

Copa del Rey Málaga 2014

Informe de resultados e impacto en la sede organizadora



AEGIS MEDIA
SPONSORSHIP

1.- CERTIFICACIÓN DEL INFORME

1.1 Credenciales. Empresa responsable del estudio.....	4
--	---

2.- OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1 Objetivos Generales y metodología del informe	6
---	---

3.- DIMENSIÓN GENERAL DEL EVENTO

3.1. Datos de situación	8
-------------------------------	---

4.- DIMENSIÓN SOCIAL

4.1. Repercusión Socio-Económica de la Copa	11
---	----

4.2. Aceptación de Málaga como Sede	12
---	----

5.- DIMENSIÓN MEDIÁTICA

5.1. La fuerza mediática del evento	15
---	----

5.2. Retorno económico del evento.....	16
--	----

5.3. Retorno económico de la provincia de Málaga	17
--	----

6.- DIMENSIÓN ECONÓMICA

6.1. Consideraciones generales	19
--------------------------------------	----

6.2. Gastos directos	20
----------------------------	----

6.3. Resumen Valores Directos e Inducidos	22
---	----

6.4. Impacto económico total de Málaga	23
--	----

7.- CONCLUSIONES

7.1. Repercusión Socio-Económica de la Copa	25
---	----

7.2. Aceptación de Málaga como Sede	26
---	----

1. Certificación del informe

1. Certificación: Empresa responsable

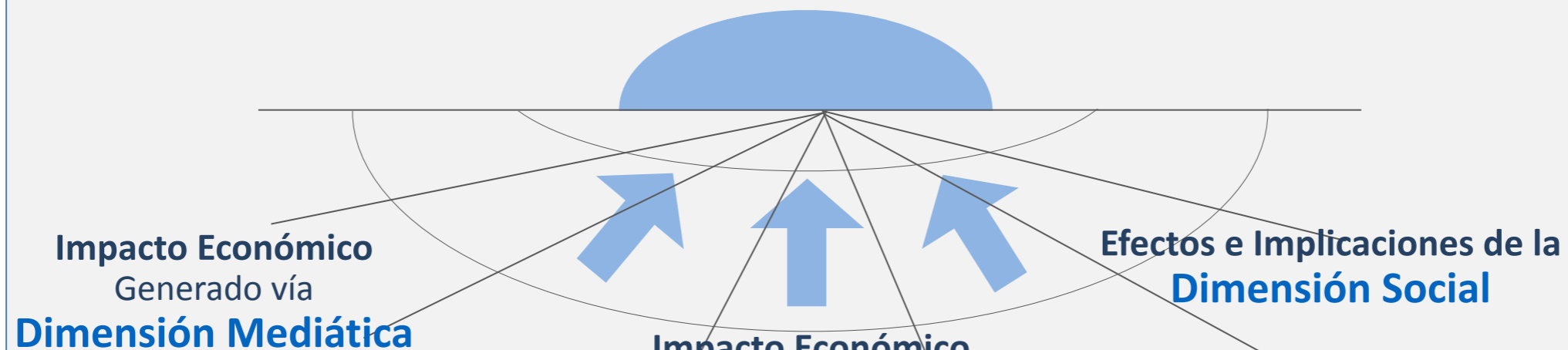


La Consultora de Patrocinio Líder en el Mercado

2. Objetivos y Metodología

2. Objetivos y metodología del estudio

Impacto Económico Copa del Rey FOCUS EN IMPACTO EN CIUDAD ORGANIZADORA "MÁLAGA"



Seguimiento Nacional

Informativos y Magazines
Medios Impresos
Medios Digitales

+

Repercusión nacional e
Internacional encuentros TV

+

Repercusión actividad
promocional y publicitaria

Impacto Económico Generado vía Dimensión Económica

Impacto Directo:
Gasto Asistentes
Gasto de la Organización
Gasto de los Patrocinadores y
Sponsor

Valores Inducidos Generados:
Valor Mediático
Valor Contingente
(valor económico que los malagueños
otorgan a Málaga como sede Copa)

Calculo Macroeconómicos:
Producción
Valor Añadido Bruto
PIB Empleo

Ingresos para la Hacienda Pública
Participación sobre el PIB
Provincial

Dos encuestas:

1) Asistentes al Evento
(+ 600 entrevistas)

