



**17 FESTIVAL
DE MÁLAGA**
CINE ESPAÑOL
21-29 MARZO 2014

EFFECTOS SOCIOECONÓMICOS

ORGANIZA



INSTITUCIÓN
PATROCINADORA



PATROCINADORES
OFICIALES



Depósito legal
MA 1242-2014

05

INFORME EJECUTIVO

07

METODOLOGÍA

11

RESUMEN EJECUTIVO DEL INFORME

17

OPINIÓN DEL SECTOR EMPRESARIAL DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD

23

RESULTADOS DE LA ENCUESTA AL PÚBLICO ASISTENTE

37

GASTOS DIRECTOS

41

EFFECTOS INDUCIDOS Y TOTALES

45

OTROS EFECTOS

49

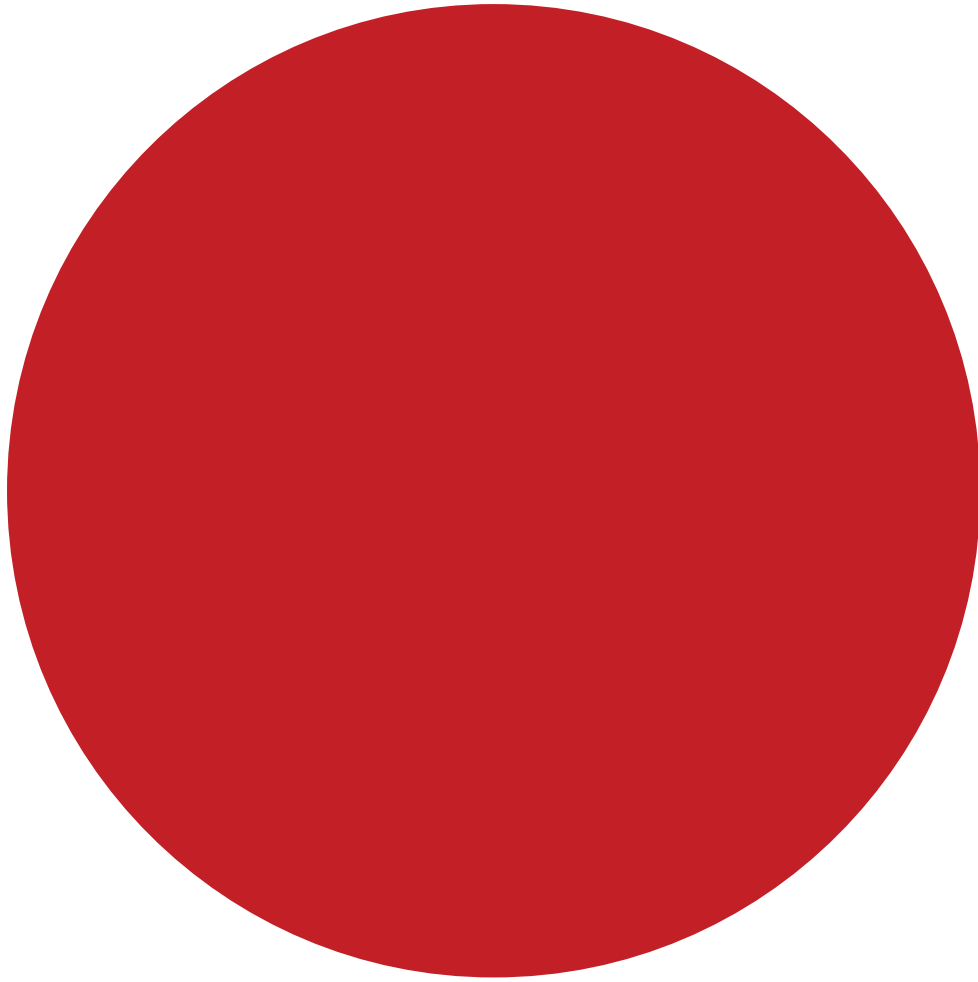
CONCLUSIONES

55

ANEXO 1. ESTUDIO DE MEDIOS

65

ANEXO 2. ENCUESTA AL PÚBLICO





INFORME EJECUTIVO





INFORME REALIZADO POR ANALISTAS ECONÓMICOS DE ANDALUCÍA
JUNIO 2014

METODOLOGÍA

ENCUESTA ASISTENTES AL FESTIVAL

La información de base para la caracterización de los asistentes al Festival de Málaga en 2014 procede de una encuesta expresamente diseñada para esta finalidad. El concepto o definición de asistente responde a una percepción amplia del mismo, ya que se consideran como tales a todos los que, en las horas y jornadas que se celebraba el festival, visitaron el centro de la ciudad para asistir, participar o presenciar (dentro o fuera de los espacios destinados a las distintas actividades) los eventos relacionados con el Festival.

El perfil que delimita la encuesta se divide en dos grandes grupos, “características personales” de los visitantes (preferentemente su lugar de residencia) y, el perfil del gasto realizado durante la visita/asistencia al Festival. En el primer caso, los aspectos identificados, y que permiten segmentar las características del gasto, son; sexo, edad, lugar de residencia, motivo de la asistencia, y grado de implicación en la visita. Esta última cuestión, resulta fundamental, debido a que permite en última instancia la ponderación del gasto que ha realizado el asistente al Festival.

Para examinar el perfil y cuantía del gasto de los visitantes se destina la segunda parte del cuestionario siendo, la discriminación entre gasto de los residentes en el municipio y residentes en otros lugares, el elemento diferencial para establecer el patrón de consumo. Las partidas de gasto que se examinan son, para ambos grupos, restauración y comidas, transporte, entradas y merchandising vinculado al Festival, así como otras compras, mientras que en hospedaje sólo corresponde a los no residentes. Por último, el cuestionario incluye una pregunta de carácter cualitativo sobre la oferta cultural de la ciudad.

Como se ha señalado, la ‘Encuesta para los asistentes al Festival de Cine de Málaga 2014, es la fuente principal de información para estimar el gasto que el público (en sentido, amplio) realiza en la ciudad con motivo de la celebración del evento. Se han realizado 399 encuestas con la finalidad de obtener un nivel de representatividad suficiente que permita estimar las cifras de gasto de lo que podríamos calificar como “seguidores” del Festival. La selección de la muestra ha sido aleatoria, siendo la población objeto del estudio las personas que en la semana del Festival se encontraban en el centro histórico de Málaga en la franja horaria en la que se

FICHA TÉCNICA “ENCUESTA A LOS ASISTENTES AL FESTIVAL DE CINE DE MÁLAGA 2014”	
Universo	Mayores de 18 años.
Ámbito	Visitantes del centro histórico de la ciudad de Málaga en la semana del Festival.
Muestra	399 encuestas válidas.
Estratificación de la muestra	No realizada.
Fecha de realización	Toma de datos: del 21 al 29 de marzo de 2014
Error muestral	En un intervalo de confianza del 95.5% y para $p = q = 0,5$, para el total de la muestra representativa el error muestral es de +/- 4,9%.

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía

ENCUESTAS POR DÍA Y FRANJA HORARIA			
DÍA	FRANJA HORARIA	Nº DE ENCUESTAS	DISTRIBUCIÓN %
Viernes, 21 marzo	De 19-24 h.	56	14%
Sábado, 22 marzo	De 19-24 h.	68	17%
Domingo, 23 marzo	de 17-21 h.	40	10%
Lunes, 24 marzo	de 17-21 h.	24	6%
Martes, 25 marzo	de 18-21 h.	24	6%
Miércoles, 26 marzo	de 18-21 h.	23	6%
Jueves, 27 marzo	de 17-21 h.	40	10%
Viernes, 28 marzo	de 17-23 h.	56	14%
Sábado, 28 marzo	de 17-23 h.	68	17%
TOTAL		399	100%

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía

han celebrado los eventos organizados por el certamen. Para precisar estas cuestiones anexamos la ficha técnica de la encuesta y la frecuencia por días y horas realizada.

La amplitud de la muestra (399 entrevistados) y los criterios de selección de la misma, aleatoria entre la población que visitó el centro histórico de Málaga entre el viernes 21 de marzo y el sábado 28 de marzo, garantizan un elevado nivel de representatividad.

OPINIÓN DE LOS AGENTES LOCALES SOBRE LA REPERCUSIÓN DEL FESTIVAL

En este apartado se ha recabado, de una forma aproximada y cualitativa, cuál es la percepción de los agentes económicos que de algún modo participan, bien por su relación de proveedores del Festival o por los servicios que prestan al público que es atraído a la ciudad durante los días de celebración del Festival de Málaga y que se traduce en un incremento de las ventas (clientes).

Para ello se ha realizado un sondeo de opinión entre distintos colectivos económicos de la ciudad (en el entorno del casco histórico) que, a priori, pueden ver incrementada la actividad de sus negocios, la prestación de sus servicios, y previsiblemente su facturación con motivo del Festival, y en particular, durante los días (diez en esta última edición) del mismo.

