



IMPACTE ECONÒMIC
D'ESDEVENIMENTS A LA CIUTAT DE
GIRONA

FESTIVAL STRENES

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:

Divendres 10 abril		70
	Judith Nederman	10
	Electrica Dharma	20
	Marinah i Chicuelo	10
	Teràpia de Xoc	30
Dissabte 11 abril		40
	Blaumut	30
	Coriolà	10
Diumenge 12 abril		10
	Lax'n Xics	10
Divendres 17		70
	Xavi Sarrià i Feliu Ventura	30
	Cris Juanico	20
	The new Raemon	10
	Tom Hagan	10
Dissabte 18		60
	Alldor Mar	10
	Andrea Motis	20
	Mazoni	30
Diumenge 19		40

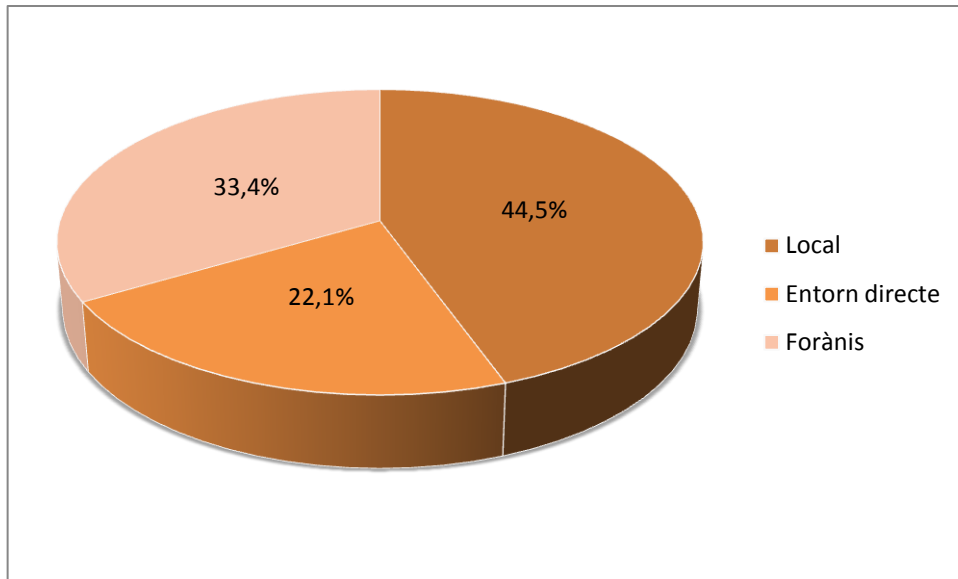
	Macedònia	30
	Cèlia Pallí	10
Divendres 24 Abril		60
	Gossos	30
	Roger Mas	30
Dissabte 25 Abril		40
	Izah	10
	Joan Miquel Oliver	10
	Dolo Beltran	20

