los asistentes no tienen una capacidad económica muy elevada y que su principal interés no reside en las tiendas. Finalmente, en el gráfico 1, se puede observar el porcentaje de gasto de cada categoría en el festival.

GRÁFICO 1. Gráfico de porcentaje de gasto



Fuente: Elaboración propia

4.2- Encuestas a los vecinos de Alcalá la Real

Para las encuestas a los habitantes de la localidad, se ha decidido realizar un muestreo estratificado, dividiendo a la población en tres grupos de edad: de los 18 a los 30, de los 31 a los 50 y de los 51 en adelante. La intención de esta metodología es obtener el punto de vista de las tres franjas de edad y explorar las diferencias entre ellas. Además, hay un número paritario de hombres y mujeres para obtener datos que representen a toda la población. A continuación, sigue el análisis de datos.

¿Acude al festival o participa en los talleres/conciertos ofrecidos?

La primera pregunta de la encuesta, tras la edad y el género, era ésta, para ver qué porcentaje de la población participaba activamente en el festival. Las respuestas varían entre los distintos grupos de edad, pero mayoritariamente la gente afirma participar en las actividades organizadas. Los jóvenes acuden a estas en un 77% de los casos. El grupo de los jóvenes es también el que más participa en los talleres, pues los otros grupos suelen limitarse a acudir a los conciertos o al cine.

En el grupo de habitantes de mediana edad, un 57% respondió que acudían a las actividades. Sin embargo, muchos matizaron que esta actividad era casi exclusivamente los conciertos nocturnos. La mayoría alegaba motivos de tiempo u otras obligaciones como impedimento. Otros directamente no estaban interesados en las actividades.

Por último, el segmento de edad de los mayores de 50 sorprende acudiendo más a las actividades que el grupo de mediana edad. Frente al 57% de estos últimos, un 65% del último grupo afirma acudir a las actividades organizadas por el festival.

En total, un 66% de los encuestados afirma acudir a las actividades, un número bastante alto que reafirma la hipótesis de que el festival es apoyado por los habitantes de Alcalá la Real.

¿Le molesta la realización del festival en su vida diaria?

La segunda pregunta de la encuesta pretende descubrir si el festival provoca incomodidades o problemas a los habitantes del pueblo. Al igual que en la anterior pregunta, los encuestados se han dividido en tres grupos de edad. No obstante, tras realizar las encuestas y hablar con la gente, parece ser que la molestia generada depende más de dónde se vive, que de la edad.

El primer grupo, de los más jóvenes, respondió en un 17% de los casos que el festival les molestaba. Las principales quejas son el abundante número de personas en el municipio y que les impide hacer algunas actividades o acudir a algunos locales.

En el grupo de mediana edad, un 35% de los encuestados afirmaron que el festival les molestaba para algunas tareas diarias o por la noche. Una vez más, se repiten como molestias el elevado número de gente, el colapso de la plaza central y el ruido hasta altas horas de la mañana.

El grupo de mayor edad respondió en un 38% de los casos que el festival les molestaba. Las quejas eran las mismas que en los otros dos casos: el número de personas y el ruido. A pesar de las quejas recurrentes, el porcentaje total de personas a las que les molesta es muy bajo. De todos los encuestados, un 30% ha indicado que les molesta el festival, lo que es una buena noticia para los organizadores y la continuidad del mismo.

La siguiente parte de la encuesta pedía a los encuestados puntuar algunos apartados del festival en un escala de cero a diez. A continuación, se presentan los resultados de cada grupo de edad

CUADRO 12. Edad encuesta habitantes. Rango edad: 18 - 30

	Organización	Limpieza	Seguridad	Ubicación
Media	6,93	6,75	8,10	7,71
Moda	8	7	8	9
Desviación típica	1,75	1,20	1,15	1,49

Fuente: Elaboración propia.