Objetivo: Obtener el gasto
total derivado de la
asistencia a la Copa del Rey

2) Residentes en Málaga
(+ 400 entrevistas)

Objetivo: Medir la
repercusión social del
evento, su conocimiento e
involucración con el mismo

3. Dimensión **general** del evento

3. Dimensión del evento (1)

Flujo de movilidad: La Copa del Rey generó un flujo de movilidad de más de **166.168** personas

166 Protagonistas en Pista

Personal de Partidos y Organización: 278

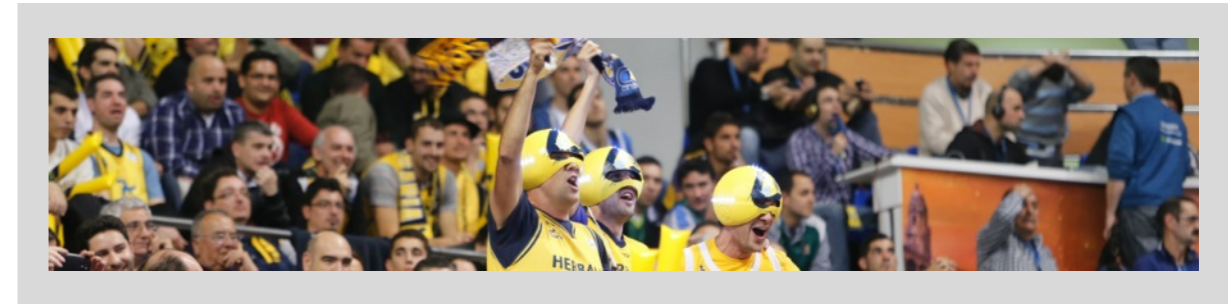
Personal Medios Acreditados: 532

133 Protagonistas en la Minicopa

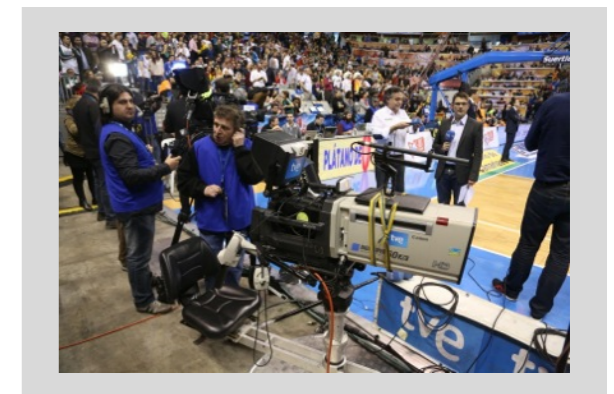
Asistentes a todos los Eventos: 81.934

Personal Patrocinadores y Otros: 1.191

Asistencia: El total de aficionados fue de **73.300**. Promedio de **10.471** espectadores por partido. Ocupación media del aforo: **95,2%**



Audiencia: La Final de Copa Registró una audiencia de **2.709.000** personas, con un minuto de oro de **4 millones**. El total del evento (9 partidos) tuvo una audiencia acumulada de **5.670.500** espectadores.



Difusión internacional: : Hasta 107 países efe cuatro continentes retransmitieron la Copa de Málaga

3. Dimensión del evento (y 2)

ACB TV: Los canales de vídeo oficiales de la ACB en Internet, ACBTV y Youtube.com/ACBCOM registraron **más de 1 millón de visualizaciones** en siete días.