Los resultados que aquí se presentan respaldan la idea de los efectos positivos que genera el Festival. En el siguiente cuadro se presenta la ficha técnica en el que se recoge las características de este sondeo de opinión.

FICHA TÉCNICA DEL PROCESO DE ENCUESTACIÓN	
NÚMERO DE ENCUESTAS	76
Tipología de negocios y establecimientos	Hoteles, instituciones turísticas y asociaciones, museos, monumentos, servicios de taxi, restaurantes, cafeterías, comercios (ropa y calzado, tiendas de regalos, farmacias, joyerías, etc).
Fecha de realización	Del 7 al 11 de abril de 2014
Contenido del cuestionario	Breve y conciso para que fuese fácil de responder.
Metodología	Entrevistas “telefónicas” al sector hotelero y turístico y “personales” a los comercios y restaurantes del centro histórico de la ciudad.

En total se ha contactado con 76 agentes locales, entre los que se incluyen hoteles, instituciones turísticas, museos y monumentos, así como comercios del centro de la ciudad de Málaga (restaurantes, cafeterías, comercios de ropa y calzado, regalos, farmacias, entre otros). El análisis de los resultados se podría presentar de forma agregada, pero se ha considerado más oportuno establecer dos grupos claramente diferenciados: el sector hotelero e instituciones turísticas de interés y establecimientos vinculados al sector comercial y restauración.

RESUMEN EJECUTIVO DEL INFORME

ASPECTOS FUNDAMENTALES

El informe tiene como objetivo analizar el impacto económico asociado a la organización y celebración del Festival de Málaga, en su 17 edición, correspondiente a 2014. El trabajo estudia los principales artífices de este evento cultural en la ciudad, atendiendo a los productores u oferentes del mismo (es decir, la propia entidad gestora del certamen), así como por el lado de la demanda, analizando el papel del público: de los asistentes y seguidores de las actividades propuestas durante la duración del mismo (entre el 21 y 29 marzo).

De este modo, se cuantifican los impactos económicos en términos de producción, valor añadido y empleo asociado al volumen de gasto realizado, utilizando para ello la metodología Input- Output. Gracias a este instrumento estadístico-contable (Marco I-O de Andalucía, correspondiente a 2008, elaborado por el Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía IECA), resulta posible aproximar las operaciones de producción y distribución que tienen lugar en una economía –como la de Málaga–, relacionando cada rama de actividad con las compras y ventas de bienes y servicios.

De acuerdo con estas estimaciones, en el estudio se cuantifica los impactos totales generados por el Festival de Málaga, diferenciando las aportaciones y repercusiones de los principales agentes intervinientes, así como las ramas y sectores productivos de la ciudad más beneficiados del incremento en la actividad productiva asociada al evento cultural.

Los aspectos más subrayables del informe y conclusiones se presentan de forma resumida a continuación en este documento, a modo de presentación ó informe ejecutivo. Los puntos claves a destacar serían:

- De acuerdo con el planteamiento del trabajo, los resultados de la investigación realizada han corroborado que la organización de eventos culturales, como el Festival de Málaga, tienen una notable capacidad de generar riqueza en las ciudades donde se celebran.
- Los Festivales constituyen un elemento diferencial de competitividad respecto a otros enclaves o territorios, siendo destacable –en consonancia con lo mencionado por la bibliografía–, sus repercusiones a medio y largo plazo en términos de atracción de turismo, imagen positiva de la ciudad, así como sobre el dinamismo cultural, convirtiéndose éste último en un factor de ordenación urbana.
- A este respecto, y atendiendo a los datos presentados en el informe, la actividad turística ha sido un catalizador en la transformación de la ciudad de Málaga, consolidándose como rama de actividad clave en el avance de la economía y de la sociedad malagueñas.

Eventos culturales, como el Festival de Málaga, tienen una notable capacidad de generar riqueza en las ciudades donde se celebran.

Los Festivales constituyen un elemento diferencial de competitividad respecto a otros enclaves o territorios, siendo destacable, sus repercusiones a medio y largo plazo en términos de atracción de turismo, imagen positiva de la ciudad, así como sobre el dinamismo cultural, convirtiéndose éste último en un factor de ordenación urbana.

La actividad turística ha sido un catalizador en la transformación de la ciudad de Málaga.

El aumento de la oferta turística en la capital malagueña ha ido paralelo a un ascenso muy notable de la oferta cultural en la ciudad.

La puesta en marcha de iniciativas culturales, como el Festival del Cine, contribuyen a fomentar el empleo y a dinamizar el mercado de trabajo.

En las actividades más ligadas al sector cinematográfico, esta mejor posición relativa resulta explicada por la actividad productiva que irradia el Festival de Málaga.

El Festival de Málaga contribuye al desarrollo económico e impulso de la ciudad, a través de los sectores económicos más potentes de la zona, el sector turístico y comercial, así como al de la economía cultural, creativa y del ocio.

• El aumento de la oferta turística en la capital malagueña (el crecimiento medio anual del número de plazas ha sido del 7,2% en el periodo 2005-2013) ha ido paralelo a un ascenso muy notable de la oferta cultural en la ciudad, respaldado por la demanda, consolidándose este segmento de negocio turístico en la estructura productiva de Málaga.

• Precisamente, las grandes cifras macro de la ciudad reflejan la terciarización de su tejido productivo, con un sector servicios con mayor peso aún que en la provincia. En la ciudad cerca del 90% del empleo se concentra en las ramas de los servicios, si bien existen altos niveles de desempleo. De aquí se infiere que la puesta en marcha de iniciativas culturales, como el Festival del Cine, contribuyen a fomentar el empleo y a dinamizar el mercado de trabajo.

• También, desde una perspectiva exclusivamente empresarial, focalizada en las actividades más ligadas al sector cinematográfico (rama 591 CNAE-2009), los indicadores proporcionados por la CBA aproximan un mejor comportamiento de las empresas malagueñas respecto al conjunto de la región. En cierto modo, esta mejor posición relativa resulta explicada por la actividad productiva que irradia el Festival de Málaga sobre esta rama empresarial.

• En definitiva, de acuerdo con el análisis efectuado en los capítulos 1 y 2 del informe (sobre el contexto de la economía malagueña y, atendiendo a los principales indicadores sobre cultura y turismo en la ciudad, respectivamente), el Festival de Málaga contribuye al desarrollo económico e impulso de la ciudad, a través de los sectores económicos más potentes de la zona, el sector turístico y comercial, así como al de la economía cultural, creativa y del ocio.

• En este sentido, resulta oportuno mencionar que, con la información proporcionada por la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España, los anuarios del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y con las cifras provisionales de Rentrank España, el cine se mantiene como una opción de ocio de primer orden y además la cuota del cine español ha ganado peso (frente a las producciones extranjeras). Al mismo tiempo, la asistencia a salas de cine y el gasto per cápita en este tipo de ocio cultural en la provincia de Málaga se sitúa por encima de la media nacional y regional. El hecho de que Málaga sea la quinta provincia en el ranking nacional no puede desligarse de la influencia del Festival de la ciudad.

• Estos buenos datos están, en parte afectados, por la afluencia de visitantes que, aunque no residen en Málaga, pueden asistir al cine durante sus vacaciones. Desde este punto de vista, el tirón sobre la demanda de ocio generada por el turismo también se percibe en los datos de pernотaciones y en el grado de ocupación hotelera, que en los meses de marzo y abril registra unos promedios más elevados que la media anual, si bien no tan altos como los alcanzados en el mes de agosto (máximo). Así, se deduce que la celebración del Festival de Málaga durante algo más de una semana (entre el 21 y 29 de marzo, en 2014) contribuye a corregir la estacionalidad de la demanda hotelera y turística en la ciudad.

El cine se mantiene como una opción de ocio de primer orden y además la cuota del cine español ha ganado peso. El hecho de que Málaga sea la quinta provincia en el ranking nacional no puede desligarse de la influencia del Festival de la ciudad.

Así, se deduce que la celebración del Festival de Málaga contribuye a corregir la estacionalidad de la demanda hotelera y turística en la ciudad.

**OPINIÓN DEL SECTOR EMPRESARIAL
DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD**

En opinión del sector empresarial del centro histórico de la ciudad, el Festival de Málaga contribuye al incremento de sus actividades y negocios (66,7%), aunque es casi unánime (98,6%) la percepción de que el Festival genera efectos positivos sobre el conjunto de la actividad económica de la ciudad.

Impacto del Festival de Málaga sobre su facturación superó al 25% en opinión de uno de cada seis empresarios del centro histórico.