Los encuestados del grupo de edad más joven (cuadro 12), han sido los que mejor han valorado los aspectos reflejados en la encuesta. La mayoría de las puntuaciones alcanzan no solo el aprobado, sino que, en muchos apartados, predomina el notable. Realizando la media de todos los apartados, la media total es de 7,37. Una vez analizados los datos, se observa que muchos jóvenes están encantados con el festival, otorgando notas muy altas. Es el único grupo de edad en el que alguno de los apartados tiene una moda de más de 7. Además, es también el único grupo que ha otorgado algún 10 en cualquier apartado. Sin duda, los jóvenes de Alcalá están a favor de la celebración del festival.

Como se puede observar en el cuadro 12, el aspecto mejor valorado es la seguridad del festival, con una nota media de 8,10. La impresión general es que el festival es muy seguro y afirman no haber tenido nunca ningún problema. Aunque la media de la seguridad es más alta, la moda de la ubicación es superior con un 9, frente al 8 de la seguridad. Esto se debe a que la ubicación es un apartado muy polarizado. Los que viven cerca, suelen votarlo negativamente (por el motivo del ruido que ha sido comentado anteriormente), mientras que los que no viven pegados a la ubicación del festival lo valoran positivamente. A pesar de esta polarización, la ubicación del festival se valora positivamente, obteniendo la segunda media más alta, con un 7,71. La zona del Paseo de los Álamos es muy popular entre los jóvenes, lo que provocó muchas notas positivas en este apartado.

Este grupo tiene la desviación típica más elevada de entre los tres. Esto significa que las respuestas a las encuestas fueron más variadas entre sí. El motivo de esta característica

es el rango de edad seleccionado de dieciocho y treinta años. En este espectro de edad, la gente cambia mucho y una persona cercana a los treinta puede tener una opinión más parecida a uno de treinta o cuarenta. En cambio con dieciocho, o los primeros años de la veintena se tienen opiniones más exaltadas y favorables hacia las festividades.

La limpieza es el aspecto peor valorado por este grupo, con la media y la moda más bajas. Esto será una constante en las valoraciones de los tres grupos, que consideran de manera mayoritaria la limpieza como uno de los factores peor cuidados del festival.

Finalmente, los horarios, actividades y organización general del festival también son valorados positivamente, aprobando con un 6,93 de media. La variedad y abundancia de las actividades ofrecidas por el festival son bien valoradas por los asistentes.

CUADRO 13. Edad encuesta habitantes. Rango edad: 31 - 50

	Organización	Limpieza	Seguridad	Ubicación
Media	6,46	6,23	7,47	5,65
Moda	7	7	7	5
Desviación típica	1,32	1,72	1,00	1,34

Fuente: Elaboración propia.

El resultado de las encuestas del segundo grupo, aquellos de mediana edad, revela unas puntuaciones generales más negativas que los del grupo de los jóvenes (cuadro 13). Siguen siendo mayoritariamente positivas, pero son más críticos con la limpieza y la ubicación del festival.

El apartado de limpieza consigue la segunda peor nota, con una media del 6,23, a pesar de que la moda sea 7. Esto se explica observando la desviación típica, una de las más elevadas de toda la encuesta. Aunque muchos vecinos se encontraban satisfechos con la limpieza, otro porcentaje importante otorgaron valoraciones negativas, lo que hizo que la media descendiese considerablemente.

Sin embargo, la gran queja de los encuestados, y el factor peor valorado, es la ubicación del festival. En este caso, la desviación típica es bastante más baja que en el anterior

grupo de edad, transmitiendo la idea de que la molestia es más común entre todos los encuestados. Este factor tiene la media más baja del grupo con un 5,65 y una moda de 5. En este tramo de edad un gran número de encuestados tienen hijos mayoritariamente jóvenes. Es comprensible que no les agrade tener un festival durante todo el día cerca de casa. Los conciertos tienen lugar en el recinto ferial de Alcalá la Real, donde molesta a menos vecinos, pero aun así existen viviendas cercanas cuyos habitantes tienen problemas para conciliar el sueño. Por otro lado, el Paseo de los Álamos, espacio principal de Etnosur durante el día, se abarrota durante los días que dura el festival. Los vecinos no pueden disfrutar de las zonas comunes o del Paseo, zona muy popular entre los habitantes.