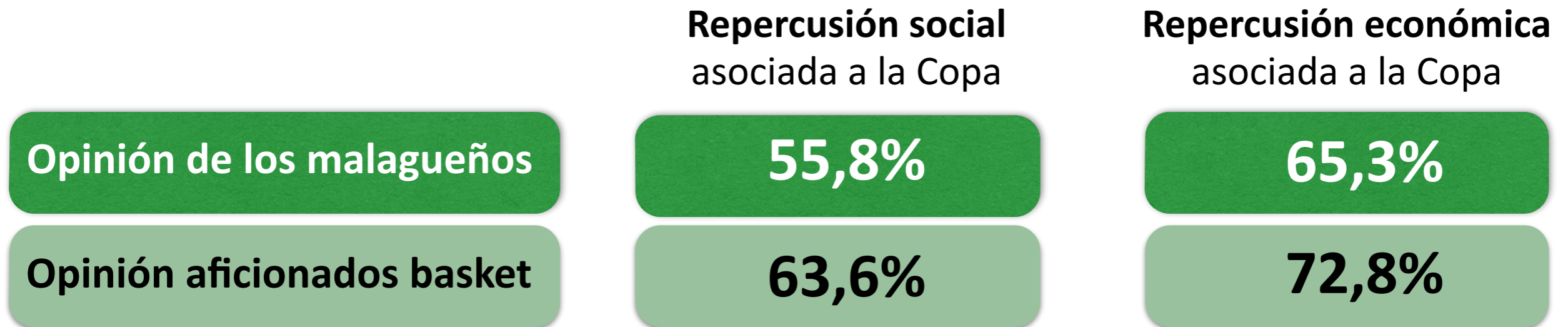


ACB.COM: **577.000 visitantes únicos** accedieron a la web oficial de la ACB durante la semana de Copa. Promedio de **154.000** en cada uno de los cuatro días de celebración. **1,4 millones** de visitas y **6,7 millones** de páginas vistas en ese tiempo.

REDES SOCIALES: **312.000 menciones en Twitter** entre la cuenta de la ACB y la de los clubes participantes durante la Copa. En la Final, más de 1.000 comentarios por minuto. **730.000 personas publicaron comentarios en Facebook** durante 7 días. E Instagram se inauguró en la Copa con más de **7.000 “Me gusta”**.

4. Dimensión social del evento

4. Repercusión socio-económica de la Copa



EFFECTOS CONTRIBUTIVOS PARA LA CIUDAD

Genera muchos o bastantes turistas

84,2%

Aporta imagen y promoción

90,2%

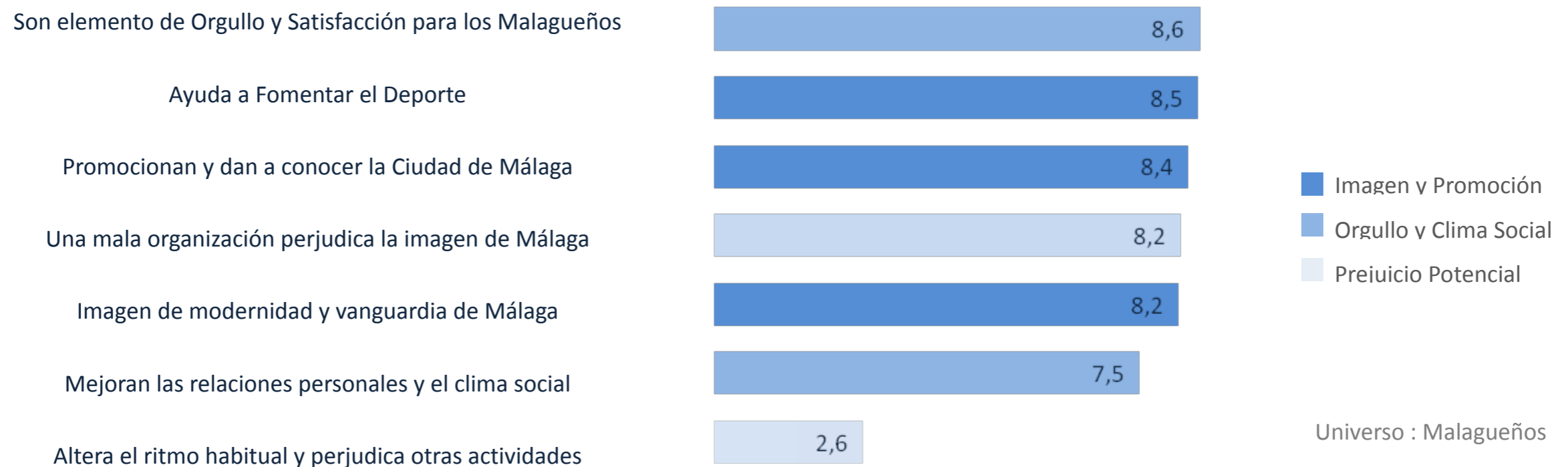
Crea empleo temporal

91,0%

En general un 91,7 % de los malagueños coinciden en que la Copa es rentable y que compensa las molestias que pueda generar a la Ciudad y a sus ciudadanos

