



IMPACTE ECONÒMIC
D'ESDEVENIMENTS A LA CIUTAT DE
GIRONA

FESTIVAL ACAPELLA

RESUM EXECUTIU

ABRIL 2015

GIRONA

METODOLOGIA DE CÀLCUL I RECULL DE DADES

En relació a la metodologia aplicada, s'utilitza el sistema de treball de monitorització dels esdeveniments, així com l'ús del software on-line.

En la recollida de les dades de la informació necessària, s'ha procedit a utilitzar el mètode d'enquestes. El nombre de qüestionaris recollits ha estat de 384 enquestes degudament estratificades. Es treballa amb poblacions infinites, amb un marge d'error del 5% i uns nivells de confiança del 95 % ($z=1,96$). En l'estratificació de la mostra (21 punts diferents) s'ha recollit la següent informació:

Dissabte 9 abril		95
Plaça Independència	In crescendo	25
Plaça independència	The anchovettes	25
Auditori	Slixs	45
Diumenge 10 abril		25
Plaça Independència	B Vocal	25
Dilluns 11		0
Plaça Independència	Cor UdG	0
Dimarts 12		
Plaça Independència	Tutti Veus	50
Dimecres 13		
Plaça Independència	Cor jove	50
Dijous 14		
Plaça Independència	Cor Gospel	0
Divendres 15		70
Plaça Independència	Gospelians	35
Casa cultura	The gorumets	35
Dissabte 16		70

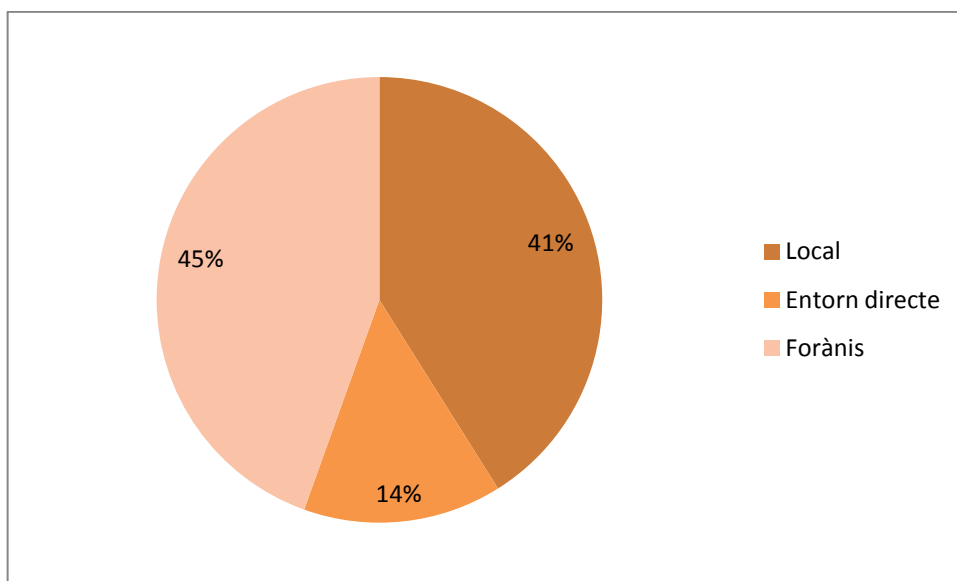
Plaça Independència	seïottavi	35
Auditori	The Hanfris	35
Diumenge 17		25
Plaça Independència	Opus Jam	25

Precisar que per a la valoració del nombre de persones assistents, es realitza mitjançant diferents fonts d'informació facilitada per l'organització, com són el número d'entrades venudes i la observació in situ.