El aspecto mejor valorado por este segmento es la seguridad, con un contundente 7,47 de media, siendo la única nota superior a 6 del grupo. Etnosur es un festival muy tranquilo donde pocas veces ha tenido lugar algún altercado. Varias patrullas están encargadas de vigilar el correcto desarrollo del festival y además, la plantilla suele reforzarse con más agentes para esos días.

CUADRO 14. Edad encuesta habitantes. Rango edad: +51

	Organización	Limpieza	Seguridad	Ubicación
Media	6,45	5,16	7,13	5,64
Moda	7	6	7	6
Desviación típica	0,98	1,38	0,93	1,37

Fuente: Elaboración propia.

Por último, los resultados de la encuesta realizada al grupo de mayor edad (cuadro 14), muestran también una visión positiva del festival, aunque uno de los apartados valorados tiene la peor nota media de toda la encuesta.

Entre los apartados peor valorados están, una vez más, la limpieza y la ubicación. Al igual que con el grupo de mediana edad, la valoración es mucho más negativa que la encuesta del grupo más joven. La ubicación cuenta con una moda de 6 y una nota media de 5,64. Los ruidos a altas horas de la mañana y la ocupación de zonas comunes

vuelven a ser los aspectos más repetidos a la hora de valorar este aspecto.

El aspecto peor valorado de toda la encuesta es obra de este grupo de edad y se trata de la limpieza. Aunque está aprobado, lo hace con un justo 5,17. En este grupo limpieza y ubicación están altamente relacionados. Un gran número de personas de edad elevada viven en el centro del municipio, cerca del Paseo. El festival produce multitudes, ruido y basura por la zona, lo que ha provocado la nota tan baja.

La seguridad y la organización han sido en cambio valoradas satisfactoriamente, siendo ambas modas de 7 con unas notas medias de 6,45 y 7,13. Las patrullas y el aumento de los agentes durante esos días se ha percibido de manera positiva en este grupo. Los encuestados encuentran interesantes y educativos los talleres que tienen lugar, así como las charlas de reciclaje o los cortos comprometidos con temas sociales.

¿En términos generales, le parece positiva la realización del festival en la localidad?

La última pregunta de la encuesta realizada a los habitantes de Alcalá la Real era si, en términos generales, les parecía positiva la realización de Etnosur, con todas sus consecuencias. La valoración general de los 120 encuestados es positiva. Un 64% de los encuestados encuentra positiva la realización del festival. Este dato es muy importante para la continuidad de Etnosur, pues es de gran importancia contar con el apoyo de la comunidad local cuando se celebra un festival, y más aún si parte de este tienen lugar en el centro del municipio.

Si se analiza cada segmento de edad, encontramos diferencias importantes entre los más jóvenes y los mayores. Este primer grupo es el que encuentra más positivo que se realice el festival, teniendo las valoraciones positivas un contundente 80% del total. Es el segundo grupo, el de la edad media, el más opuesto a la realización del festival, y el único en el que la mayoría no lo encuentra positivo. Solamente un 48% tiene una opinión favorablemente del festival.

Finalmente, el grupo de mayor edad sorprende con una actitud más positiva ante el festival. Un 63% de los encuestados percibe positivamente la realización de Etnosur. Se

podría pensar que la población de mayor edad podría estar más en contra del festival pues, históricamente, éstos tienen una actitud más negativa ante los festivales y fiestas en general. En el caso de Etnosur no ocurre esto, pues el tercer grupo se sitúa con un índice de aprobación cercano al del grupo de los más jóvenes.

Es indicativo de que la organización de Etnosur es eficaz cuando la población local se encuentra a favor de su realización. La dirección debe seguir trabajando y escuchando a los habitantes para mejorar aún más el porcentaje de aprobación.