4. Aceptación de Málaga como Sede (1)

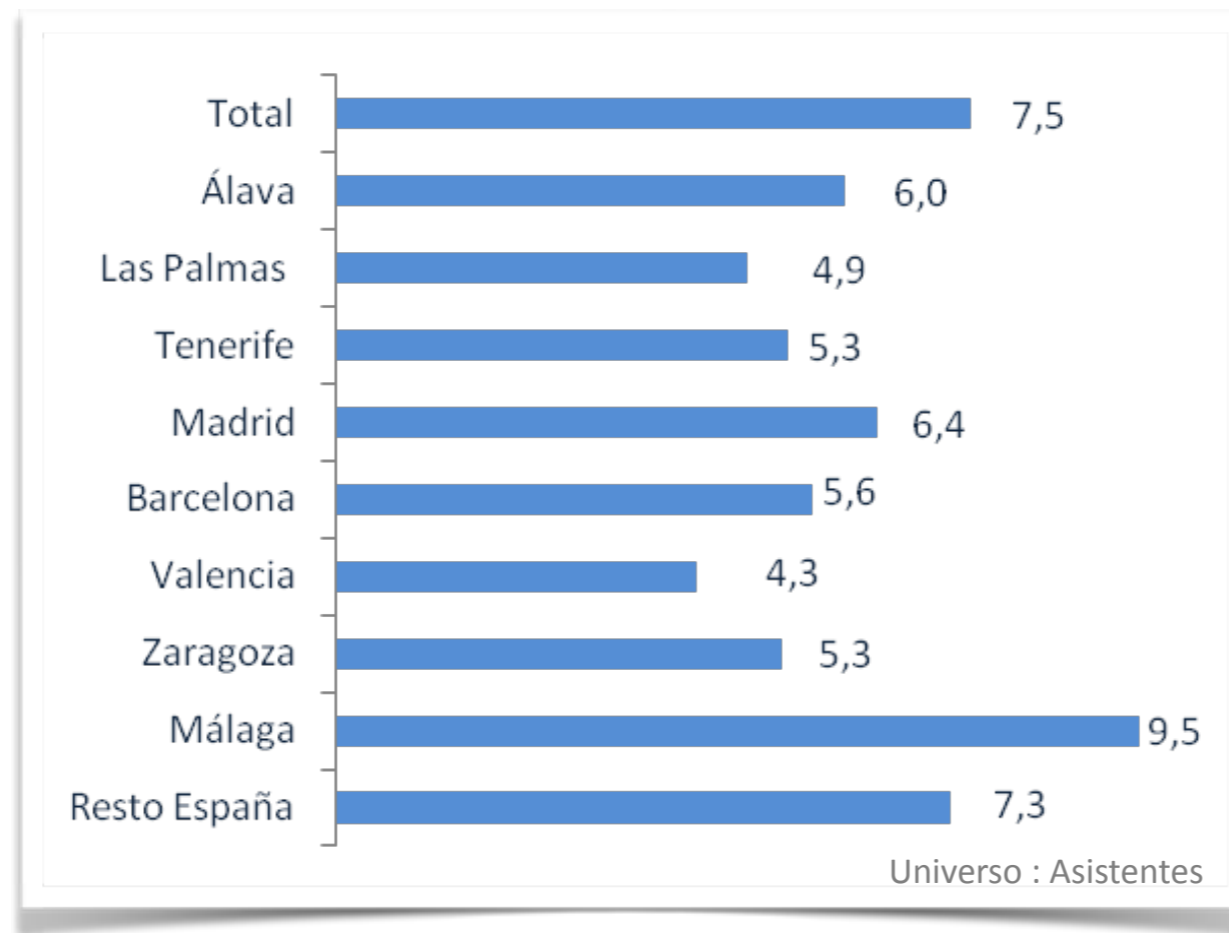
- * Hay un alto grado de acuerdo en que la **Ciudad Organizadora se beneficia principalmente en términos de imagen y promoción**
- * La ciudad se asocia con el **fomento del deporte**, con una buena **oferta cultural y de ocio** y también con **beneficios económicos y de turismo**



- * El apoyo y la implicación ciudadana al evento es tal que no se considera que tenga un efecto negativo sobre la vida normal de la ciudad. Se valora de forma muy positiva el **potencial promocional** y la **afección sobre la imagen de Málaga**.
- * El evento supone para los malagueños un **motivo de orgullo y satisfacción**, y consideran que tiene un efecto directo sobre el clima social de la ciudad.