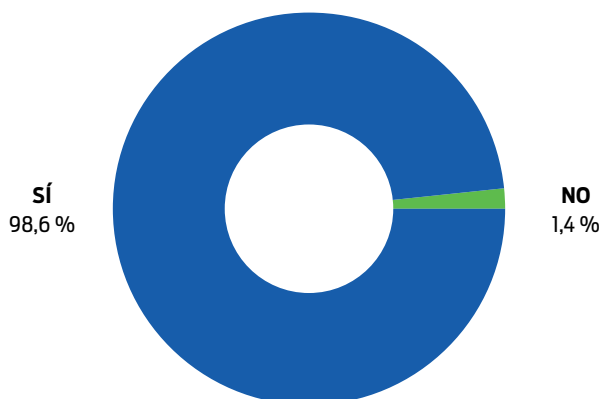
En opinión del sector empresarial del centro histórico de la ciudad, el Festival de Málaga contribuye al incremento de sus actividades y negocios (66,7%), si bien es casi unánime (98,6%) la percepción de que el Festival genera efectos positivos sobre el conjunto de la actividad económica de la ciudad. Esta percepción supera a la que tienen sobre la repercusión en su propio negocio.

PERCEPCIÓN DE LOS AGENTES LOCALES ACERCA DE UNA REPERCUSIÓN POSITIVA SOBRE SU NEGOCIO O ACTIVIDAD, DURANTE LA CELEBRACIÓN DEL FESTIVAL DE MÁLAGA
(PORCENTAJE DE RESPUESTAS ENTRE HOTELES, ASOCIACIONES, MUSEOS, OFICINAS TURÍSTICAS)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía.

AGENTES LOCALES QUE CONSIDERAN QUE EL FESTIVAL DE MÁLAGA GENERA EFECTOS POSITIVOS, AL MARGEN DE SU ACTIVIDAD, SOBRE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE MÁLAGA
(PORCENTAJES. TOTAL ESTABLECIMIENTOS ENTREVISTADOS QUE RESPONDEN A ESTA PREGUNTA: 71)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía.

¿EN QUÉ PORCENTAJE SE HA INCREMENTADO LA ACTIVIDAD-FACTURACIÓN-OCUPACIÓN?
(Nº DE CARRERAS, EN EL CASO DEL TAXI)
% RESPUESTAS

	HOTELES, ASOCIACIONES, MUSEOS, OFICINAS TURÍSTICAS	SECTOR RESTAURACIÓN Y COMERCIAL (ESTABLECIMIENTOS INDEPENDIENTES)
Menos de un 15%	10 %	36,4 %
Entre un 15-25%	40 %	31,8 %
Más de un 25%	10 %	18,2 %
NS/NC	40 %	13,6 %

• La mitad de los negocios encuestados (el 50%) cree que el impacto del Festival de Málaga sobre su facturación superó el 15% de las ventas medias, siendo este incremento superior al 25% en opinión de uno de cada seis empresarios del centro histórico (el 15,6% de los entrevistados).

**ESTIMACIÓN DE LOS AGENTES LOCALES ACERCA DEL INCREMENTO DE ACTIVIDAD-OCUPACIÓN
FACTURACIÓN DURANTE LA SEMANA DEL FESTIVAL DE MÁLAGA**
(PORCENTAJES. TOTAL ESTABLECIMIENTOS ENTREVISTADOS *)



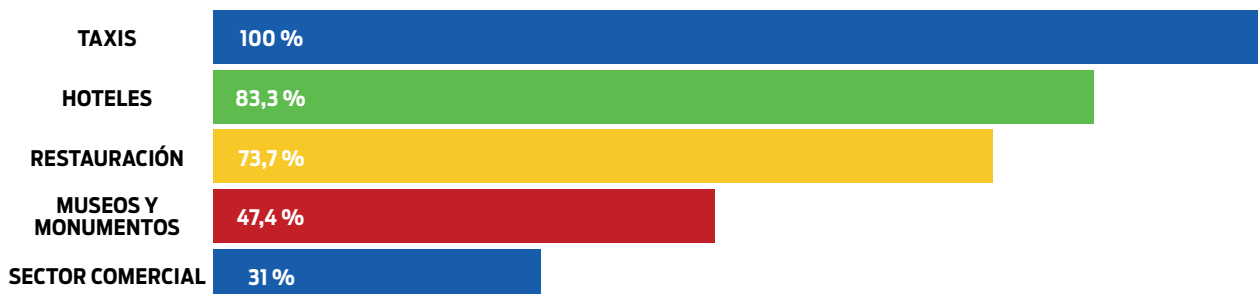
* Un 21,9 % de los agentes encuestados no respondió a esta pregunta, por no saber (o no querer) estimar en qué proporción le afectó a su negocio.
Fuente: Analistas Económicos de Andalucía.

**¿LO TENÍA PLANIFICADO CON ANTELACIÓN/ ANTICIPACIÓN
(APROVISIONAMIENTOS, SERVICIOS ESPECIALES, ETC.)?**
% RESPUESTAS

	HOTELES, ASOCIACIONES, MUSEOS, OFICINAS TURÍSTICAS	SECTOR RESTAURACIÓN Y COMERCIAL (ESTABLECIMIENTOS INDEPENDIENTES)
SÍ	66,7 %	44,3 %
NO	26,7 %	54,1 %
NS/NC	6,7 %	1,6 %

• Las asociaciones de taxi, así como los hoteles del centro, restaurantes, son los profesionales que previeron con anterioridad al Festival, esta positiva afectación a sus respectivos sectores, y aunque en menor medida, también los museos y el sector comercial, confirmando posteriormente sus expectativas.

AGENTES LOCALES QUE SE HAN PLANIFICADO CON ANTELACIÓN PARA LA SEMANA DEL FESTIVAL DE MÁLAGA EN CUANTO A APROVISIONAMIENTOS, SERVICIOS ESPECIALES, ETC.
(PORCENTAJES. TOTAL ESTABLECIMIENTOS ENTREVISTADOS)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía.

• Además, sostienen que los principales beneficios del Festival se generan sobre el sector comercial y restauración, así como en términos de futura atracción del turismo, valorando favorablemente el “reconocimiento a la ciudad” y los efectos sobre la cultura.

AL MARGEN DE SU NEGOCIO/ACTIVIDAD, ¿CREE QUE EL FESTIVAL GENERA EFECTOS POSITIVOS SOBRE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE MÁLAGA, EN GENERAL? % RESPUESTAS SOBRE EL TOTAL ENCUESTAS (78)		
	HOTELES, ASOCIACIONES, MUSEOS, OFICINAS TURÍSTICAS	SECTOR RESTAURACIÓN Y COMERCIAL (ESTABLECIMIENTOS INDEPENDIENTES)
SÍ	100 %	90,2 %
NO	0 %	1,6 %
NS/NC	0 %	8,2 %

¿EN QUÉ SECTORES CREE QUE TIENE MAYOR REPERCUSIÓN? % RESPUESTAS		
	HOTELES, ASOCIACIONES, MUSEOS, OFICINAS TURÍSTICAS	SECTOR RESTAURACIÓN Y COMERCIAL (ESTABLECIMIENTOS INDEPENDIENTES)
Sector comercial, restauración, etc.	93,3 %	80,3 %
Reconocimiento de la ciudad	60 %	42,6 %
Cultura	40 %	41 %
Efectos sobre el turismo, en el futuro	66,7 %	45,9 %
Otros (señalar)	0 %	1,6 %

Las asociaciones de taxi, así como los hoteles del centro, restaurantes, son los profesionales que previeron con anterioridad al Festival, esta positiva afectación a sus respectivos sectores.

Principales beneficios del Festival se generan sobre el sector comercial y restauración.

**RESULTADOS DE LA ENCUESTA
AL PÚBLICO ASISTENTE**

Elevada presencia de un público joven. El 73,7% de los asistentes a los eventos y actividades propias del festival tiene menos de 35 años.

La mayoría son residentes en la ciudad (el 73,9%), mientras un 26,1% del total son visitantes que proceden de fuera de capital.