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

RESULTATS ENQUESTA FESTIVAL

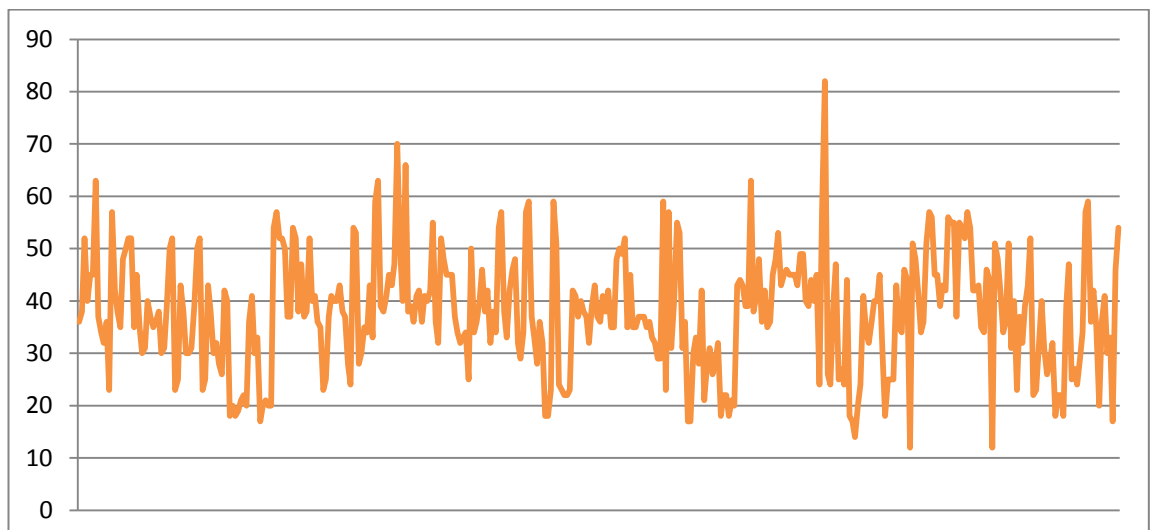
Perfil de consumidor

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



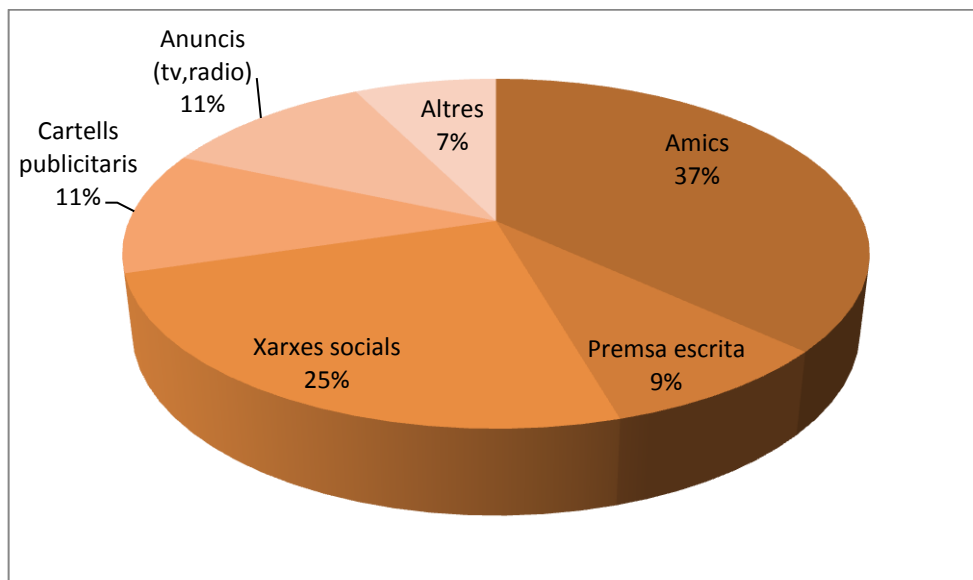
Com es pot observar, estem enfront d'un públic majoritàriament local, però que reparteix entre els altres valors el seu pes representatiu. A destacar la major presència de públic forani respecte el públic de l'entorn directe.

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 37,78 anys, mostrant un perfil de públic madur. Tot i el valor de la mitjana, la mediana també la trobem en valors pròxims de 38 anys, però amb una important desviació estàndard de 11,17 anys. Malgrat aquesta desviació que pot resultar molt elevada, estem en valors de concentració de dades majors que en altres festivals.

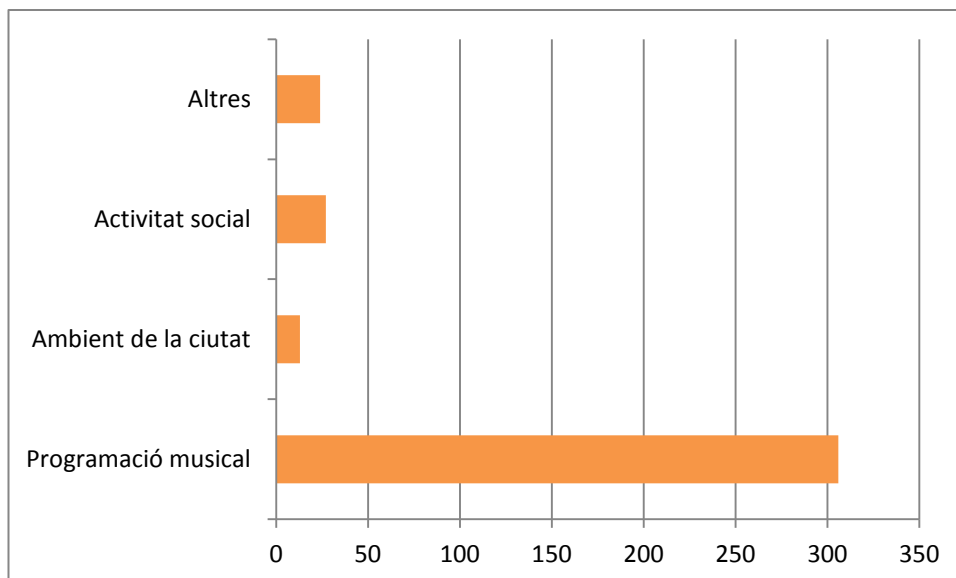


Motivacions i actuacions comercials

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 enorme disparitat de fonts, on el paper de les xarxes socials hi té una forta importància, igual que el paper que hi juguen els prescriptors. En aquest sentit es destacable, per menor pes de l'esperat, la presència de la publicitat convencional en el que serien anuncis i cartells publicitaris o la premsa escrita.



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 molt contundents, i ens mostren unes motivacions extremadament vinculades a la programació musical realitzada. Aquest fet pot estar estretament lligat a la incipient aparició del festival en el panorama musical, essent aquesta la segona edició.



