

ANÁLISIS

EVENTO DEPORTIVO I

GBC 2008-2009

ÍNDICE

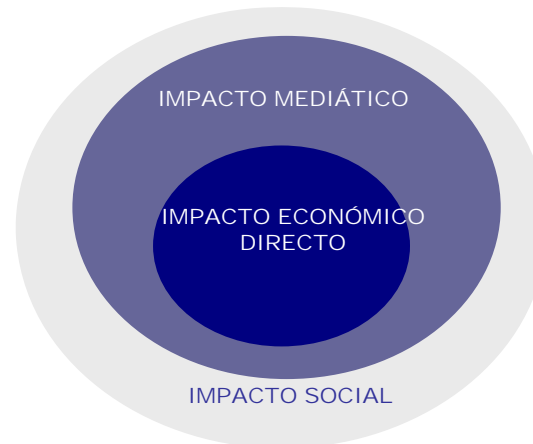
I. ENFOQUE Y METODOLOGÍA PLANTEADA.....	3
II. PERFIL DE ASISTENCIA.....	7
III. GASTO IMPULSADO POR LOS ASISTENTES.....	11
IV. GASTO IMPULSADO POR LA ORGANIZACIÓN.....	14
V. IMPACTO MEDIÁTICO.....	16
VI. A MODO DE SÍNTESIS.....	18

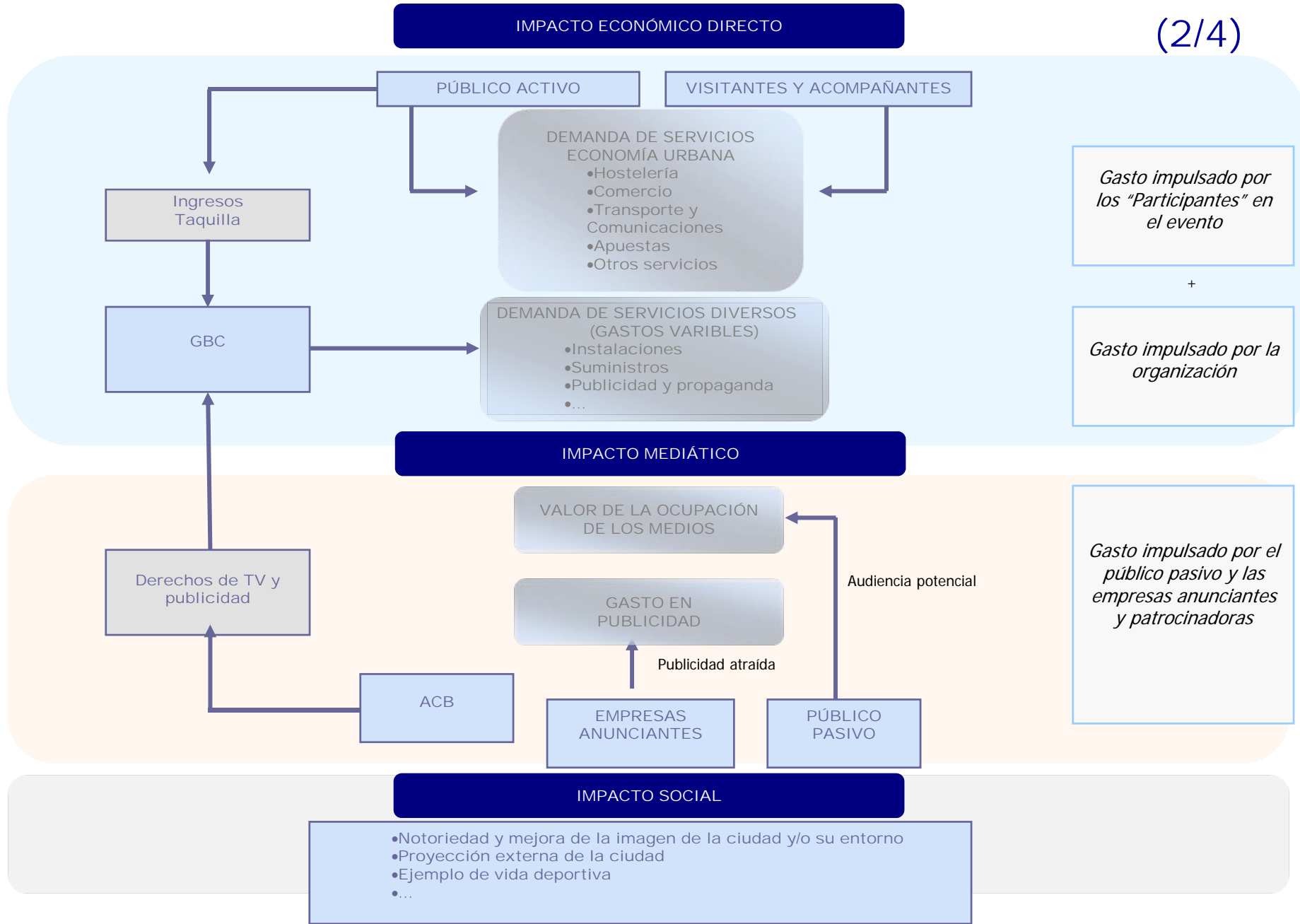
o Tipo de Evento

<i>Tiempo/Espacio</i>	Focal	Distribuido	Difuso
Continuado	<i>Tipo 1</i>	GBC	
Prolongado		<i>Tipo 2</i>	
Puntual			<i>Tipo 3</i>