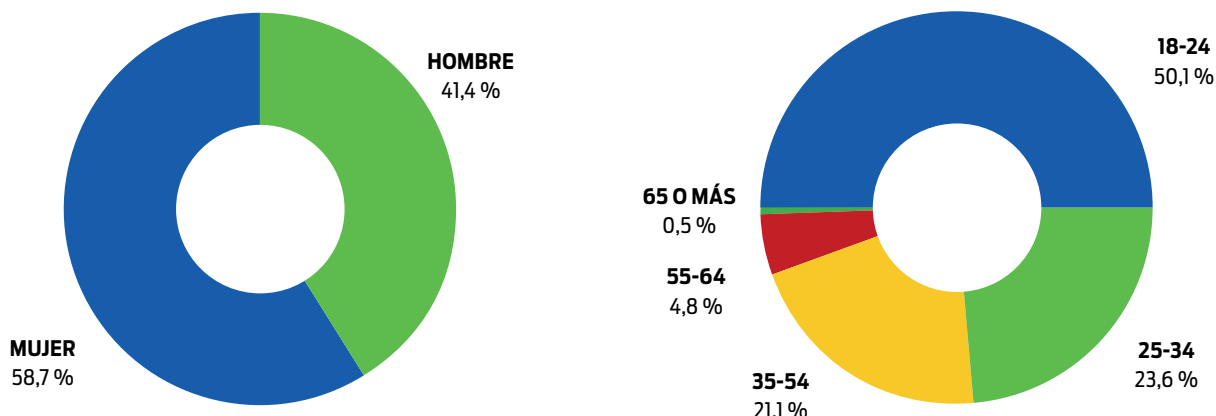
Los residentes en la capital malagueña asisten, entre tres y cuatro días, de media.

Los no residentes (excursionistas y turistas que pernoctan) participan del festival entre dos y tres días.

Por otra parte, atendiendo a los resultados de la encuesta al público asistente, se han obtenido una serie de rasgos característicos de los seguidores del Festival de Málaga. Los más relevantes serían las siguientes:

A. Elevada presencia de un público joven. El 73,7% de los asistentes a los eventos y actividades propias del Festival tiene menos de 35 años.

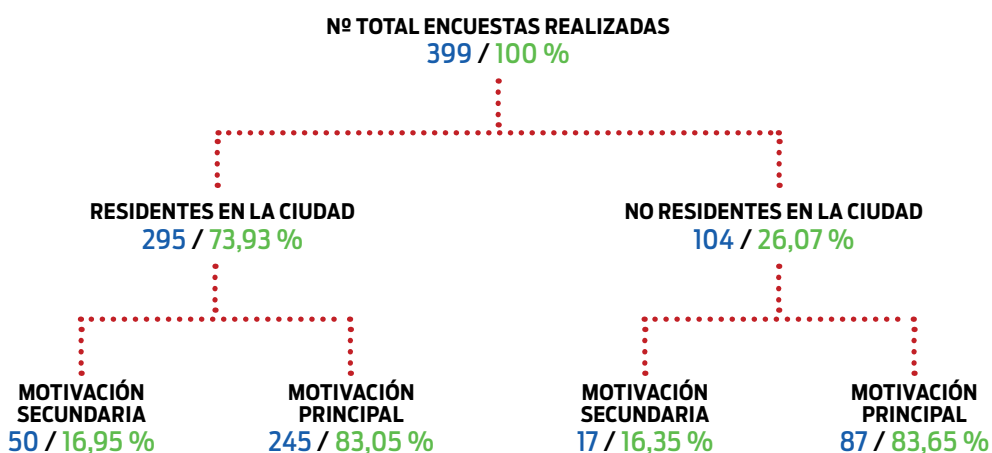
PERFIL DE LOS ASISTENTES AL FESTIVAL DE CINE
(DISTRIBUCIÓN POR SEXO Y EDAD EN PORCENTAJE)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la "Encuesta a los Asistentes al Festival de Málaga 2014".

B. La mayoría son residentes en la ciudad (el 73,9%), mientras un 26,1% del total son visitantes que proceden de fuera de capital, bien por residir en otra localidad de la provincia (21,3%) o de otro lugar (resto de España, principalmente).

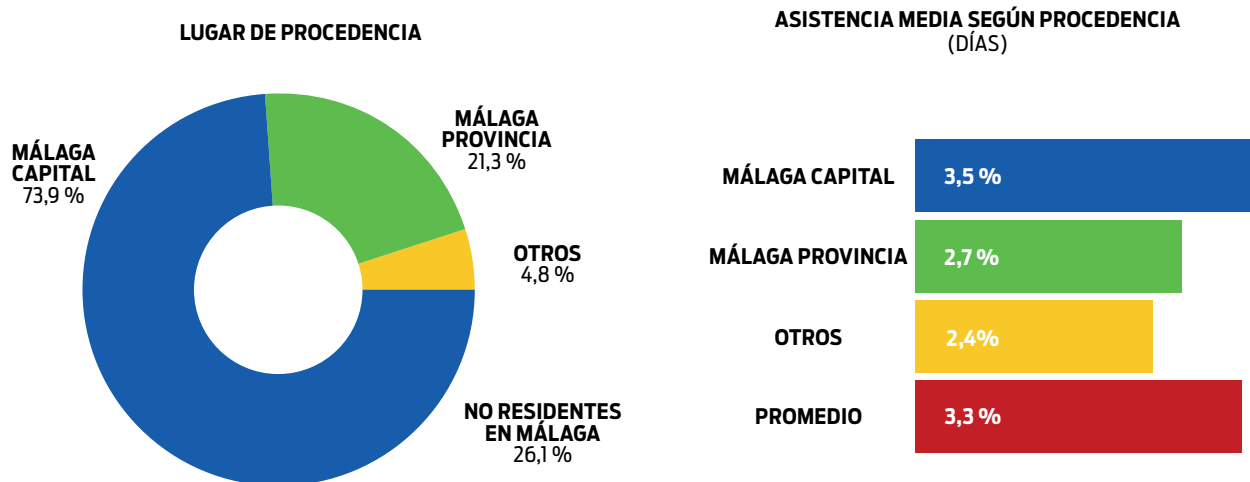
ESTRUCTURA DE LA MUESTRA DE LA ENCUESTA REALIZADA
(Nº DE PERSONAS ENTREVISTADAS Y %)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la "Encuesta a los Asistentes al Festival de Málaga 2014".

C. Los residentes en la capital malagueña asisten, entre 3 y 4 días, de media, al Festival. Mientras, los no residentes (excursionistas y turistas que pernoctan) participan en las actividades del Festival entre 2 y 3 días.

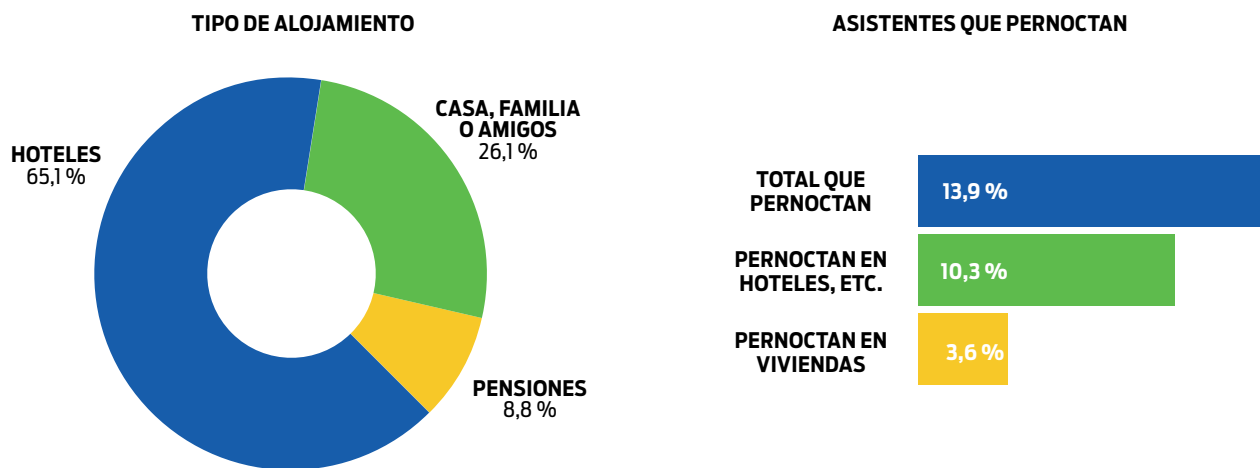
PERFIL DE LOS ASISTENTES AL FESTIVAL DE CINE



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la "Encuesta a los Asistentes al Festival de Málaga 2014".

D. Aproximadamente un 14% del público se queda a dormir en la ciudad. Entre los que pernoctan, un 65,1% lo hace en hoteles, mientras un 8,8% lo hace en pensiones y hostales. Un 26% (es decir, uno de cada cuatro personas que pernocta) lo hace en casa de amigos y/o familiares. La estancia media en la ciudad es de 3,1 noches.

PERFIL DE LOS TURISTAS QUE ASISTEN AL FESTIVAL DE CINE EN %



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la "Encuesta a los Asistentes al Festival de Málaga 2014".

Aproximadamente un 14% del público se queda a dormir en la ciudad.

Entre los que pernoctan, un 65,1% lo hace en hoteles, mientras un 8,8% lo hace en pensiones y hostales.

La estancia media en la ciudad es de 3,1 noches.

En cuanto al gasto, los residentes y excursionistas tienen un gasto promedio diario de 39,34 euros.