RESULTATS ENQUESTA FESTIVAL

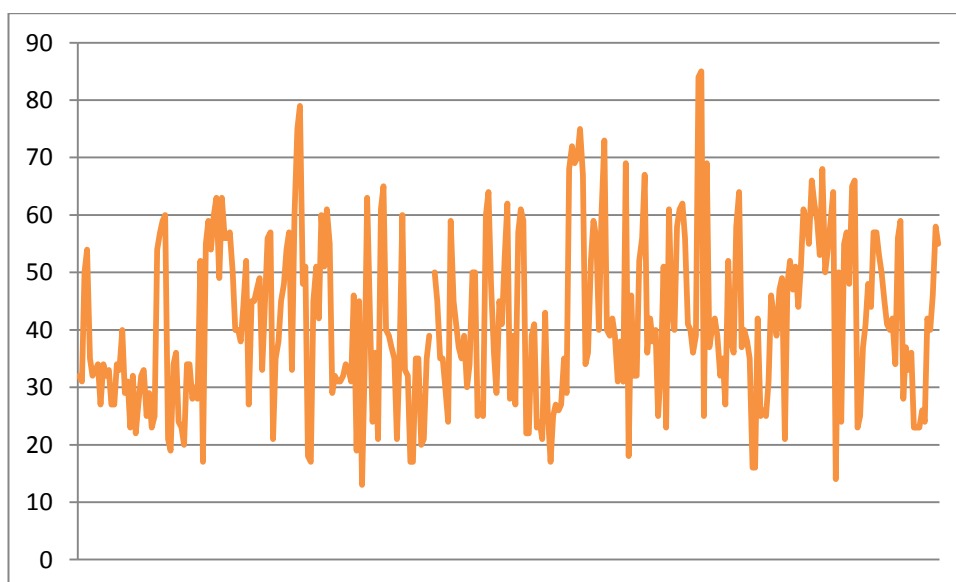
Perfil de consumidor

Pel que fa al perfil del consumidor de ACapella, la primera dada rellevant està relacionada amb el seu origen. El primer element destacable es la profunditat en el diferent origen dels seus assistents.



Com es pot observar, estem enfront d'un públic molt polaritzat, repartit bàsicament en públic foràni i població local, amb un menor pes pel que seria el públic en entorn directe.

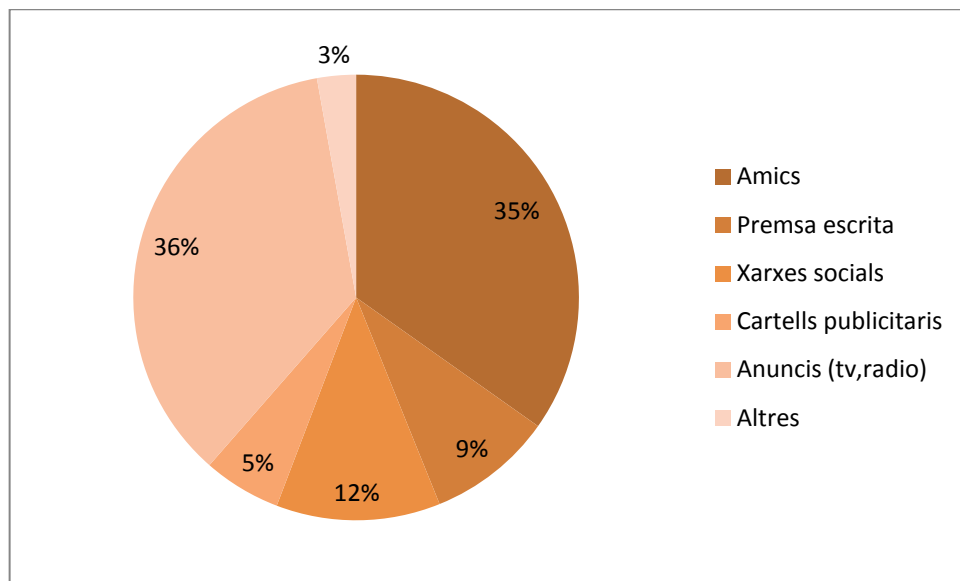
Un altre element que ens mostra una enorme diversitat en el perfil del consumidor del festival és en relació a la seva edat. En el gràfic mostrat a la part inferior observem la seva freqüència. En aquest sentit assenyalar que la mitjana d'edat es situa amb valors de 41,48 anys, mostrant un perfil de públic madur. Tot i el valor de la mitjana, la mediana també la trobem en valors pròxims de 40 anys, amb les dades àmpliament agrupades, amb una desviació estàndard de 1,1 anys.