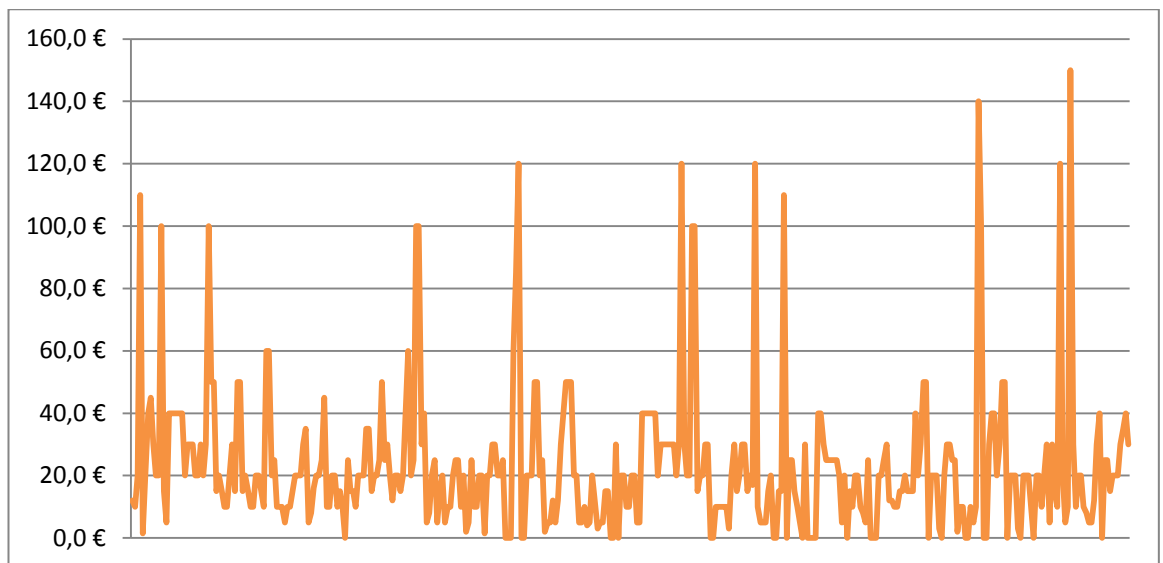
Això ens mostra un perfil de consumidor molt vinculat a la programació realitzada i que utilitza vies indirectes per tal de conèixer l'Strenes, on en destaca el prescriptor (amic) i l'ús de les xarxes socials.

Anàlisi de comportament

En relació al comportament dels assistents, aquests realitzen una freqüentació de 1,63 espectacles. Indicar que els valors en aquest cas si que es troben més agrupats, amb una mediana de 1 i una desviació estàndard de 0,91. Aquests valors ens dibuixen un perfil molt poralitzat, entre aquells majoritaris que es situen en un únic espectacle, i aquells que es converteixen en consumidors elevats d'esdeveniments musicals amb valors molts cops superiors a 2.

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 23,2 € per persona amb una mediana de 20. Trobem una variació estàndard molt elevada 22,8 €. 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 pernотacions realitzades, hem de tenir present que aquestes representen un 8,6 % dels enquestats, situant-se amb una mitjana de 1,6 nits d'estada a la ciutat. Si contextualitzem en quants foranis realitzen pernотacions, el percentatge ascendeix a 15,7 %, un percentatge relativament baix. Cal matisar que el

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	23,3 €
Nombre d'assistents	20.000

Pressupost esdeveniment	215.000 €
Aportació econòmica ajuntament	97.000€
Orígen assistents	
Població local	44,5 %
Població entorn directe	22,1 %
Forànis	33,4 %
Impacte en mitjans	212.462 €

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	526.106,86 €
Impacte econòmic respecte valor afegit	415.624,42 €
Impacte en l'ocupació (llocs de treball)	9,63
Impacte econòmic indirecte	115.202,56 €
Impacte econòmic respecte valor afegit	91.010,02 €
Impacte en l'ocupació (llocs de treball)	2,11
Total impacte econòmic	759.698,31 €
Impacte econòmic respecte valor afegit	600.161,66 €
Impacte en l'ocupació (llocs de treball)	13,91

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 750.000 d'euros, i un elevat impacte en l'ocupació (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 **1,43**. Aquest element es positiu doncs ens ajuda a entendre com una via de generació d'ocupació real la realització d'aquest festival, i ho fa amb eficiència.
- Impacte econòmic generat per inversió municipal, per cada euro invertit. Aquest valor assoleix un **7,83 €**, i per tant, a nivell de retorn a la ciutat. En aquest sentit indicar que en impostos recaptats es finança la inversió (disparitat inversió-recaptació).
- La dependència aportació municipal del pressupost es només d'un **36%**. Aquesta es una dada molt positiva, doncs posa de manifest la pròpia sostenibilitat de Strenes amb fons de finançament pròpies. Malgrat això, es evident que es imprescindible la col·laboració pública per la seva viabilitat econòmica.
- L'eficiència pressupostària del festival es situa en valors de **3,53**. Estem amb valors correctes en el context d'aquesta tipologia de festivals