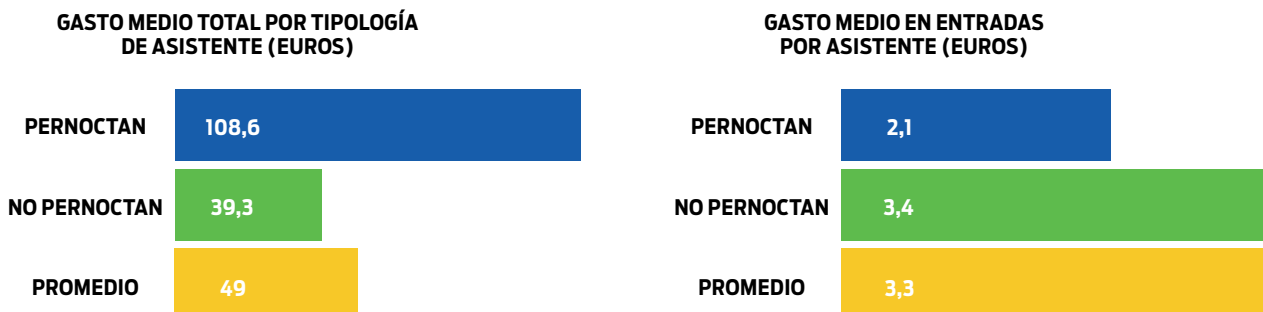
Por su parte, los turistas (que pernoctan) tienen un gasto medio más elevado, estimándose en 108,63 euros.

En términos agregados, el gasto medio por persona y día vinculado al Festival de Málaga sería de 49 euros.

El gasto efectuado por los asistentes residentes en la ciudad y excursionistas se concentra en “comer fuera”, con 20,7 euros

E. En cuanto al gasto, los residentes y excursionistas tienen un gasto promedio diario de 39,34 euros. Por su parte, los turistas (que pernoctan) tienen un gasto medio más elevado, estimándose en 108,63 euros. En términos agregados, el gasto medio por persona y día vinculado al Festival de Málaga sería de 49 euros.

PERFIL DEL GASTO DE LOS ASISTENTES AL FESTIVAL DE CINE



Nota: Los asistentes se dividen entre los que pernoctan y los que no.

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la "Encuesta a los Asistentes al Festival de Málaga 2014".

F. El gasto efectuado por los asistentes residentes en la ciudad y excursionistas (pasan el día, pero no pernoctan) se concentra en "comer fuera", con 20,7 euros/día (es decir, más de la mitad del gasto medio total diario), así como el transporte y otras compras, incluyendo las entradas al cine.

GASTO MEDIO DIARIO DE LOS ASISTENTES POR COMPONENTES (EUROS Y PORCENTAJES SOBRE EL GASTO TOTAL)

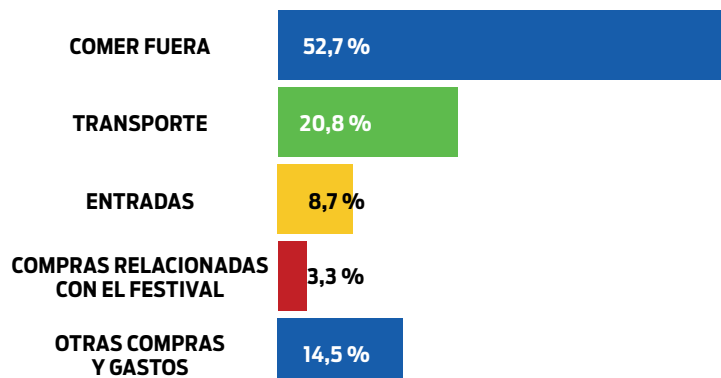
TIPO DE GASTO	NO PERNOCTAN (CON GASTO*)		PERNOCTAN	
	IMPORTE	DISTRIBUCIÓN (%)	IMPORTE	DISTRIBUCIÓN (%)
Comer fuera	20,7	52,7	23,1	21,3
Transporte (aparcamiento)	8,2	20,8	15,0	13,8
Entradas	3,4	8,7	2,1	1,9
Compras de complementos relacionados con el Festival	1,3	3,3	2,7	2,5
Otros (compras, gastos varios, ...)	5,7	14,5	11,9	10,9
Alojamiento	--	--	53,9	49,6
GASTO MEDIO TOTAL	39,34	100	108,6	100

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la "Encuesta a los Asistentes al Festival de Málaga 2014".

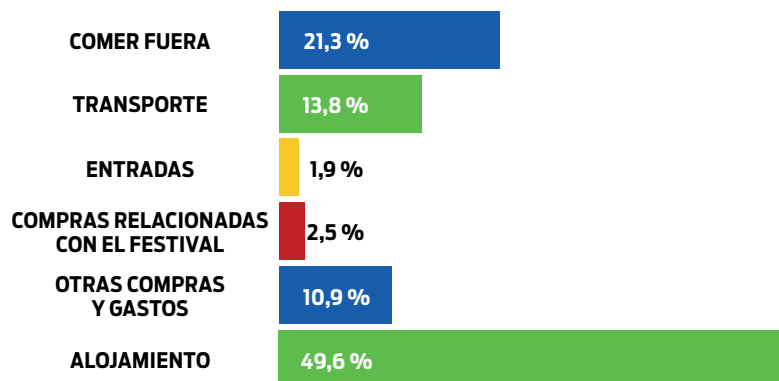
G. En el caso de los asistentes –turistas (que pernoctan), el gasto más representativo es el alojamiento (53,9 euros/día), siendo destacado también comer fuera (23,1 euros/día), así como otras compras en comercio y el transporte.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO DIARIO DE LOS ASISTENTES. FESTIVAL DE CINE 2014
(PORCENTAJES SOBRE EL GASTO DIARIO TOTAL)

NO PERNOCTAN



PERNOCTAN



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la "Encuesta a los Asistentes al Festival de Málaga 2014".

H. Los asistentes valoran otros elementos de la oferta cultural de Málaga (museos, patrimonio histórico, etc.), además del cine, con un máximo de 8,2 puntos sobre 10.

PERCEPCIÓN DE LA OFERTA CULTURAL DE LA CIUDAD
(VALORACIÓN DE 1 A 10)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la "Encuesta a los Asistentes al Festival de Málaga 2014".

En el caso de los asistentes – turistas (que pernoctan), el gasto más representativo es el alojamiento (53,9 euros/día).

Destacado también comer fuera (23,1 euros/día).

Los asistentes valoran la oferta cultural de Málaga (museos, patrimonio histórico, etc.) con un máximo de 8,2 puntos sobre 10.

I. Por último, para evitar sobredimensionar los efectos, se ha tenido en cuenta a la hora de imputar el gasto medio diario por persona, cuál era el grado de motivación con el Festival de Málaga. De este modo, un 83,3% del público residente y excursionista participaba en los eventos del certamen como razón principal de su salida al centro. Mientras, un 16,7% lo hacía con una motivación secundaria. En el caso de los turistas (pernoctan), estas proporciones eran similares: del 83,6% y 16,4%, respectivamente.

GASTO MEDIO POR TIPOLOGÍA DE ASISTENCIA AL FESTIVAL DE MÁLAGA		
	Distribución (%)	Gasto medio diario asignado por persona (euros)
NO PERNOCTAN (RESIDENTES Y EXCURSIONISTAS)		
Motivación secundaria	16,7%	19,67*
Motivación principal	83,3%	39,34
PERNOCTAN		
Motivación secundaria	16,4%	54,32*
Motivación principal	83,6%	108,63

* Los gastos medios asignados a la motivación "secundaria" (19,67€ y 54,32 €) son el 50% del gasto estimado para los asistentes con motivación principal.

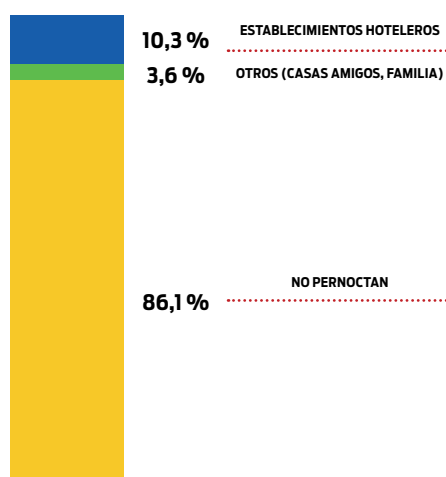
Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la "Encuesta a los Asistentes al Festival de Málaga 2014".

Atendiendo a la información ofrecida por AEHCOS, acerca del grado de ocupación, además de la estadística del INE, sobre las plazas en establecimientos disponibles en la ciudad durante los días de celebración del Festival de Málaga, así como en consonancia con los resultados de la Encuesta al público, se puede elevar las proporciones de la muestra analizada y estimar que el número total de asistentes y seguidores al Festival habría ascendido en 2014 a 130.225 personas. De las cuales, 18.116 habrían pernoctado en la ciudad (la mayoría en hoteles: 13.382) y 112.109 no se habrían alojado, por ser residentes o excursionistas.