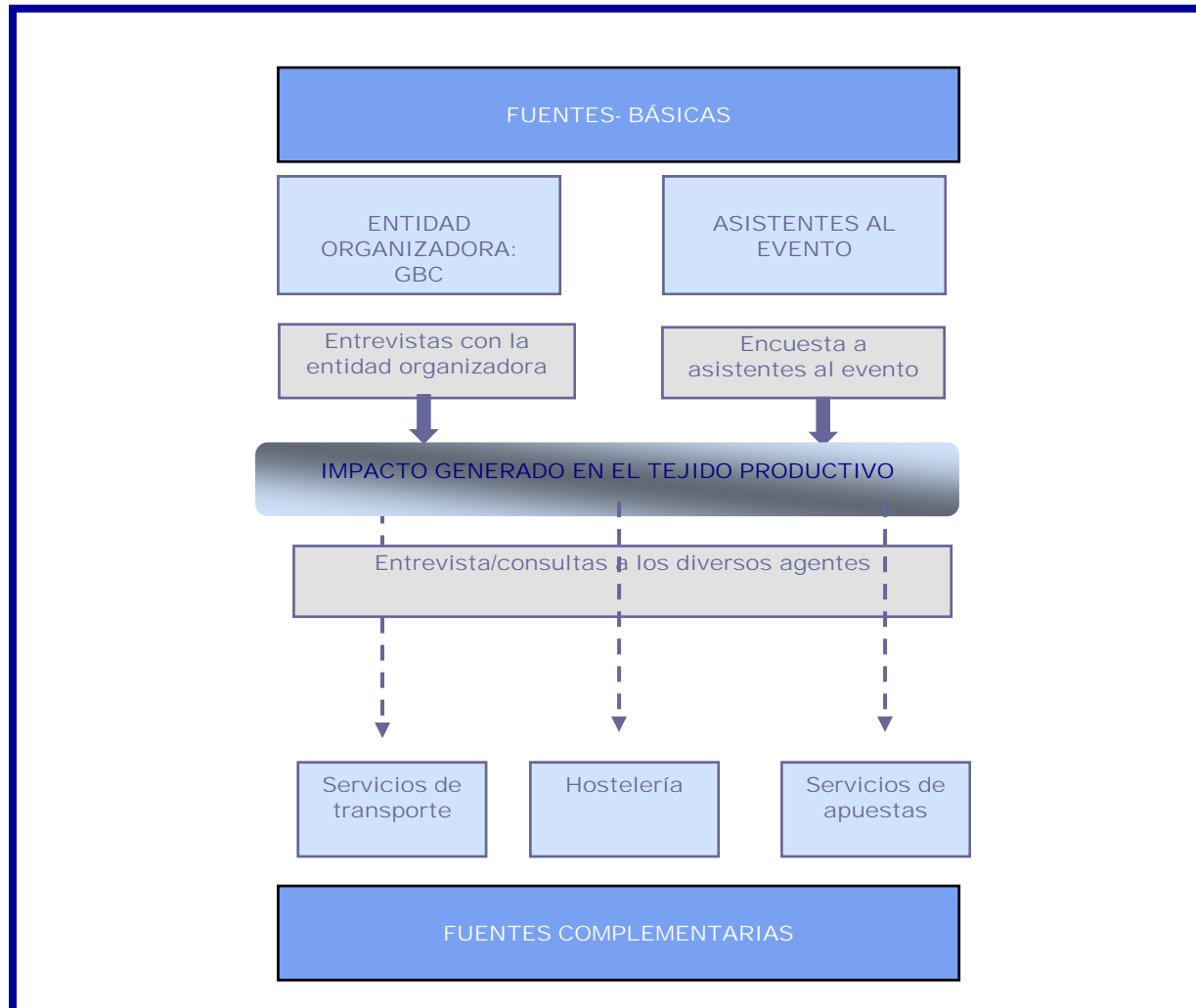
Tipología 1: Continuado y Focal; Tipología 2: Prolongado y Distribuido; Tipología 3: Puntual y Difuso

