



UNIDAD 1.3: DESARROLLO DEL PROYECTO

En esta unidad, abordaremos la planificación y organización de un evento musical, incluyendo la creación de un cronograma, la selección del recinto y la obtención de permisos. También discutiremos la clasificación de festivales y la importancia de una estrategia de ticketing, destacando la gestión eficiente de proveedores y herramientas colaborativas.

UNIDAD 1.3: DESARROLLO DEL PROYECTO

-
- Introducción
 - Hoja de Ruta, el cronograma
 - El recinto y sus permisos
 - Tipos de festivales
 - Ticketing: las plataformas de ventas de entrada

Introducción



The Open Faculty University of Murcia

El fin de esta unidad es profundizar en todos los aspectos necesarios para la **planificación, organización, ejecución y evaluación** de un **evento de música en directo**. El éxito de tu festival o acto cultural dependerá de los **conocimientos** que se tengan en las diferentes áreas.

CONTINUAR

Aspectos a tener en cuenta:

En el desarrollo de actividades para la realización de un festival hay que tener en consideración algunos de los siguientes aspectos:

- 1 Objetivo principal de nuestro proyecto
- 2 Fecha
- 3 Lugar de celebración (recinto)
- 4 Duración
- 5 Asistencia estimada

Un eficiente manejo de las relaciones con los proveedores y prestadores de servicios se consigue cuando los participantes en la organización son profesionales especializados. Esto hace que la rentabilidad de la promotora se maximice en términos de costes y efectividad.

CONTINUAR

Hoja de Ruta, el cronograma



Debemos preparar un calendario que incluya toda la planificación:

- Desde el inicio y hasta el final del evento.
- Términos generales para cada paso y cada aspecto de la organización.
- Establecer las fechas específicas en que determinadas tareas deben estar preparadas.

CONTINUAR

EJEMPLO DE CRONOGRAMA

Vamos a ver un ejemplo general de cronograma como si fuéramos a organizar un festival de música para febrero de 2026.

Los festivales y eventos culturales tienen muchas tareas en común, pero lo que esperamos a la hora de preparar un cronograma es adaptarlo a nuestras necesidades.

Septiembre 2025

BRIEFING
PLAN DE NEGOCIO PRESUPUESTOS
BUSCAR RECINTO
CONTACTAR CON AGENCIAS

OCTUBRE 2025

CONTRATOS ARTISTAS
DEFINIR IMAGEN FESTIVAL
PREPARAR PIEZAS GRÁFICAS
ACUERDOS CON MEDIOS LANZAMIENTO
NOTA DE PRENSA
ENTRADAS PROMOCIONALES
MARKETING DIGITAL

NOVIEMBRE 2025

CONTRATOS NUEVOS ARTISTAS

CHEQUEAR REDES SOCIALES
CHEQUEAR VENTA
ANUNCIAR NUEVOS ARTISTAS
CAMPAÑAS MEDIOS DIGITALES
MARKETING DIGITAL
TAREAS PRODUCCIÓN

DICIEMBRE 2025

CONTRATOS ÚLTIMOS ARTISTAS
LOGÍSTICA ARTISTAS
CHEQUEAR VENTA
CHEQUEAR CAMPAÑAS
TAREAS PRODUCCIÓN
PATROCINADORES
PUBLICIDAD EXTERIOR
PAGO PROVEEDORES

ENERO 2026

CIERRE DE CARTEL
CHEQUEAR REDES SOCIALES
CHEQUEAR VENTA
CHEQUEAR CAMPAÑAS ACTIVAS
RUEDA DE PRENSA
BÚSQUEDA PERSONAL TEMPORAL

FEBRERO 2026

DOCUMENTACIÓN PERMISOS MONTAJE/DESMONTAJE
FORMACIÓN PERSONAL ASPECTOS LABORALES CHEQUEAR CAMPAÑAS
CIERRE DE VENTA ANTICIPADA
TOMAR ÚLTIMAS DECISIONES BALANCE PROYECTO
PAGO PROVEEDORES

CONTINUAR

Para una organización más eficiente lo ideal es usar herramientas de trabajo en equipo para compartir tareas, calendarios, contratos, facturas, entre otros documentos.

Algunas herramientas destacadas son:

- Google Workspace
- Trello
- Asana

Aquí tienes enlaces para conocer estas herramientas:



Google Workspace – Herramientas colaborativas para planificación. [Link](#)



Trello – Organización visual de tareas y cronogramas. [Link](#)



Asana – Gestión de proyectos y tareas en equipo. [Link](#)



Complete the content above before moving on.

El recinto y sus permisos



Introducción

Es hora de elegir el *venue* (**recinto**) más idóneo para nuestro festival. Debemos estudiar las propuestas de todos los lugares que disponemos y escoger el más apropiado.

Una vez que hemos elegido dónde vamos a celebrar nuestro festival, debemos buscar el momento (**fecha**) que más nos interese en el calendario.

Debemos tener en cuenta si hay festivales similares a nuestro alrededor para no coincidir. Las fechas también pueden estar sujetas a la disponibilidad de los artistas que queramos contratar, ya que si hay alguna gira por Europa que nos interese tal vez debamos adaptarnos a la disponibilidad del artista.

