

## El turismo musical alcanza los 725 millones de euros en España e impacta también en la segunda mano

España se ha convertido en el principal destino de los festivales y de la música en directo. MadCool, Sonorama o Granada Sound son citas imprescindibles para los españoles

El 15% de los asistentes eligen hospedarse en los campings de los festivales para disfrutar de la experiencia y el 38% destina hasta 600 euros para este tipo de ocio

Milanuncios ha analizado los productos más buscados en la segunda mano y muestra cómo las tiendas de campaña han tenido un 40% más de búsquedas en el mes de abril, previo a festivales. Las mesas plegables, las neveras portátiles y los carritos plegables son otros de los artículos más demandados

**España se ha convertido en el principal destino del turismo de festivales y de la música en directo**, gracias a un sector que en 2024 alcanzó unas cifras de facturación de **725 millones de euros**, según la [Asociación de Promotores Musicales](#). En concreto, en el caso de los festivales, desde hace ya años se está viviendo un auge en el turismo de ocio y rara es la ciudad española que no cuenta con el suyo en cualquier momento del año.

De hecho, **7 de cada 10 españoles ha estado alguna vez en un festival de música**, según una encuesta de Appinio y un **49% de los ciudadanos ha viajado para asistir a un festival**. Así, por ejemplo, en las próximas semanas se espera que miles de españoles se desplacen a otros puntos del país para disfrutar de eventos como el Sonorama en Aranda de Duero, (Burgos) o el Granada Sound, en Granada o entre otros.

Ante esta fiebre por el turismo de festivales, [Milanuncios](#), la app con más experiencia del mercado de segunda mano, **ha analizado cuáles son los**

**hábitos de consumo de los españoles en estos eventos**, qué productos **demandan previo a los festivales** y qué piezas se convierten en los “reyes de las búsquedas”.

### **Las tiendas de campaña o las neveras portátiles: los ‘reyes’ en los festivales**

La acampada es la opción más económica para pasar estos días. Así lo constata Appinio, ya que el 15% de los ciudadanos eligen esta opción para hospedarse en los campings de los festivales y disfrutar de la experiencia.

Buscando el máximo ahorro, los festivaleros optan por la segunda mano para equiparse y conseguir todos los productos imprescindibles que no pueden faltar durante su acampada. Según los datos de Milanuncios, los artículos más buscados desde la llegada del buen tiempo son las tiendas **de campaña**, seguidos por **mesas plegables** y **camping gas**.

En concreto, **coincidiendo con los meses de marzo y abril en los que se celebran multitud de festivales en todo el país**, destaca cómo los amantes de los festivales comenzaron a recurrir a plataformas de segunda mano para conseguir sus productos imprescindibles. **Las tiendas de campaña incrementaron las búsquedas en un 40%** en el mes de abril (previo al primer festival grande de la temporada que se celebra en Villarrobledo, Albacete), al igual que los **sacos de dormir**, que fueron un **87%** más buscados en este periodo.

Otros elementos como las **neveras portátiles**, un ‘must have’ para conservar tanto las bebidas como los alimentos durante la estancia en el camping de cualquier festival, ha tenido un 81% más de búsquedas en abril respecto a marzo, así como los **carritos plegables**, que subieron un 62%. Otro de los *ítems* festivaleros más buscados han sido las **carpas**, cuyo repunte ha destacado en abril un 72%.

Entre los productos de moda imprescindibles para un festival y que más búsquedas ha obtenido, destacan las riñoneras.

## **Los españoles, los más aficionados al turismo musical y entre los que más gastan**

El estudio [Travel Trends de Amadeus](#) detalla además cómo los **españoles son los europeos que más se animan a explorar los destinos de concierto**, con un 79% de encuestados frente a otros ciudadanos de Francia, Reino Unido o de Alemania.

**Pero, ¿cuánto se gastan aquellos aficionados por la música que deciden irse de festival?** Los españoles (38%) y franceses (35%) tienden a gastar más, con un considerable porcentaje dispuesto a invertir entre 300 y 600 euros en tales viajes. Además, en España, un 13% de los aficionados a la música estaría dispuesto a invertir más de 600 euros para repetir la experiencia frente a los británicos que son los más moderados. Un 58% destina sólo 300 libras.

### **PARA MÁS INFORMACIÓN**

Sala de prensa

[prensa.milanuncios@adevinta.com](mailto:prensa.milanuncios@adevinta.com)

<https://milanuncios.com/prensa>

a.