Capítulo V – Conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación

5.1 - Conclusiones

En este capítulo final se expondrán las conclusiones obtenidas tras la investigación. Para esto, es necesario volver al capítulo inicial y comprobar si la hipótesis ha sido validada o refutada y los objetivos alcanzados. Además, en el apartado de las limitaciones se expondrán los errores percibidos durante el desarrollo del trabajo, así como las futuras líneas de investigación que podrían derivar de esta investigación.

La hipótesis del trabajo afirmaba que la realización del festival generaba un impacto económico positivo para Alcalá la Real y que éste era recibido positivamente por la comunidad local. Los objetivos se han cumplido parcialmente, pues, aunque se han analizado los impactos económico y social, los resultados no han sido completamente satisfactorios. En el apartado de limitaciones se desarrollará más extensamente esta opinión.

En el aspecto económico, el impacto directo de los encuestados, obtenido de la media de todos los gastos, se eleva a 2.736,50€. Éste número se ha obtenido realizando la media de los resultados de la encuesta, tomando por un lado el valor más bajo del espectro seleccionado (por ejemplo 10€ en la opción “10 – 25€”), y, por otro, el valor más alto. Este dato supondría una media de 25€ por persona. Sin embargo, como se ha expuesto en el trabajo, este no es el caso. La mayoría de los asistentes al festival no realizan gasto en alojamiento. Sin duda, esto afecta negativamente al impacto económico general de Etnosur. Aun así, resulta innegable el efecto positivo que el festival causa en la población. La encuesta solo contabilizó a 110 personas, mientras que en la edición pasada del festival se contabilizaron más de 3.500 alojamientos en el camping oficial y cerca de 40.000 asistentes durante los tres días del festival.

Como se indicó en el marco teórico, las principales fuentes de ingresos de los festivales son, en primer lugar, las entradas y, en segundo, las consumiciones y merchandising. En el caso de Etnosur, la primera fuente, con una diferencia considerable del resto, sería el consumo (66%). La siguiente los suvenires (24%) y la última el alojamiento (10%). Es

cierto que muchos asistentes eligen directamente pasar la noche en sus coches o despiertos, sin plantearse otras opciones de alojamiento. Pero también es cierto que el camping habilitado por el festival suele llenarse pronto y no queda espacio para más tiendas. Quizás, si ampliaran la zona delimitada para el camping, se podrían aumentar los ingresos. Aparte del interés económico, cada año las acampadas irregulares son más comunes y tienen lugar por todo el pueblo. Este año se han encontrado acampadas en los alrededores de la fortaleza de la Mota³, un bien con un importante valor histórico. La importancia de controlar mejor el alojamiento de los asistentes se hace todavía más necesaria.

De hecho, para la próxima edición, se está considerando establecer un pago para el acceso a los conciertos, mientras que el resto de actividades continuarían siendo gratuitas. Además, también se está considerando la idea de que el parking sea de pago, servicio que hasta ahora era totalmente gratuito.⁴

En el aspecto social, Etnosur tiene una gran importancia en Alcalá la Real, siendo el evento más importante del municipio. Tras el trabajo de campo realizado, se confirma la hipótesis que planteaba y es evidente que el festival cuenta con el apoyo de la comunidad local. La media total de todas las encuestas es de 6,63. Un nota cercana al notable. En respuesta a la pregunta “acude al festival o participa en los talleres/conciertos ofrecidos”, un 66% de los encuestados respondieron afirmativamente. Este dato es bastante sorprendente, pues la mayoría de los festivales no cuenta con una asistencia local tan alta. Este dato refleja la particularidad de Etnosur, un festival integrador, con unos marcados ideales con los que mucha gente se identifica. Para más confirmación del buen recibimiento del festival, un 30% de los encuestados totales respondió positivamente a si la realización del festival resultaba una molestia en el día a día. Es decir, un 70% de los habitantes no considera Etnosur una molestia. Se ha observado que el festival produce un impacto económico positivo, pero no fundamental en la economía del pueblo. Conociendo esa información, un índice de aprobación tan alto muestra un evidente apoyo y cariño de parte de la comunidad local al festival.