ESTIMACIÓN DEL PÚBLICO (ASISTENTES Y SEGUIDORES) DEL FESTIVAL

Teniendo en cuenta la ocupación hotelera señalada por la EOH (INE) para el punto turístico de Málaga en el mes de marzo, las plazas disponibles en establecimientos hoteleros en dicho mes (9.693 plazas), así como la estimación de AEHCOS acerca del incremento de la ocupación, y de las respuestas ofrecidas por los principales hoteles del centro histórico, así como de la encuesta a los asistentes.

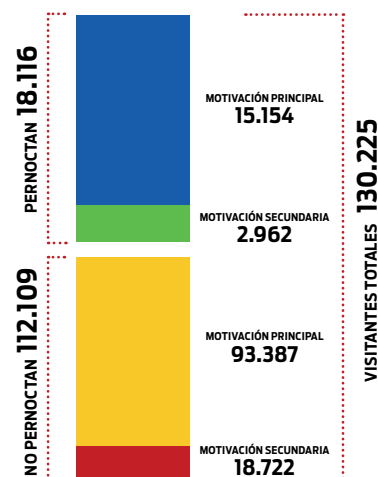
RESULTADOS ENCUESTAS DISTRIBUCIÓN VISITANTES



TOTAL PÚBLICO ASISTENTE DURANTE EL FESTIVAL



TOTAL PÚBLICO ASISTENTE POR NIVEL DE MOTIVACIÓN



De acuerdo con la distribución por alojamiento y duración de la estancia, señalada en la encuesta, se obtiene el número total de visitantes en las calles durante los días del Festival.

Un 83,3 % de los asistentes (extrapolación de la encuesta) estaría en la ciudad por motivo del Festival de Cine (valoración entre 6 y 10 a la pregunta de "intención" de su visita).

Para evitar sobredimensionar los efectos, se ha tenido en cuenta el grado de motivación con el Festival de Málaga.

Un 83,3% del público residente y excursionista participaba en los eventos del certamen como razón principal de su salida al centro.

En el caso de los turistas (pernoctan), estas proporciones eran similares: del 83,6% y 16,4%, respectivamente.

18.116 habrían pernoctado en la ciudad.

112.109 no se habrían alojado, por ser residentes o excursionistas.

La demanda de bienes y servicios por los participantes en el Festival asciende a 5,85 millones de euros como gastos o efectos indirectos del Festival.

APROXIMACIÓN AL GASTO REALIZADO EN EL FESTIVAL DE MÁLAGA POR EL PÚBLICO				
	DISTRIBUCIÓN (%)	Nº PERSONAS	GASTO MEDIO DIARIO ASIGNADO POR PERSONA (EUROS)	GASTO TOTAL SEGÚN SEGMENTO (EUROS)
NO PERNOCTAN (RESIDENTES Y EXCURSIONISTAS)				
Motivación secundaria	16,67%	18.722	19,67	368.266,10
Motivación principal	83,33%	93.387	39,34	3.673.840,29
Total (residentes y excursionistas)	100%	112.109	39,34	4.042.106,40
PERNOCTAN				
Motivación secundaria	16,35%	2.962	54,3	160.884,12
Motivación principal	83,65%	15.154	108,6	1.646.233,23
Total visitantes	100%	18.116	92,13	1.807.117,35
TOTAL ASISTENTES		130.225		5.849.223,74

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la "Encuesta a los Asistentes al Festival de Málaga 2014".

• En consideración a los resultados de la Encuesta al público del Festival de Málaga, y segmentando el gasto por motivación, se estima que la demanda de bienes y servicios por los participantes en el Festival asciende a 5,85 millones de euros. Éste ha sido considerado como gastos o efectos indirectos del Festival.

ESTIMACIÓN DE LOS EFECTOS INDIRECTOS GENERADOS POR EL FESTIVAL DE CINE DE MÁLAGA						
Tipo de alojamiento	Nº PERSONAS			GASTO REALIZADO POR SEGMENTO-GRUPO MOTIVACIÓN (EUROS)		GASTO TOTAL (euros)
	Total	Motivación principal	Motivación secundaria	Motivación principal (euros)	Motivación secundaria (euros)	
Visitantes que pernoctan (no residentes)	18.116	15.154	2.962	1.646.233	160.884	1.807.117
No pernoctan	112.109	93.387	18.722	3.673.840	368.266	4.042.106
Total asistentes al Festival	130.225	108.541	21.684	5.320.074	529.150	5.849.224

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la "Encuesta a los Asistentes al Festival de Málaga 2014".

• La aportación del público asistente está segmentada en función de la tipología: de un lado, visitante (que pernocta) o, por otro lado, residente-excursionista (vive en la ciudad o se ha trasladado de otra ciudad y no necesita pernoctar). Y además, se ha tenido en cuenta si en algún caso, hubiera venido a Málaga de todas formas, en estas mismas fechas, aunque no se hubiera celebrado el Festival de Málaga (motivación secundaria, menos de un 17% del total de asistentes). A los asistentes con esta motivación "no-principal" se les ha asignado la mitad del gasto diario por persona, para evitar una sobreestimación de los efectos de este evento cultural sobre la economía de la ciudad.

DISTRIBUCIÓN DE LOS EFECTOS INDIRECTOS POR CAPÍTULO DE GASTOS (EUROS)			
	Total gasto Residentes y excursionistas	Total gasto Visitantes (que pernoctan)	Total gasto público y asistentes
Alojamiento	--	896.627	896.627
Comer fuera	2.130.287	384.823	2.515.110
Transporte (aparcamiento)	839.558	249.525	1.089.083
Entradas	351.202	34.379	385.581
Compras de complementos relacionados con la cultura	133.827	44.360	178.187
Otros (compras, gastos varios, ...)	587.129	197.402	784.531
Gasto total realizado por el PÚBLICO*	4.042.106	1.807.117,3	5.849.121

* Se incluye el gasto satisfecho en entradas a las proyecciones por no haberse incluido en los ingresos del Festival de Cine de Málaga e Iniciativas Audiovisuales, S.A.

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la "Encuesta a los Asistentes al Festival de Málaga 2014".

• Así, el gasto asociado a los visitantes (que pernoctan) supera los 1,8 millones de euros, aunque la mayor parte del gasto total del público es el generado por los residentes y excursionistas (más de 4 millones de euros), por ser éstos más numerosos. Por partidas de gasto, la de restauración, transporte y alojamiento tienen un mayor peso entre los efectos derivados de los consumos realizados por los asistentes al Festival de Málaga.

GASTOS DIRECTOS

*La entidad gestora,
productora del bien cultural
Festival de Málaga, realiza
una serie de inversiones que
suponen un importe de 2,7
millones de euros.*

Por su parte, la entidad gestora, productora del bien cultural Festival de Málaga, realiza una serie de inversiones y gastos a lo largo de todo el año y, en concreto, para la organización del certamen que suponen un importe de 2,7 millones de euros, (descontado los ingresos por taquilla del Festival). Esta cuantía la hemos considerado efectos o gastos directos del Festival de Málaga.

ESTIMACIÓN DE LOS EFECTOS DIRECTOS GENERADOS POR EL FESTIVAL DE MÁLAGA	
	IMPORTE (EUROS)
Gastos de Personal	1.090.180,77
Empresas, profesionales y personal eventual	292.056,53
Viajes y alojamiento	216.113,53
Servicios para la producción (módulos, carpas, audiovisuales, etc.)	401.632,45
Publicidad, propaganda, relaciones públicas	174.935,63
Arrendamientos, suministros, reparaciones,...	166.579,51
Otros servicios a empresas	362.967,94
TOTAL	2.704.466,36

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía a partir de la información del Festival de Málaga.

EFFECTOS INDUCIDOS Y TOTALES

Efectos totales de 13,23 millones de euros sobre la ciudad de Málaga.

Efectos inducidos (netos) que se aproximan a 4,68 millones de euros.