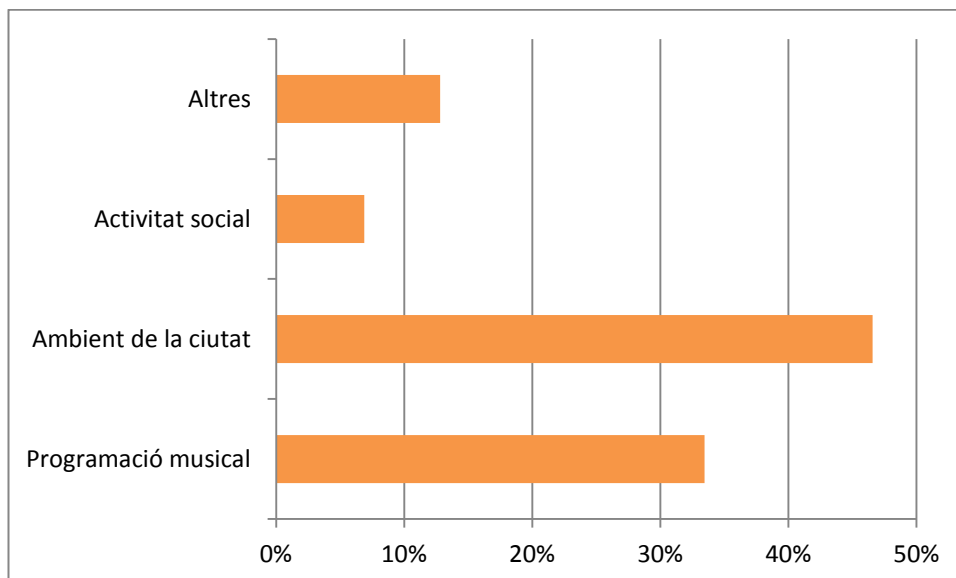
Motivacions i actuacions comercials

El primer element lligat a aspectes de comportament i a les actuacions comercials, és com ha conegut el festival. En aquest sentit indicar que hi trobem una concentració de dades entorna dues opcions principals, que són els amics i els anuncis realitzats, que agrupen més del 70% dels valors. Segurament el perfil

del públic assistent es un reflex del baix resultat en xarxes socials com a eina de comunicació.



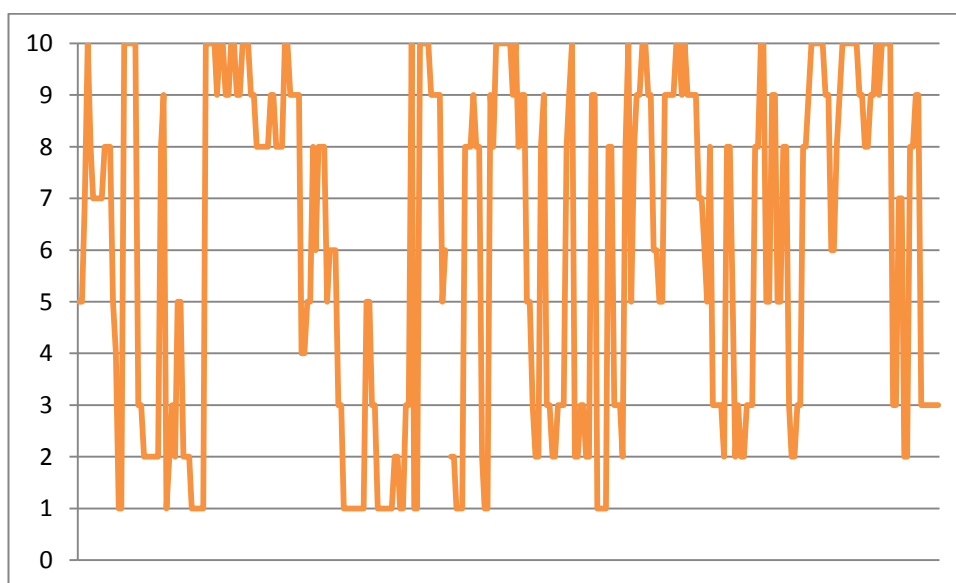
En el que fa referència a les motivacions que porten a l'espectador cap al festival, cal observar el gràfic mostrat a continuació. Les dades que es poden apreciar són clarament explicables degut al marc de Temps de Flors en que es realitza el festival. Aquest element condiona que quasi la meitat del públic assistent ho fa mogut per l'ambient que es respira a la ciutat. En segon lloc trobaríem la programació musical amb poc més del 30 % dels valors.