³ <https://www.diariojaen.es/provincia/alcala/cambios-en-etnosur-para-la-edicion-del-proximo-ano-YI5930221> (Último acceso: 13/09/2019)

⁴ <https://lacontradejaen.com/balance-etnosur-alcala-jaen/> (Último acceso: 14/09/2019)

Etnosur se encuentra en un momento delicado, en el que su fama hace que acuda un número importante de asistentes, pero el municipio no se encuentra preparado para recibirlos. Además, la ideología “hippie” predominante en el festival ha colaborado a que dormir en los coches o en la calle sea una opción elegida por muchos de los visitantes. Esto supone un problema para el festival, pues no solo se empeora la imagen de éste, sino que se pierde un importante beneficio económico que podría ayudar tanto a las futuras ediciones del festival como a la percepción del mismo por los vecinos del pueblo.

Es necesario recalcar la importancia fundamental que tiene un fuerte apoyo local hacia el festival para asegurar su estabilidad y longevidad. Si un festival tiene a los vecinos de la localidad en contra es probable que no aguante muchas ediciones. Este no es el caso de Etnosur, que se ha convertido en uno de los emblemas del municipio de Alcalá la Real.

5.2 - Limitaciones

En este apartado se comentarán algunos aspectos de la investigación que no han sido completamente satisfactorios, así como errores descubiertos durante la realización de la investigación.

El principal aspecto negativo de la investigación es el diseño de las encuestas. En las preguntas sobre el gasto, los umbrales de gasto propuestos son demasiado amplios. Por ejemplo, la primera opción es de un gasto menor de diez euros y el segundo oscila entre los diez y los veinticinco euros. El diseño intentaba ser lo más sencillo posible, en primer lugar, por la paciencia de los encuestados, que es extremadamente breve. Por otro lado, también procuraba no ser demasiado intrusivo con el gasto, pues muchas personas deciden no responder cuando se les exige una información muy concreta. Sin duda, se trata de un error que resta valor a la investigación, ofrece resultados menos exactos y hace más difícil valorar el impacto real de Etnosur.

Otro aspecto negativo que requeriría una mejora es el número de encuestas. Ciento diez y ciento veinte en el caso de la encuesta a los vecinos, son cantidades bajas de encuestas para el número de asistentes que recibe el festival y que habitan en el municipio. Además, todas se realizaron en un único día, lo que reduce la diversidad de los

resultados. Realizando encuestas los tres días del festival, se obtendrían datos más representativos de la realidad del festival. También hubiera sido interesante añadir más preguntas a la encuesta, como la perspectiva de gasto para los asistentes o si los vecinos obtenían beneficio económico del festival. Este tipo de ideas surgen durante el desarrollo del trabajo de campo, por lo que no pueden incorporarse al trabajo.

5.3 - Futuras líneas de investigación

Esta investigación se une a toda la bibliografía ya publicada sobre los impactos económicos o sociales de los festivales. Es mediante el trabajo colectivo de los autores de todos los trabajos que se construye una base bibliográfica fuerte a la que futuros investigadores pueden acudir. El marco teórico de este trabajo alcanza la frontera del conocimiento con obras clásicas y fundamentales en la construcción de la base teórica del trabajo, hasta estudios e investigaciones recientes de las que obtener ideas e inspiración.

La principal línea de investigación que propone este trabajo es un estudio similar de análisis de un festival o evento parecido. Es cierto que teniendo en cuenta los comentarios expuestos en el apartado de limitaciones, no se recomendaría el uso literal de la metodología aplicada. No obstante, aspectos como la bibliografía o el marco teórico pueden ser de gran utilidad para futuros trabajos. También podría resultar interesante una investigación sobre los cinco festivales que componen “Jaén en julio”, realizando un estudio de los impactos socioeconómicos, una comparación entre ellos y un análisis de la situación de Jaén en la industria de los festivales.