o Tipo de Impacto





○ Métodos de aproximación informativa



o Encuesta a los asistentes al evento

Universo

LIGA ACB 2008-09 Espectadores de los partidos disputados en Illumbe

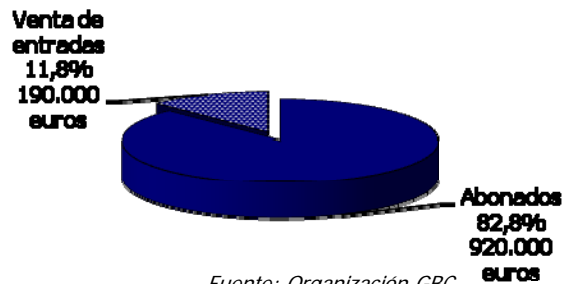
Encuentros deportivos	Espectadores Illumbe
1. Buesa GBC - Real Madrid	9.500
2. Buesa - TAU Cerámica	10.250
3. Buesa GBC - DKV Joventut	8.303
4. Buesa GBC - CAI Zaragoza	7.150
5. Buesa GBC – ViveMenorca	6.750
6. Buesa GBC - Pamesa Valencia	6.650
7. Buesa GBC – Unicaja	9.850
8. Buesa GBC - Regal FC Barcelona	9.925
9. Buesa GBC - CB Granada	8.753
10. Buesa GBC – Cajasol	8.475
11. Buesa GBC - Iurbentia Bilbao Basket	8.915
12. Buesa GBC - CB Murcia	6.723
13. Buesa GBC - Kalise Gran Canaria	6.425
14. Buesa GBC - Alta Gestión Fuenlabrada	9.230
15. Buesa GBC - MMT Estudiantes	9.075
16. Buesa GBC - Ricoh Manresa	7.000
Total espectadores Temporada 2008-2009	132.974 espectadores
Media de espectadores por partido	8.311 espectadores

Detalle muestral

RECOGIDA DE INFORMACIÓN Y CALENDARIZACIÓN	<p>Illumbe Donostia-San Sebastián</p> <p>Entrevista presencial en castellano y en euskera mediante cuestionario estructurado en PDA (provistos con el programa de encuestación Gandia Hapi) en el propio recinto deportivo de Illumbe.</p> <p>Encuestación en 5 eventos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Buesa GBC</i> - Regal FC Barcelona – 11 enero 2009 – ENCUESTACIÓN PILOTO- 2. <i>Buesa GBC</i> –Granada -18 enero 2009 3. <i>Buesa GBC</i> - Cajasol-Sevilla -1 febrero 2009 4. <i>Buesa GBC</i> – Bilbao Irbentia-Bilbao-Basket -15 febrero 2009 5. <i>Buesa GBC</i> – Kalise Gran Canaria-22 marzo 2009
UNIVERSO	Asistentes a los encuentros del GBC en Illumbe, Donostia-San Sebastián en el periodo enero – marzo 2009; Universo de 42.493 personas.
TAMAÑO DE LA MUESTRA	606 encuestas distribuidas a lo largo de 5 partidos (entre 70 y 150 en cada uno de los encuentros)
ERROR DE LA MUESTRA	El margen de error para el total de la muestra se sitúa por debajo del $\pm 4\%$ para un nivel de confianza del 95%, bajo el supuesto de máxima indeterminación ($p=q=50\%$)

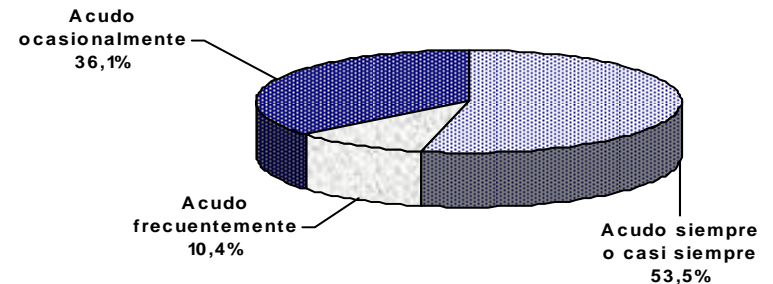
Forma de relación con el evento estable y fiel Evento de participación lúdico-social

1) Ingresos Taquilla GBC



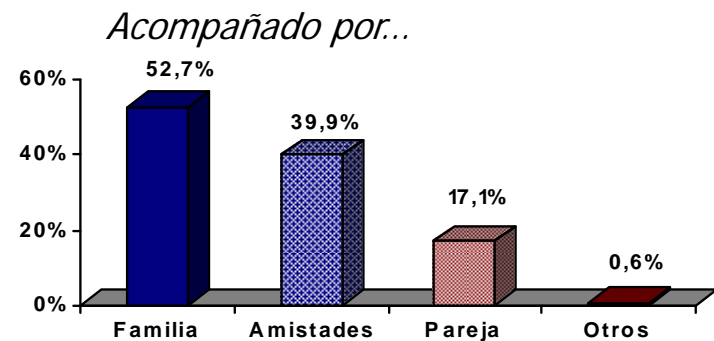
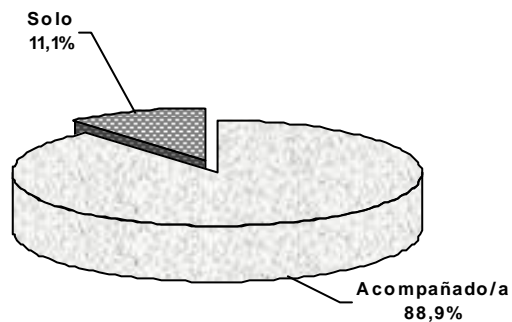
Fuente: Organización GBC