CONTINUAR

Tipos de recintos

Recintos públicos

En líneas generales, como recinto público (propiedad del Ayuntamiento o Comunidad Autónoma) tenemos:

- Teatros
- Auditorios
- Polideportivos
- Plazas de toros
- Recintos feriales
- Etc.

Recintos privados

Son aquellos recintos propiedad de un particular. Encontramos los siguientes:

- Salas de conciertos
- Discotecas
- Estadios de fútbol
- Plazas de toros
- Etc.

Según el recinto que elijamos tendremos, unas condiciones u otras:

Si queremos usar un recinto público deberemos hacer una **solicitud formal** a la Institución Pública en cuestión solicitando el uso del espacio. Una vez concedido la Administración solicitará la documentación necesaria para que el festival se pueda celebrar.

En cambio, si queremos irnos a un recinto privado debemos llegar a un acuerdo con el propietario y firmar un contrato con las condiciones de uso del mismo.



Por ejemplo, queremos irnos a un recinto ferial para hacer nuestro festival, cuyo propietario es el Ayuntamiento.

En este caso, deberían concedernos una **licencia de uso especial**, pues un recinto ferial normalmente no dispone de una licencia permanente para celebrar festivales. Por tanto la documentación que nos pedirá la Administración será mucho más extensa.

En cambio, si por ejemplo organizamos un festival en una **sala de conciertos** no sería necesaria ninguna licencia especial, ya que el local tiene **licencia permanente** para celebrar eventos de música en directo. Lo único que deberíamos hacer es firmar el contrato con el propietario del local y asegurarnos de cumplir la legislación vigente.

CONTINUAR

En el momento de gestionar la contratación del espacio debemos tener en cuenta:

- Zonas que vamos a ocupar dentro del recinto.
- Fichas técnicas del local o recinto.
- Sistemas de accesos.
- Sistemas de emergencias.
- La seguridad del público, equipo artístico y staff.
- Tipo de contrato. Definir cláusulas.
- Condiciones técnicas y económicas del espacio.
- Formas y plazos de pago.

- Licencia del espacio.
- Seguro de responsabilidad civil.



Complete the content above before moving on.

Tipos de festivales



En el sector hay una clasificación que determina, según la asistencia total de asistentes, si un festival es de gran formato, mediano formato y pequeño formato.

Por tener una guía el Instituto de las **Industrias Culturales y las Artes** califica a los festivales de la siguiente manera:

- Gran formato: más de 40.000 asistentes
- Medio formato: de 15.000 a 40.000 asistentes
- Pequeño formato: inferior a 15.000 asistentes.

CONTINUAR

¿Qué modelos de festival existen?

CON VARIOS ESCIENARIOS	FESTIVALES DE CICLO	CON ACTIVIDADES PARALELAS	CON PROGRAMACIÓN SECRETA
---------------------------	---------------------	------------------------------	-----------------------------

FAN FUTURA FEST

Warm Up Estrella de Levante
 Low Festival
 Mad Cool
 Primavera Sound...



CON VARIOS ESCIENARIOS	FESTIVALES DE CICLO	CON ACTIVIDADES PARALELAS	CON PROGRAMACIÓN SECRETA
---------------------------	---------------------	------------------------------	-----------------------------

Las Noches del Malecón

Área 12

Las Noches del Botánico
 Starlite Marbella...



**CON VARIOS
ESCENARIOS**

FESTIVALES DE CICLO

**CON ACTIVIDADES
PARALELAS**

**CON PROGRAMACIÓN
SECRETA**

Sónar +D
Primavera Pro
BIME...



CON VARIOS
ESCIENARIOS

FESTIVALES DE CICLO

CON ACTIVIDADES
PARALELAS

CON PROGRAMACIÓN
SECRETA

Sinsal SON Estrella Galicia



Complete the content above before moving on.

Ticketing: las plataformas de ventas de entrada



Una vez elaborado el presupuesto, y conociendo la previsión de gastos que vamos a tener, es el momento de organizar nuestra mayor fuente de ingresos: la venta de entradas.

Aspectos a tener en cuenta a la hora de planificar nuestra venta:

1

Aforo del espacio.

2

Días. ¿Qué duración tiene el festival?

3

Tipos de entradas. Abonos, abonos VIP, entradas de día...

4

Comisiones. Gastos aplicados por la plataforma de venta.

Al tener establecidos diversos precios, para así poder cumplir con los objetivos marcados en el presupuesto, establecemos una serie de cupos por cada tipo de entrada. Una vez que esos cupos se vayan agotando pasaremos al siguiente tramo de precio.

CONTINUAR

La flexibilidad de una plataforma de venta de entradas nos permite optimizar la gestión y que aumenten nuestros beneficios de forma considerable:

Comisiones —

Podemos conseguir unas comisiones significativamente bajas, permitiendo así que podamos rentabilizar mucho más nuestras ventas.

Bases de datos —

Las bases de datos generadas al vender las entradas son de nuestra propiedad.

Información en tiempo real

Podemos conocer los datos de ventas en cualquier momento y obtener diferentes métricas como pueden ser: franjas de edad, procedencia del público, etc.



Quieres saber cómo funciona la venta y gestión de entradas en Ticketmaster? Pincha [aquí](#).