Bibliografía

- Barlés Arizón, M. J., Abella Garcés, S., & Mur Sangrá, M. Perfil del turista de festivales: el caso del Festival Internacional de las Culturas Pirineos Sur. *Cuadernos De Turismo*, (30), 63-90. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/160451>
- Chierichetti, L. (2012). La promoción del turismo musical: los festivales de música en Facebook. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*. 10. 49-58. 10.25145/j.pasos.2012.10.052.
- Cubero Prieto, B. (2019). El potencial turístico de los festivales de música. El caso de Sonorama Ribera.
- Debattista, M. (2018). Festival tourism and the Malta Jazz Festival (Bachelor's dissertation).
- Delamere, T. A., Wankel, L. M., & Hinch, T. D. (2001). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part I: Item generation and purification of the measure. *Event management*, 7.
- Delamere, T. A. (2001). Development of a scale to measure resident attitudes toward the social impacts of community festivals, Part II. Verification of the scale. *Event management*, 7.
- Demet Bagiran & Hülya Kurgun (2016) A research on social impacts of the Foça Rock Festival: the validity of the Festival Social Impact Attitude Scale, *Current Issues in Tourism*, 19:9, 930-948, DOI: [10.1080/13683500.2013.800028](https://doi.org/10.1080/13683500.2013.800028)
- Devesa, María, Báez, Andrea, Figueroa, Víctor, & Herrero, Luis C. (2012). Repercusiones económicas y sociales de los festivales culturales: el caso del Festival Internacional de Cine de Valdivia. *EURE (Santiago)*, 38(115), 95-115. <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612012000300005>
- Duarte, Folgado-Fernández y Hernández-Mogollón (2018) Measurement of the Impact of Music Festivals on Destination Image: The Case of a Womad Festival Cognizant Communication Corporation
- Flores Ruiz, D. (2015). Turismo cinematográfico y desarrollo económico local. El Festival de Cine de Huelva. *Cuadernos De Turismo*, (36), 175-196. <https://doi.org/10.6018/turismo.36.230931>
- Gibson, C., Connell J. (2016) Music Festivals and Regional Development in

Australia Routledge. Londres

González, A., Ramírez, J. (2008) *“Impacto económico del XI Festival de Flamenco de Jerez”*. Diputación de Cádiz, Cuadernos de Investigación Vigía, 5. En:http://www.dipucadiz.es/export/sites/default/publicaciones/documentos_pdf/C_V5_impacto_econmico_del_xi_festival_de_flamenco_de_jerez.pdf

González F., Morales S. (2015) El impacto cultural y social de los eventos celebrados en destinos turísticos. La percepción desde el punto de vista de los organizadores. Universidad de Murcia.

Gursoy, D.; Kim, K. & Uysal, M. (2004) “Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation”. *Tourism Management* Vol.25, N°2

Grappi, Silvia, Montanari, Fabrizio (2011) “The role of social identification and hedonism in affecting tourist re-patronizing behaviours: The case of an Italian festival”. *Tourism Management*, 32: 1128- 1140.

Gursoy, D.; Kim, K. & Uysal, M. (2004) “Perceived impacts of festivals and special events by organizers: an extension and validation”. *Tourism Management* Vol.25, N°2

Herrero L. (2004) Impacto económico de los macrofestivales culturales: reflexiones y resultados. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural.

Linage Conde, A. (2000) *Músicas del mundo. Introducción a Etnosur*. Centro de Estudios Históricos “Carmen Juan Lovera”. Alcalá la Real, pp 6-7

Morales, T. C. (2016). Festivales en España. Estrategias generales de gestión. *Revista Intersección. Eventos, turismo, gastronomía y moda.*, 1-18.