2) Perfil de asistencia: frecuencia



Fuente: Encuesta a espectadores GBC Illumbe Temporada 08/09

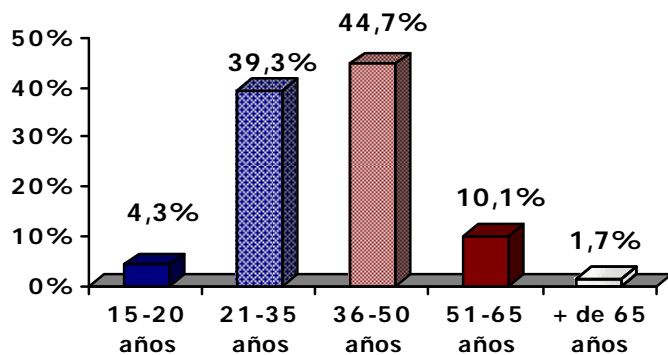
3) Perfil de evento "social": asistencia predominantemente familiar/colectiva



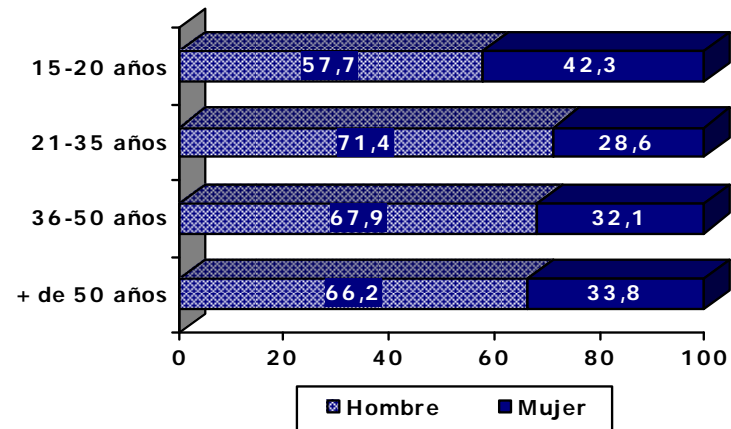
Fuente: Organización GBC

Evento "para todas las edades" y relativamente masculinizado

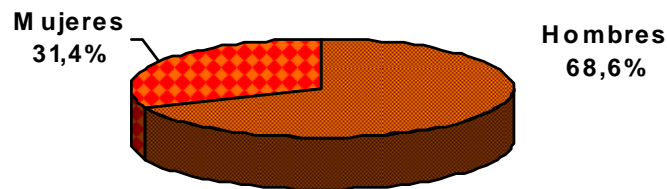
4) Grupos de edad asistentes



6) Perfil del género del asistente según grupo de edad

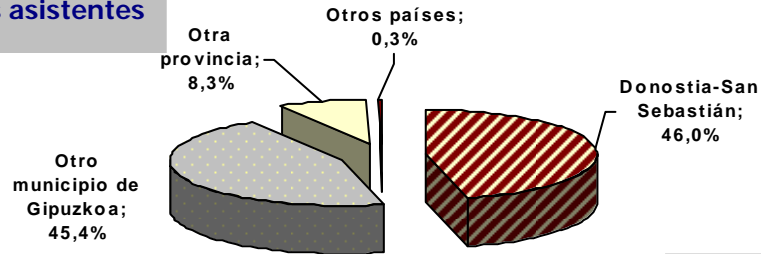


5) Perfil relativamente masculinizado



Perfil territorial Donostia y Gipuzkoa: Un evento compartido

Origen de los asistentes



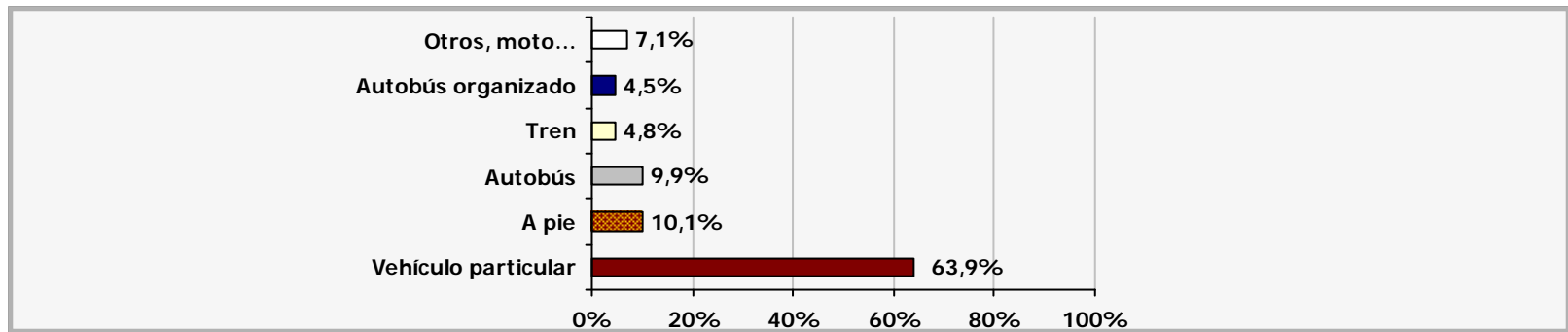
Donostia-San Sebastián

	Peso poblacional	Asistentes	Peso Asistentes/ Peso Poblacional
1.Aiete	7,0%	10,4%	1,5
1.Antiguo + Ibaeta	13,1%	16,2%	1,2
1.Amara-berri	14,4%	17,6%	1,2
1.Gros	10,8%	12,9%	1,2