4. Aceptación de Málaga como Sede (y 2)

- * Málaga está bien valorada en el deseo de los asistentes para que repita como sede del Evento.
- * Comparativamente con ediciones anteriores en las que se ha realizado un estudio similar, la valoración del total de asistentes es muy superior respecto al 5,8 obtenido en Madrid´09 y al 6,6 de Vitoria´13.



- * Lógicamente las aficiones de clubes con expectativas reales de organizar la Copa no comulgan con la idea de la repetición sistemática en Málaga al ser conscientes del potencial de sus instalaciones y del potencial del evento en la ciudad.

5. Dimensión mediática del evento

5. La fuerza mediática del evento



Televisión

Retransmisiones

40 retransmisiones

53 horas y 52 minutos

Audiencia Promedio
Acumulada*:
6.154.000 espectadores

Retransmisiones Internacionales

18 canales

106 países

Más de **10 millones**
de Audiencia Acumulada

Informativos y Magazines

198 noticias

4 horas y 30 minutos

Audiencia Promedio
Acumulada*:
102.336.000 espectadores

Medios Impresos

1390 noticias

Más de **798,6 páginas**

Audiencia Promedio Acumulada*:
461.703.500 lectores

Medios Digitales

4370 noticias

2.154 noticias
contienen foto o video

Audiencia Promedio Acumulada*:
+ 6.600 millones de internautas

5. Retorno económico del evento

La **valoración económica final del impacto mediático de la Copa** proviene del sumatorio del Retorno Económico obtenido en cada uno de los apartados analizados, que se desglosan en el siguiente cuadro:

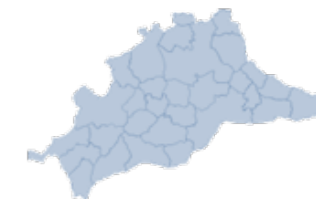
		VPE (€)
Televisión	Re transmisiones	5.070.074
	Re transmisiones Internacional	24.693.849
	Informativos y Magazines	725.921
	TOTAL	30.489.844
Medios Impresos	Medios Impresos	3.742.072
	TOTAL	3.742.072
Medios Digitales	Medios Digitales	892.814
	TOTAL	892.814
Campaña Publicitaria	Soportes TV	337.631
	Prensa	9.589
	Medios Online	1.000
	Radio	65.475
	TOTAL	413.695
Otros Activos	Contenido ACB.COM	57.700
	Programa Oficial	15.000
	Flyers	5.000
	Impacto Pabellón	20.853
	Zona Lúdica y Minicopa	68.900
	FITUR	35.750
	TOTAL	203.203
TOTAL VALOR EVENTO (€)		35.741.628

El retorno económico total de **la Copa** obtenido en medios y en otros activos publicitarios es de

35.741.628€



5. Retorno económico de la provincia de Málaga



Valoración económica del impacto mediático de la marca Málaga

El retorno económico total imputable a la **marca Málaga** obtenido en medios y en otros activos publicitarios es de...