Padilla Albaladejo, A. (2009) *Las ONG y su función comunicativa: la escasa atención de los medios de comunicación a las temáticas solidarias*. Universitat Abat Oliba CEU. Departament de Ciències de la Comunicació. Universitat Abat Oliba CEU

Paiola, M., & Grandinetti, R. (2009). *Città in festival. Nuove esperienze di marketing territoriale*. International Center for Art Economics, Milano, Angeli.

Paiola, M., Molina-Morales, F., Martínez-Chafer, L. Y Belso, JA. (2013) El Efecto de la redes organizativas sobre los festivales en pequeñas ciudades. *Economía Industrial* Núm.389: El impacto de las nuevas tecnologías en las industrias de la cultura. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Madrid.

Pérez Platero, L. (2016) Impactos turístico-económicos y socio-culturales de los

festivales musicales en la comunidad valenciana. Universidad de Alicante.

Prat Forga, JM. (2013) La estructura relacional de las organizaciones colaboradoras con los festivales de música en España. Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas no 7 (Enero-Junio) 2013 pp.75-96 ISSN: 2172-8690^[1] Escuela Universitaria de Turismo, Universidad de Murcia

Prat Forga, J. M., & Cànoves Valiente, G. (2014). Dinámica relacional y los festivales de música en los destinos turísticos de litoral. *Estudios y perspectivas en turismo*, 23(1).

Prieto, L. C. H. (2004). Impacto económico de los macrofestivales culturales: reflexiones y resultados. Comunicación cedida por el autor al Portal Iberoamericano de Gestión Cultural para su publicación en el Boletín GC: Gestión Cultural.

Richards, G. (2013) The Festivalization of Society or the Socialization of Festivals? The Case of Catalunya. In Richards, G. (ed.) Cultural Tourism: Global and local perspectives. Binghampton: Haworth Press

Richards, G. y Wilson, J. (2007) Tourism, Creativity and Development. Routledge. Abingdon, Oxon.

Small, K., & Edwards, D. (2003). Evaluating the socio-cultural impacts of a festival on a host community: a case study of the Australian Festival of the Book. In Proceedings of the 9th annual conference of the Asia Pacific Tourism Association (pp. 580-593). Sydney: School of Leisure, Sport and Tourism, University of Technology Sydney.

Schlenker, K., Edwards, D. C., & Sheridan, L. (2005). A flexible framework for evaluating the socio-cultural impacts of a small festival. *International Journal of Event Management Research*.

Woosnam, K. M., Van Winkle, C. M., & An, S. (2013). Confirming the festival social impact attitude scale in the context of a rural Texas cultural festival. *Event management*, 17(3).

Anexos

Anexo 1: Encuesta realizada a los asistentes a Etnosur

Por favor, marque con una X la casilla que corresponda en cada caso:

Edad					
<18	18 - 25	25- 30	30- 40	40- 50	>50

Género	
Masculino	
Femenino	

Procedencia	
Comarca	
Provincia	
Comunidad Autónoma	
España	
Extranjero	

Duración de la visita	
Ida y vuelta en el día	
1 noche	
2 noches	
3 noches	

Alojamiento	
Camping	
Hotel/Pensión	
Alojamiento de alquiler	
Casa de amigo/familiar	
Otro	

Conocimiento del festival	
Publicidad	
Familia	
Amigos	

Gasto medio diario					
	>10	10-25	25-35	35-50	+50
Alojamiento					
Comida/bebida					
Suvenires					
Otros					

ANEXO 2: Encuesta realizada a los vecinos de Alcalá la Real

- Edad

- Sexo

- ¿Acude al festival o participa en los talleres/conciertos ofrecidos?

- ¿Le molesta la realización del festival en su vida diaria?

Por favor puntúe de **1** (+ negativo) a **10** (+ positivo) los siguientes aspectos:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Organización										
Limpieza										

Seguridad										
Ubicación del festival										

- ¿En términos generales, le parece positiva la realización del festival en la localidad?