1.Egia	8,3%	7,2%	0,9
1.Loyola	2,5%	2,2%	0,9
1.Intxaurreondo	8,9%	7,5%	0,8
1.Centro	12,7%	10,4%	0,8
1.Altza	10,6%	7,5%	0,7
1.Bidebieta	5,0%	2,5%	0,5
1.Martutene	1,6%	0,4%	0,3
1.Otros	5,1%	5,2%	1,1
Total	100,0%	100,0%	0,6

Resto de Gipuzkoa

	Encuesta (%v.)	Abonados GBC (%v.)
Donostia-San Sebastián	46,0	66,3
Primer cinturón	19,9	16,7
Oarsoaldea	10,6	8,9
Donostialdea Oeste	9,3	7,9
Segundo cinturón	17,5	11,2
Eje Tolosa	7,3	4,5
Costa	5,6	4,2
Bajo Bidasoa	4,6	2,6
Resto	16,6	6,6
Resto Gipuzkoa	7,9	5,7
Otros	8,7	0,9
Total	100,0%	100,0%

El coche el gran protagonista

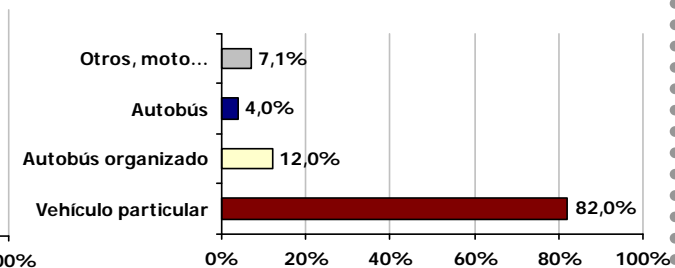
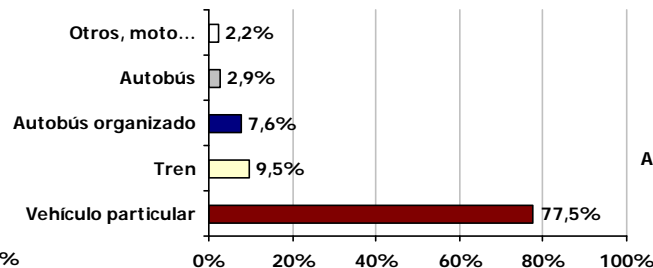
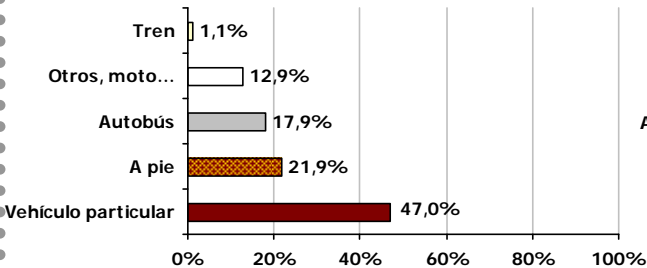


Tres modelos de accesibilidad

1. Donostia:
"En coche y a pie"

2. Resto de Gipuzkoa:
"En coche y en menor medida tren"

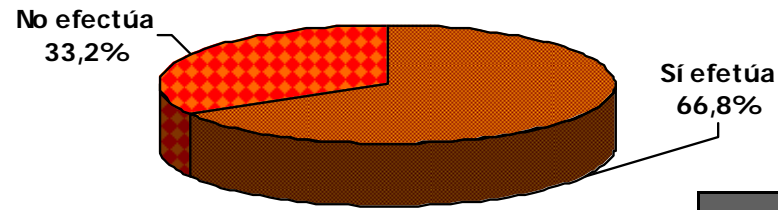
3. Resto de provincias:
"En coche y autobús organizado"