4.499.977 €

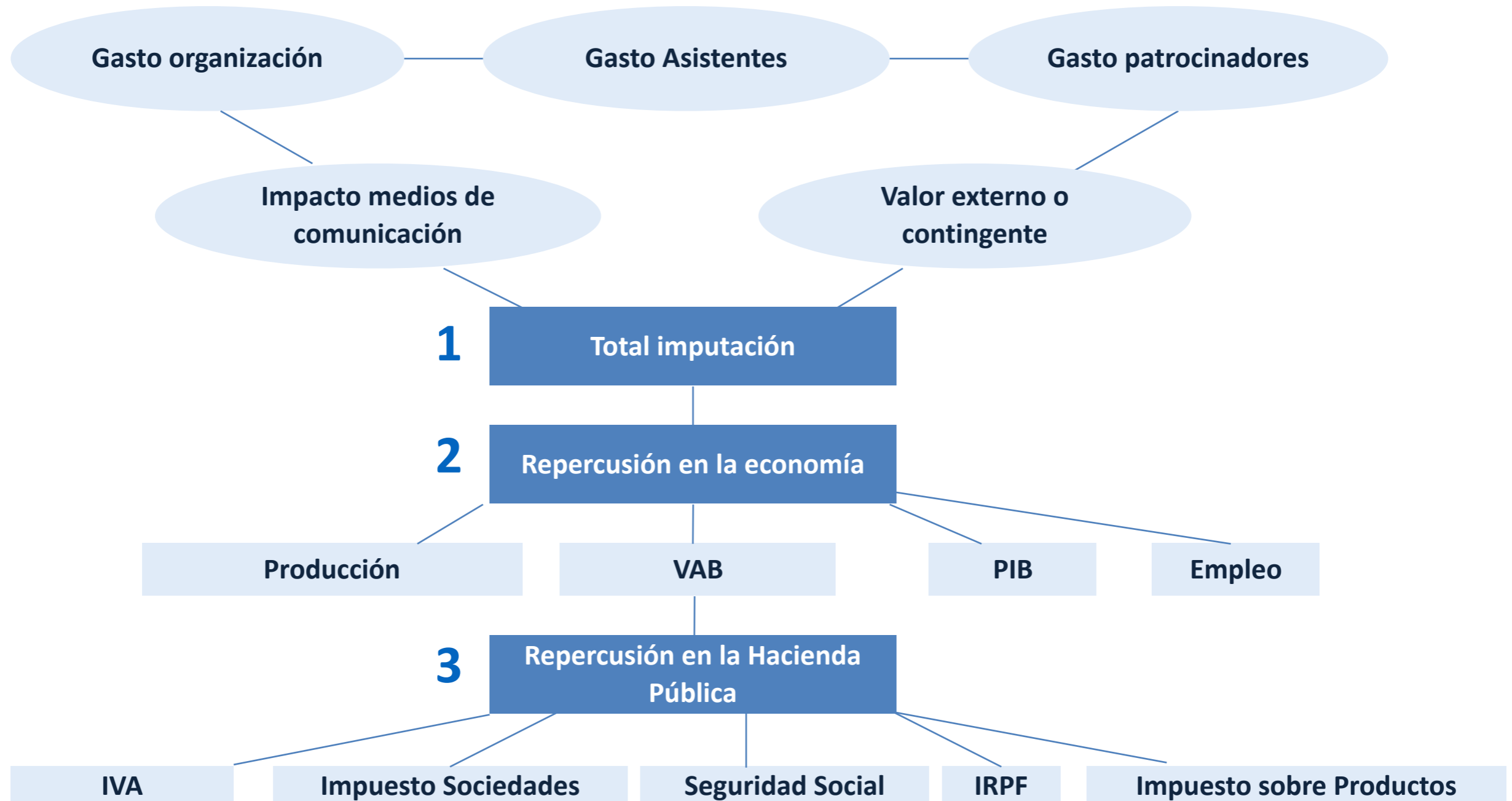
		VPE (€)
Televisión	Retransmisiones	500.195
	Retransmisiones Internacional	2.436.205
	Informativos y Magazines	42.566
	TOTAL	2.978.966
Medios Impresos	Medios Impresos	672.908
	TOTAL	672.908
Medios Digitales	Medios Digitales	565.544
	TOTAL	565.544
Campaña Publicitaria	Soportes TV	52.453
	Prensa	4.795
	Medios Online	500
	Radio	32.738
	TOTAL	90.486
Otros Activos	Contenido ACB.COM	57.700
	Programa Oficial	7.500
	Flyers	2.000
	Impacto Pabellón	20.853
	Zona Lúdica y Minicopa	68.270
	FITUR	35.750
	TOTAL	192.073
TOTAL VALOR EVENTO (€)		4.499.977

Valoración obtenida del sumatorio del Retorno Económico de cada uno de los apartados analizados. Ponderada cada noticia con los descuentos correspondientes, la mancha publicitaria o la duración y cualificada la presencia de Málaga con ratios correctores.

6. Dimensión económica del evento

6. Consideraciones generales

TRES PILARES FUNDAMENTALES



6. Gastos directos (1)

ORGANIZACIÓN

La cifra total de gastos organizativos directos ascendió a...

1.000.000 €.

Esta cifra incluye también los gastos generados por los **235 empleados ACB** que fueron desplazados a la Ciudad de Málaga y que han estado al cargo de la Organización de la Copa del Rey.