Aquest factor condicionador, fa que es precisi de preguntes que validin la relació de l'espectador de l'Acapella amb Temps de Flors. La primera de les qüestions està relacionada amb quina és la visió en que el festival es considera que aporta una millora en el marc del Temps de Flors. Les dades obtingudes ens mostren que es tracta d'un festival amb una aportació molt ben vista per part dels consumidors, amb un resultat mitjà de 8,08 en un escalat 1-10. No només la mitjana és alta, sinó que les dades es troben àmpliament agrupades entorn a valors molt positius, amb una mediana de 8 i una desviació estàndard de només 1,6 punts.

L'altre pregunta imprescindible per poder imputar l'impacte econòmic dels assistents, està vinculada a la motivació per anar al festival. Es qüestiona *En quina mesura (del 1-al 10, essent 1 poc i 10 molt), considera que el festival A Cappella condiona la seva activitat de la jornada (p.exemple: 1= es casual la meva presència en el concert; 10= he sortit motivat completament pel concert)*

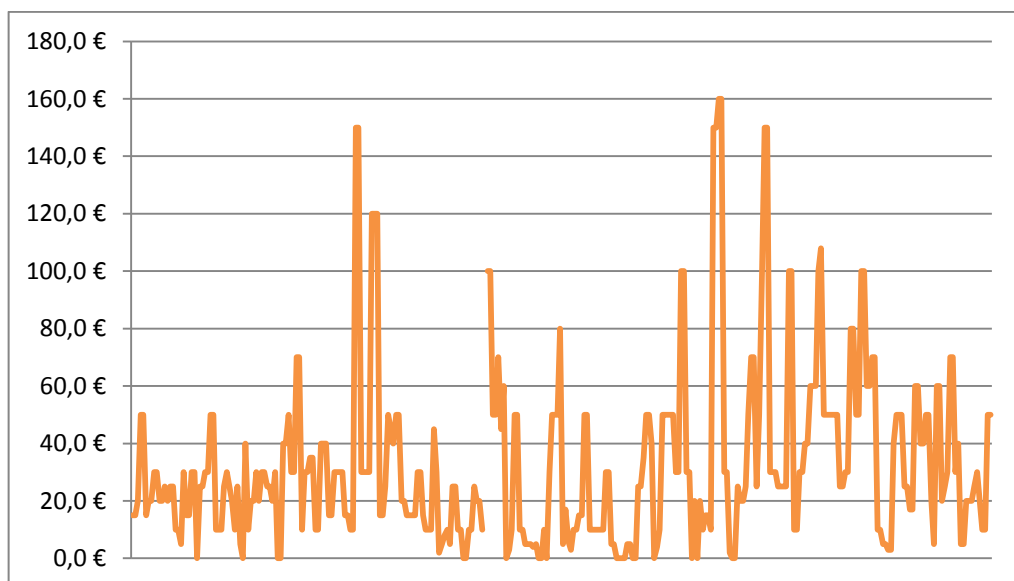
Si analitzem les dades recollides a la taula, es pot apreciar com hi ha una important variabilitat de les dades (desviació estàndard de 3,21). La mitjana es situaria en un 6,08, i per tant dibuixa un públic mitjanament motivat en assistir al festival. Tot i això, les dades recullen clarament com molts dels assistents ho fan amb una motivació poc vinculada al festival.