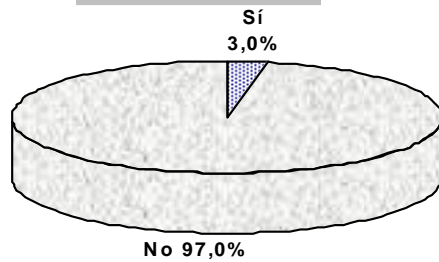
Fuente: Encuesta a espectadores GBC Illumbe Temporada 08/09

Gasto efectuado por los asistentes en Illumbe Un comportamiento "modesto"

% Asistentes que efectúa gasto terciario en el recinto de Illumbe



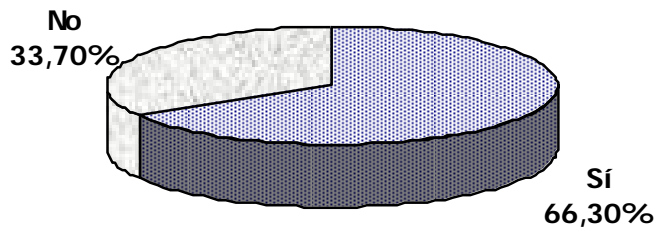
Gasto apuestas



GASTO APUESTAS 08/09	
% de asistentes que apuestan	3%
Media de gasto total en apuestas por partido	929,75 euros
Apuesta media	3,6 euros
Gasto medio por persona	0,11 euros
Número de partidos celebrados en Illumbe	16 partidos
Gasto estimado apuestas 08/09	14.876 €



Gasto hostelería



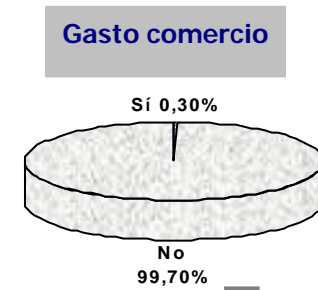
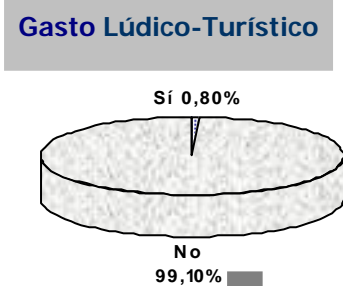
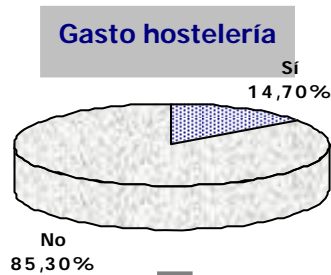
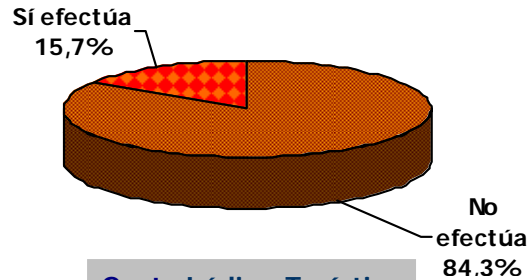
GASTO HOSTELERÍA 08/09	
Gasto medio por persona que efectúa gasto	3,4 €
Gasto medio por persona	2,2 €
Gasto hostelero 08/09	297.806 €



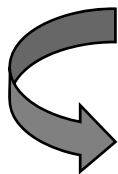
GASTO HOSTELERÍA 08/09	Solos	Familia	Pareja	Amistades -Otros
% Si efectúa gasto hostelero	55%	70%	68%	67%
Gasto medio por persona que efectúa gasto hostelero	3,6 €	2,2 €	2,7 €	4,5€
Gasto hostelero 08/09	29.225 €	87.124 €	37.109 €	144.348 €

Fuente: Encuesta a espectadores GBC Illumbe Temporada 08/09

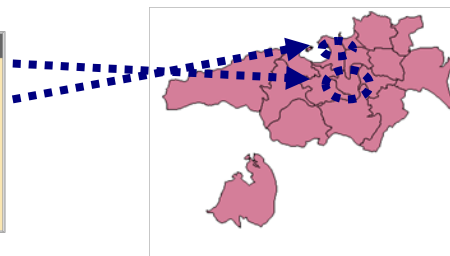
Gasto efectuado por los asistentes fuera de Illumbe Un comportamiento "anodino"



GASTO HOSTELERÍA 08/09		GASTO RECREATIVO 08/09		GASTO COMERCIO 08/09	
<i>Gasto medio por persona que efectúa gasto</i>	18,6 €	<i>Gasto medio por persona que efectúa gasto</i>	14,2 €	<i>Gasto medio por persona que efectúa gasto</i>	30 €
<i>Gasto medio por persona</i>	2,7 €	<i>Gasto medio por persona</i>	0,12 €	<i>Gasto medio por persona</i>	0,09 €
<i>Gasto hostelero</i>	363.070 €	<i>Gasto lúdico-turístico</i>	16.008 €	<i>Gasto comercio</i>	11.968 €



Barrios Donostia-San Sebastián		%v.
1.	Amara Berri	35,9
2.	Parte Vieja	32,6
3.	Centro - Amara Zaharra	9,8
3.	Antiguo - Ibaeta	5,4
4.	Gros - Ullia	5,4
5.	Otras zonas de Donostia-San Sebastián	10,9



‘Síntesis del gasto impulsado por los asistentes

DENTRO...