Gastos Organización por Partidas	
	Pabellón
	Costes Técnicos
	Elementos Producción
	RRHH
	Catering y Manutención
	Ticketing y Control Accesos
	Transportes
	Hoteles y Viajes
	Árbitros y Trofeos
	Otros
TOTAL GASTOS 1.000.000 €	

** no incluidos gastos de la organización sin repercusión directa en Málaga.*

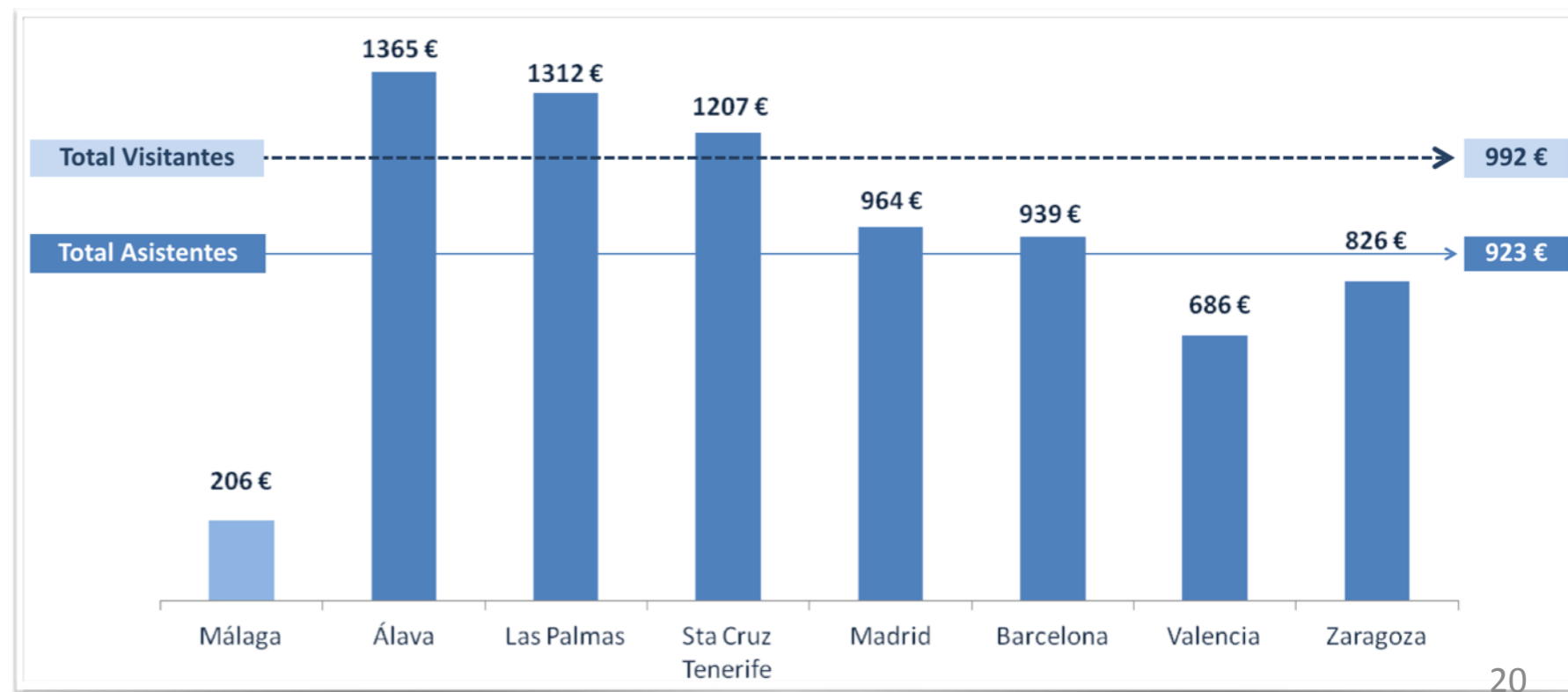
VISITANTES

El gasto medio total para los residentes en Málaga fue de

206 €

Para los asistentes de otras ciudades fue de

992 €.



6. Gastos directos (y 2)

Para la valoración del **Gasto directo de los asistentes a la competición** se ha tenido en cuenta, además de las partidas imputables al público visitante y residente, aquellas correspondientes al personal de medios de comunicación acreditados en función de su procedencia:

RESUMEN GASTO ASISTENTES	
Gasto de los medios acreditados	219.413 €
Visitantes: 8.030 con un gasto de 992 €	7.968.368 €
Residentes en Málaga: 5.246 con un gasto de 206 €	1.082.953 €
TOTAL GASTO ASISTENTES	9.270.734 €