Anàlisi de comportament

En relació al comportament dels assistents, aquests realitzen una freqüentació de 1,74 espectacles. Indicar que els valors en aquest cas si que es troben més agrupats, amb una mediana de 1 i una desviació estàndard de 1,55.

El segon element en relació a l'anàlisi del seu comportament està relacionat directament amb la despesa realitzada. En aquest sentit indicar que la mitjana es situa en els 33,48 € per persona amb una mediana de 25. Trobem una variació estàndard molt elevada 31,1 €. Al realitzar elements de correlació entre les variables, es produeix una tendència a menors valors en el cas de la població local, i una major despesa en els casos de població forana. Aquests elements marquen clarament la dispersió de les dades en despesa, com es pot apreciar en el gràfic mostrat a continuació.



En relació a les pernoctacions realitzades, hem de tenir present que aquestes representen un 8,1 % dels enquestats, situant-se amb una mitjana de 1,3 nits d'estada a la ciutat. Si contextualitzem en quants foranis realitzen pernoctacions, el percentatge ascendeix a 14,1 %, un percentatge relativament baix.

IMPACTE ECONÒMIC A LA CIUTAT

Pel que fa a les dades bàsiques de l'esdeveniment, aquestes són les que es recullen al quadre de continuació

Despesa per persona	33,48 €
Nombre d'assistents	10.800
Pressupost esdeveniment	53.600,00 €
Aportació econòmica ajuntament	26.700,00 €
Origen assistents	
Població local	41%
Població entorn directe	15%
Forànis	45%
Impacte en mitjans	59.017,20 €

Amb aquestes dades bàsiques i utilitzant el Software d'Impacte Econòmic Esdeveniments, obtenim els següents valors d'impacte econòmic per la ciutat.

Impacte econòmic directe	259.465,23 €
Impacte econòmic respecte valor afegit	204.977,53 €
Impacte en l'ocupació (llocs de treball)	4,75
Impacte econòmic indirecte	233.591,45 €
Impacte econòmic respecte valor afegit	184.537,24 €
Impacte en l'ocupació (llocs de treball)	4,28

Total impacte econòmic	374.667,79 €
Impacte econòmic respecte valor afegit	295.987,55 €
Impacte en l'ocupació (llocs de treball)	6,86

Prenent en consideració aquestes dades, es evident que el festival té un important impacte a la ciutat, amb un valor que es situa entorn els 375.000 euros, i un impacte en l'ocupació de quasi 7 llocs de treball (equivalent en lloc de treball anual) per la ciutat. De les dades mostrades també es poden obtenir mitjançant el software un seguit d'indicadors especialment rellevants:

- Llocs de treball generats per cada 10.000 € invertits ajuntament, es una dada que pren el valor de **2,57**. Aquest element es extremadament positiu i mostra una important generació de llocs de treball vinculada a la realització de l'esdeveniment.
- Impacte econòmic generat per inversió municipal, per cada euro invertit. Aquest valor assoleix un **14,3 €**, i per tant, a nivell de retorn a la ciutat molt important. En aquest sentit indicar que en impostos recaptats es finança la inversió (disparitat inversió-recaptació). Precisar que a mesura que major és el festival més dificultats hi ha per mantenir aquest indicador en valors alts, però aquest valor contextualitzat a festivals de la mateixa categoria és elevat.
- La dependència aportació municipal del pressupost es d'un **47%**. Aquesta es una dada que mostra una elevada dependència de l'aportació municipal en la confecció del festival. Cal doncs estar amatents per intentar anar reduint, en la mesura del possible, aquest percentatge.
- L'eficiència pressupostària del festival es situa en valors de **6,95**. Estem amb valors elevats per la tipologia de festival, i que mostren una eficàcia molt important en la optimització pressupostària i impacte en la ciutat.