Resumen gasto efectuado en el recinto de Illumbe 08/09 en €	Euros
<i>Gasto apuestas 08/09</i>	14.876 €
<i>Gasto hostelero 08/09</i>	297.806 €
Total gasto terciario	312.682 €
Gasto medio por persona	2,4 €

FUERA...

Resumen gasto efectuado fuera del recinto de Illumbe 08/09 en €	Euros
<i>Gasto hostelería 08/09</i>	363.070 €
<i>Gasto lúdico turístico 08/09</i>	16.008 €
<i>Gasto comercio 08/09</i>	11.968 €
Total gasto terciario	391.046 €
Gasto medio por persona	2,9 €

EN TRÁNSITO...

Gasto asociado a Transporte 08/09			
Medio de transporte	% usuarios	Gasto por persona €	Gasto resultante €
Transporte público (Autobús, Tren, Autobús organizado)	19,2	2,8	72.006
Transporte privado	71,0	1,6	149.758
Coche	63,9	1,6	137.484
Moto, otros	7,1	1,3	12.274
Total	89,9	1,8	221.764

Fuente: Encuesta a espectadores GBC Illumbe Temporada 08/09

IV. GASTO IMPULSADO POR LA ORGANIZACIÓN (1/2)

La organización y el tejido socioeconómico guipuzcoano



IV. GASTO IMPULSADO POR LA ORGANIZACIÓN (2/2)

Gasto directo impulsado por la Organización en el tejido guipuzcoano

GASTO DIRECTO IMPULSADO POR GBC EN EL TEJIDO PRODUCTIVO DE GIPUZKOA	c.a.	% v.
1) Compras + Servicios profesionales independientes	572.000	28,49%
2) Arrendamientos + Mantenimiento + Suministros + Gastos diversos	568.400	28,31%
3) Publicidad, propaganda y relaciones públicas	370.000	18,43%
4) Transporte + Desplazamientos	307.100	15,30%
5) Gastos financieros + Comisiones y gastos bancarios + Primas de seguros	190.000	9,46%
Total gasto impulsado por la Organización del GBC en el tejido local	2.007.500	100,00%

o Metodología

- 1° Medición de la ocupación del espacio informativo dedicado al evento.
- 2° Cálculo del ratio (%) de ocupación que representa el evento respecto al espacio informativo total del medio
- 3° Aplicación del ratio a:
 - los ingresos globales por ingresos publicitarios del medio +
 - la circulación del periódico (ventas) en el caso de la prensa
- 4° Complementariamente adición marginal de los gastos de publicidad directamente vinculada al evento (noticia-información).