El Gasto total imputable a los Asistentes es de **9.051.321 €**

Concepto	Málaga	%	Resto	%	Total	%
Entradas	805.482	74,4%	1.786.750	22,4%	2.592.232	28,6%
Restauración	188.904	17,4%	2.610.664	32,8%	2.799.568	30,9%
Transporte	58.090	5,4%	1.725.738	21,7%	1.783.828	19,7%
Alojamiento	0	0,0%	1.328.850	16,7%	1.328.850	14,7%
Compras/Merchandising	30.476	2,8%	418.050	5,2%	448.526	5,0%
Act. Culturales/Ocio	0	0,0%	98.317	1,2%	98.317	1,1%
Total (€)	1.082.953	100%	7.968.368	100%	9.051.321	100%

El mayor gasto se produce en la restauración, seguido por las entradas y el transporte, siendo las actividades culturales y el ocio en lo que menos tiempo y dinero se invierte.

6. Resumen Valores Directos e Inducidos

La suma de los **Gastos Directos** de la Copa (organización, asistentes y patrocinadores) y los **valores inducidos** (efecto externo y valor mediático) genera para la Provincia de Málaga más de 17,5 mm de €.

TOTAL IMPUTABLE A MÁLAGA	
Gastos de Organización	1.000.000
Gastos de Asistentes y Medios Acreditados	9.270.734
Gastos de Sponsors y Colaboradores	800.000
Evaluación de la Dimensión Mediática	4.499.977
Evaluación de los Efectos Externos / Contingente	1.969.371
TOTAL VALORES IMPUTABLES (€)	17.540.082 €



6. Impacto económico total de Málaga

TOTAL IMPACTO ECONÓMICO (€)	
INGRESOS DIRECTOS (€)	11.070.734
VALORES INDUCIDOS (€)	
Ingresos en la Hacienda Pública	3.379.425
Evaluación externa o efecto contingente	1.969.371
Impacto en los medios de comunicación	4.499.977
TOTAL IMPACTO ECONÓMICO (€)	20.919.507



Málaga
Ciudad Genial!



20.919.507 €

7. Conclusiones

7. El Evento: Copa del Rey

- * La Copa del Rey es un evento generador de una gran repercusión, creando **importantes flujos de movilidad**. **Cada visitante se ha gastado 993 € de promedio en la Copa** (*923 en el caso de los residentes en la provincia*).
- * Los **beneficios aportados a Málaga y en consecuencia a Andalucía**, tanto en el orden económico como social y mediático, se reconocen ampliamente por la ciudadanía según se desprende de los datos recogidos en las encuestas. De manera específica existe un **reconocimiento general sobre el impacto del evento en la promoción y la imagen de Málaga**, y en los beneficios que los sectores de la restauración, el transporte, la hostelería y en menor medida el comercio minorista obtienen de la fiesta de la Copa del Rey.
- * Existe una **percepción muy positiva sobre la valoración general de la Copa por parte de los asistentes**, que otorgan a la organización, accesos e instalaciones datos muy por encima de anteriores ediciones.
- * **El evento es considerado por parte de los residentes en la provincia como económicamente rentable**, valorando que el beneficio tangible e intangible para la ciudad supera las molestias que podrían llegar a generarse por la celebración de una competición de estas características en la ciudad.
- * **La repercusión mediática del evento** y por asociación la **repercusión en la Imagen de la ciudad organizadora es muy importante**, ya que ésta comparte el protagonismo con el evento en la mayoría de las noticias generadas. El **valor mediático del evento a nivel mundial supera los 35 Millones de €**, siendo el valor mediático para la marca Málaga de 4,5 Millones de €

7. Resumen impacto económico en Málaga

Sumario Ejecutivo Valoración Impacto económico en la Provincia

Ingresos directos originados por el evento (Organización, de los Asistentes y personal de los medios acreditados y los Gastos de los Patrocinadores y Proveedores) **11.070.734 €**

Impacto generado en medios por la presencia de la marca Málaga **4.499.977 €**

Ingresos para la Hacienda Pública (estimados) **3.441.626 €**

Valor Contingente asignado por los malagueños **1.969.371 €**

Impacto económico total sobre la provincia organizadora, Málaga

20.919.507 €

Afección sobre los datos macroeconómicos de la Provincia

Producción equivalente sobre los ingresos directos **23.186.384 €**

Puestos de trabajo generados **610**

Participación de la actividad en el incremento del PIB de la Provincia **3,8 %**