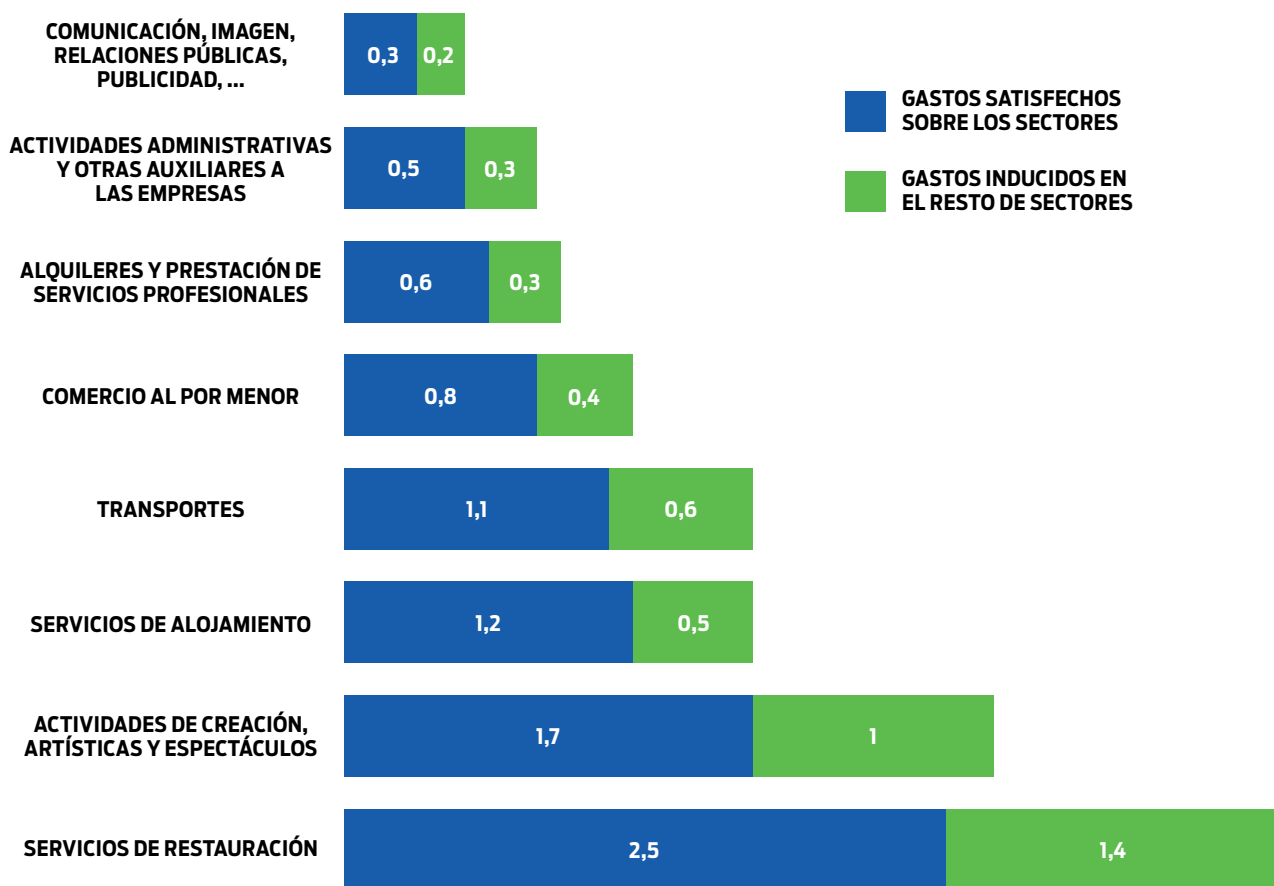
La agregación de estos dos grandes bloques de gasto: el de la oferta y de la demanda del Festival, incide sobre otras ramas de actividad, generando una producción agregada o efectos totales de 13,23 millones de euros sobre la ciudad de Málaga. De este modo, se infiere que sobre la capital malagueña, sede del Festival, se derivan unos efectos arrastre o inducidos (netos) que se aproximan a 4,68 millones de euros. A estos impactos, que son consecuencia de las interacciones de las demandas directas e indirectas sobre el conjunto de ramas de la economía provincial se les conoce, en la bibliografía, como efectos inducidos.

ESTIMACIÓN DE LOS EFECTOS DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS GENERADOS POR EL FESTIVAL DE MÁLAGA (EUROS)						
	Efectos directos (1)	Efectos indirectos (2)	Suma de gastos (directos+ indirectos) (3=1+2)	Multiplicador (4)	Efectos inducidos netos	Efecto total (5=3*4)
Gastos de Personal	1.090.181		1.090.181	1,59	643.207	1.733.388
Empresas, profesionales y personal eventual	292.057		292.057	1,63	183.996	476.052
Servicios para la producción (módulos, carpas, audiovisuales, etc.)	401.632		401.632	1,58	232.947	634.579
Servicios de alojamiento	216.114	896.627	1.112.741	1,46	511.861	1.624.602
Servicios de restauración		2.515.110	2.515.110	1,55	1.383.311	3.898.421
Transportes		1.089.083	1.089.083	1,53	577.214	1.666.298
Arrendamientos, suministros, reparaciones,...	166.579		166.579	1,54	89.953	256.532
Publicidad, propag., relaciones públicas	174.936		174.936	1,77	134.700	309.636
Otros (compras, gastos varios, ...)		784.531	784.531	1,46	360.884	1.145.415
Otros servicios a empresas	362.968		362.968	1,63	228.670	591.638
Servicios de ocio, recreativos y culturales		563.769	563.769	1,59	332.623	896.392
Total	2.704.466	5.849.121	8.553.587	1,55	4.679.366	13.232.953

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía.

Las principales partidas de gasto satisfecho por los agentes que participan en el Festival de Málaga, tanto del lado de la oferta como de la demanda, tienen una repercusión positiva sobre un buen número de ramas del sector terciario de la economía malagueña, como la restauración, los servicios de alojamiento, el comercio minorista, los transportes, etc. y obviamente sobre las ramas relativas a las actividades de creación, artísticas y espectáculos. En el gráfico siguiente se representan, de forma ordenada, los principales sectores de actividad en los que el Festival de Málaga tiene una mayor repercusión.

PRODUCCIÓN GENERADA (IMPACTO TOTAL) POR RAMAS Y GRANDES GRUPOS DE ACTIVIDAD
(EN MILLONES DE EUROS)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía.

OTROS EFECTOS

La generación de efectos arrastre en el resto de la economía (conjunto de España y extranjero) generan otros impactos, que rondan los 5,26 millones de euros.

Agregando los impactos en el ámbito local y sobre el conjunto de la economía (también fuera de Málaga), el gasto global equivaldría a una producción de 18,49 millones de euros.

En la ciudad se habrían generado un total de 150 empleos.

Producción (gasto total) generada por el Festival de Málaga se traduce en un Valor Añadido Bruto (VAB) o PIB de 6,54 millones de euros. Se podría estimar que el impacto sobre la producción, repercutirá en un retorno sobre los ingresos públicos, vía impuestos, cercano a los 1,85 millones de euros.

Además, la generación de efectos arrastre, consecuencia del multiplicador keynesiano sobre la renta y el empleo, en una economía abierta como la malagueña, hace que en el resto de la economía (conjunto de España y extranjero) se generen otros impactos, que rondan los 5,26 millones de euros. De este modo, agregando los impactos en el ámbito local y sobre el conjunto de la economía (también fuera de Málaga), el gasto global equivaldría a una producción de 18,49 millones de euros.

IMPACTO ECONÓMICO GENERADO EN LA CIUDAD DE MÁLAGA POR PRINCIPALES RAMAS DE ACTIVIDAD (MILLONES DE EUROS)		
	GASTOS SATISFECHOS SOBRE LOS SECTORES-RAMAS	GASTOS INDUCIDOS EN EL RESTO DE SECTORES-RAMAS
Servicios de restauración	2,52	1,38
Servicios de hostelería y alojamiento	1,11	0,51
Compras en comercio	0,78	0,36
Gastos de los asistentes en ocio y cultura	0,56	0,33
Transportes (aparcamientos, taxis, ...)	1,09	0,58
Servicios de producción (carpas, módulos, ...)	0,40	0,23
Actividades de creación, artísticas y espectáculos; museos y otras actividades culturales	1,09	0,64
Gastos corrientes (suministros, ...) de los organizadores	0,17	0,09
Publicidad, propag., relaciones públicas	0,17	0,13
Otros servicios a empresas, profesionales, ...	0,66	0,41
Gasto total (impacto) sobre la economía malagueña	8,55	4,68
		13,23
Efectos generados fuera de la economía malagueña (resto España)		5,26
TOTAL IMPACTO ECONÓMICO		18,49

Fuente: Analistas Económicos de Andalucía.

Asimismo, se estima que -al margen de los puestos de trabajo eventuales y las colaboraciones de profesionales que requiere la organización de Festival de Málaga-, derivado del efecto total sobre la producción, en la ciudad se habrían generado un total de 150 empleos. De éstos, 120 en los sectores de los servicios más vinculados a las necesidades del Festival y su público, y el resto en otras ramas de la economía malagueña.