o Aplicación de la metodología

Análisis de casos

Medios analizados

- Prensa: DV
- Radio: Punto Radio
- Televisión: Teledonosti

Extrapolación a través de niveles de audiencia



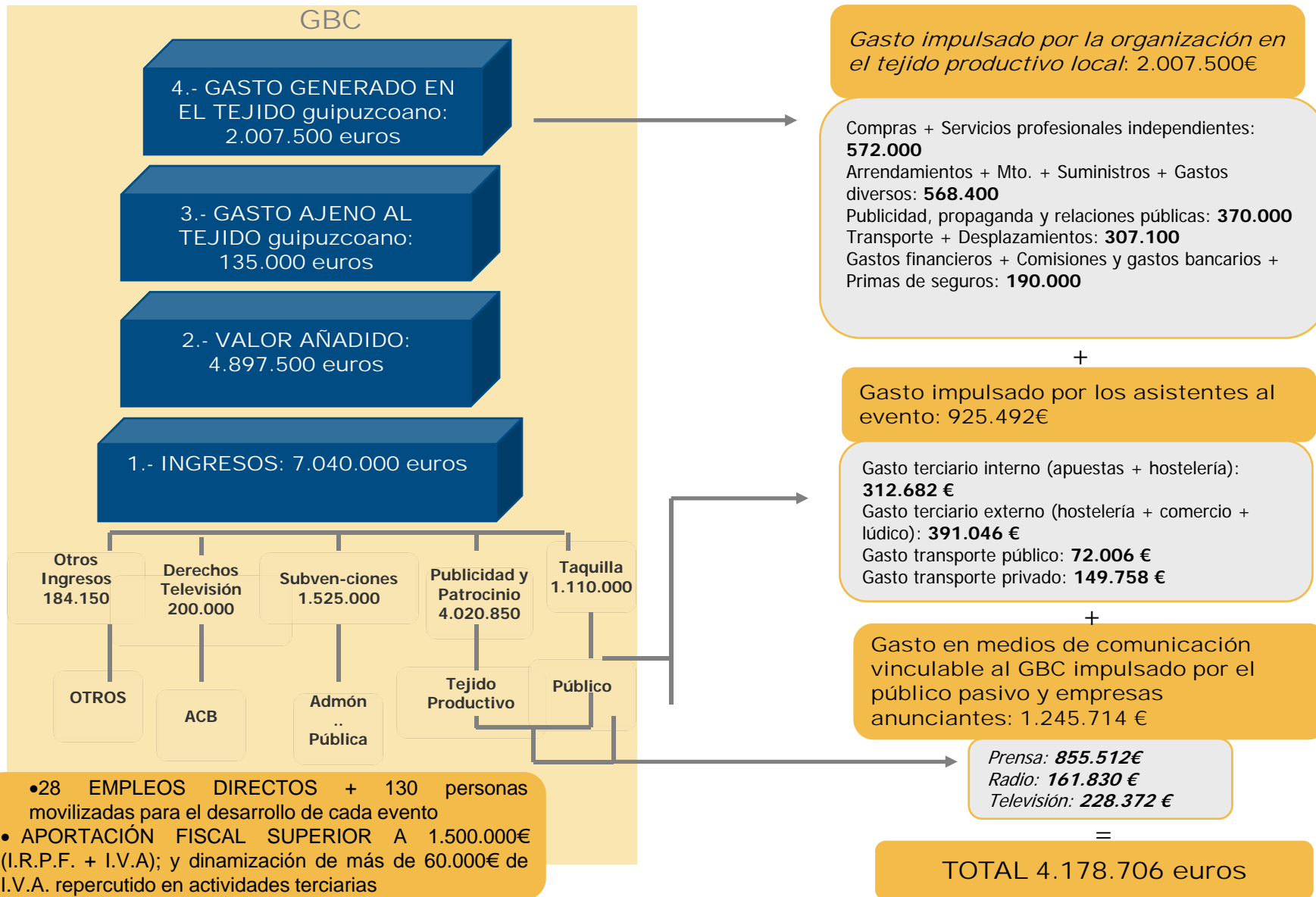
**Estimación del
impacto
mediático
valorado en
euros**

o Resultados

Medio de referencia	Ratio de ocupación	Ingresos del medio de referencia (K)	Factor de extrapolación al resto de medios Gipuzkoa
Diario Vasco	0,85%	K_1	1,6
Punto Radio	0,69%	K_2	25,8
Teledonosti	1,03%	K_3	
ETB1	1,03%	$K_{3'}$	3,8
ETB2	0,14%	$K_{3''}$	8,4
Resto cadenas TV	0,00023%	$K_{3''''}$	29,1

Medio de comunicación	Valor estimado en euros
a) PRENSA	855.512 euros
b) RADIO	161.830 euros
c) TELEVISIÓN	228.372 euros
Total impacto mediático	1.245.714 euros

VI. A MODO DE SÍNTESIS



VI. A MODO DE SÍNTESIS

- El evento deportivo se presenta **socialmente** como evento ligado a un perfil de asistencia fiel y estable y se concibe como un evento de participación lúdico – social “para todas las edades” y relativamente masculinizado. **Territorialmente** constituye un evento compartido entre público donostiarra y el del conjunto del territorio guipuzcoano.
- En términos de **accesibilidad** el coche figura como el “gran protagonista”, pese a que Donostia ciudad, su cinturón inmediato, y el resto del territorio planteen modelos matizadamente diferenciados.
- Globalmente el **gasto directo** realizado por los **asistentes** asciende a 925.492€, lo que respresenta aproximadamente una media de 6,9 euros por asistente (2,4 € asociado al gasto lúdico – terciario en Illumbe, 2,9 € ligado al mismo concepto en otras zonas de la ciudad y cerca de 2 € en transporte). Cifras todas ellas que dibujan un comportamiento de gasto muy modesto y condicionado por la limitada oferta existente in situ y la propia ubicación de Illumbe excéntrica al entramado urbano.
- La **organización** por su parte impulsa un **gasto directo** en el tejido productivo guipuzcoano de 2.007.500€ y ofrece un **balance fiscal y de empleo virtuoso**.
- Y el público pasivo y empresas anunciantes guipuzcoanas impulsan un **gasto en medios de comunicación** de unos 1.245.714 € anuales.
- De forma integrada el evento impulsa un **gasto directo y mediático de 4.178.706 euros**.

Desde ese positivo balance, cabe concluir que el evento presenta un significativo potencial aún no optimizado, que abre un espacio de oportunidad interesante aunque no exento de dificultades. Su desarrollo requeriría del fortalecimiento de la oferta directa asociada al evento y de la optimización de sus sinergias con los ritmos del tejido empresarial urbano terciario de la ciudad.