EFFECTOS DEL FESTIVAL DE CINE SOBRE LA GENERACIÓN DE EMPLEO	
	Nº de empleos creados
Personal eventual y colaboradores (Contrataciones del Festival)	214*
	Empleo equivalente a tiempo completo
Empleos generados sobre las ramas de actividad locales (gastos directos e indirectos)	120
Empleos inducidos sobre el resto de sectores de actividad	30
EFFECTO SOBRE EL EMPLEO TOTAL en la economía de Málaga	150

* Sería empleo eventual (parcial y temporal), por lo que no se agrega con el empleo estimado con las TIO, anual y a tiempo completo

Fuente: Resultados de las estimaciones, Analistas Económicos de Andalucía.

Además, cabe mencionar que la metodología de las Tablas I-O permite aproximar que, la producción (gasto total) generada por el Festival de Málaga por importe de 13,23 millones de euros, se traduce en un Valor Añadido Bruto (VAB) o PIB de 6,54 millones de euros. Además, considerando la presión fiscal y los tipos medios impositivos de las principales figuras tributarias en España (según la AEAT), se podría estimar que el impacto sobre la producción, repercutirá en un retorno sobre los ingresos públicos, vía impuestos, cercano a los 1,85 millones de euros.

Por último, habría que tener en cuenta el impacto derivado de la presencia en medios del festival, que en su 17 edición ha sido de casi 21.000.000 de euros (ver anexo 1).

RENTABILIDAD DE LA INVERSIÓN REALIZADA POR EL FESTIVAL DE MÁLAGA SOBRE LA ECONOMÍA DE LA CIUDAD

GASTO DEL FESTIVAL DE CINE DE MÁLAGA	IMPACTO GENERADO EN LA CIUDAD POR GRANDES RAMAS	1 EURO INVERTIDO GENERA
<p>APORTACIÓN DEL CONSISTORIO MUNICIPAL 1,6 M. €</p> <p>GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y PERSONAL 1,09 M. €</p> <p>TOTAL PRESUPUESTOS FESTIVAL DE MÁLAGA 2,7 M. €</p>	<p>SERVICIOS DE ALOJAMIENTO 1,69 M. €</p> <p>SERVICIOS DE RESTAURACIÓN 3,90 M. €</p> <p>ACTIVIDADES DE CREACIÓN, ARTÍSTICAS Y ESPECTÁCULOS 2,63 M. €</p> <p>ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS Y OTRAS AUXILIARES A LAS EMPRESAS 0,74 M. €</p> <p>COMUNICACIÓN, IMAGEN, PUBLICIDAD, PROPAGANDA 0,56 M. €</p> <p>TRANSPORTES 1,66 M. €</p> <p>ALQUILERES Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES 0,91 M. €</p> <p>COMERCIO AL POR MENOR 1,15 M. €</p> <p>TOTAL ACTIVIDAD PRODUCTIVA DE LA CIUDAD 8,3 €</p>	<p>..... 1,1 €</p> <p>..... 2,4 €</p> <p>..... 1,6 €</p> <p>..... 0,5 €</p> <p>..... 0,3 €</p> <p>..... 1,0 €</p> <p>..... 0,6 €</p> <p>..... 0,7 €</p>

Para finalizar, no deberían pasar desapercibidos los efectos beneficiosos generados por el Festival de Málaga, que no son cuantificables en términos monetarios, por ser más intangibles, tales como los relacionados con la diversificación de la oferta cultural, el aumento del gusto por el cine y otras artes, el fomento del espíritu crítico y la contribución a la cohesión social.

CONCLUSIONES

Por cada euro de aportación del Ayuntamiento de Málaga, se generan 8,3 euros para la actividad económica de la ciudad.

Las ramas más beneficiadas de esta inversión municipal, son las de la hostelería y restauración.

Las actividades ligadas a la producción artística y de espectáculos, así como los transportes y el comercio minorista serían las ramas con mayor repercusión.

Por cada euro invertido se generan otros 3,3 euros fuera de la economía malagueña.

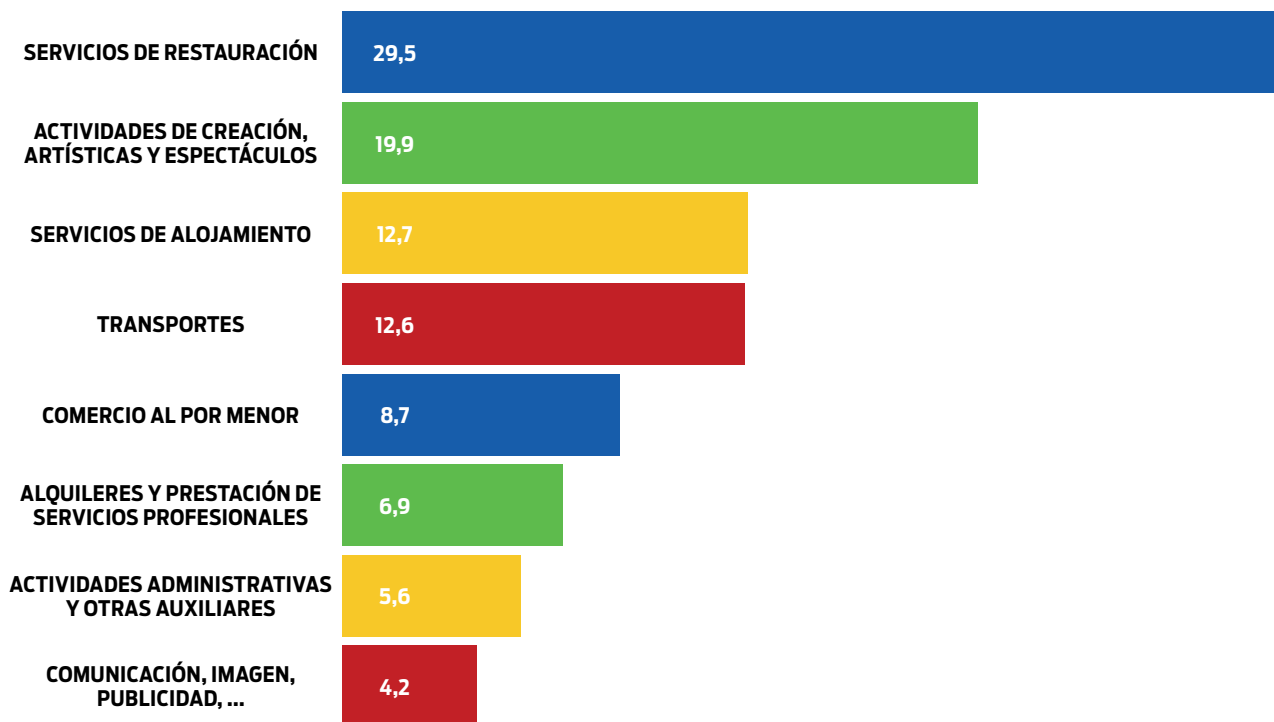
Un euro de inversión municipal en el Festival de Málaga tiene un impacto de 4,1 euros sobre el PIB de la ciudad de Málaga.

La divulgación y presencia de la marca Málaga en los medios de comunicación e internet supone que la inversión del Consistorio municipal se habría multiplicado por 13 veces.

A modo de balance general, se puede establecer como conclusión que el Festival de Cine es una inversión rentable para la ciudad de Málaga, dado que:

- A.** Por 1 euro de la aportación del Ayto de Málaga, se generan 8,3 euros para la actividad económica de la ciudad. (Es el factor de 1,6 millones de euros de aportación municipal sobre los 13,23 millones de euros de efecto total en la capital malagueña).
- B.** Las ramas más beneficiadas de esta inversión municipal, son las de la hostelería y restauración: por cada euro municipal, se generan 3,5 euros en el agregado de estos dos sectores.

DISTRIBUCIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO TOTAL POR SECTORES DE LA CIUDAD
(EN % SOBRE EL TOTAL DE LOS EFECTOS TOTALES GENERADOS EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE MÁLAGA)



Fuente: Analistas Económicos de Andalucía.

- C.** Asimismo, las actividades ligadas a la producción artística y de espectáculos, así como los transportes y el comercio minorista serían las ramas con mayor repercusión.
- D.** Además, por cada euro invertido se generan otros 3,3 euros fuera de la economía malagueña, es decir, en el resto de la economía española, que en parte se incidirán en ingresos tributarios.
- E.** Asimismo, un euro de inversión municipal en el Festival de Málaga tiene un impacto de 4,1 euros sobre el PIB de la ciudad de Málaga.
- F.** La divulgación y presencia de la marca Málaga en los medios de comunicación, redes sociales, etc. supone que la inversión del Consistorio municipal se habría multiplicado por 13 veces.

INVERSIÓN MUNICIPAL EN FESTIVAL DE MÁLAGA 2014

1,6 MILLONES DE EUROS

1 EURO INVERTIDO POR EL AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA GENERA GRACIAS AL FESTIVAL...

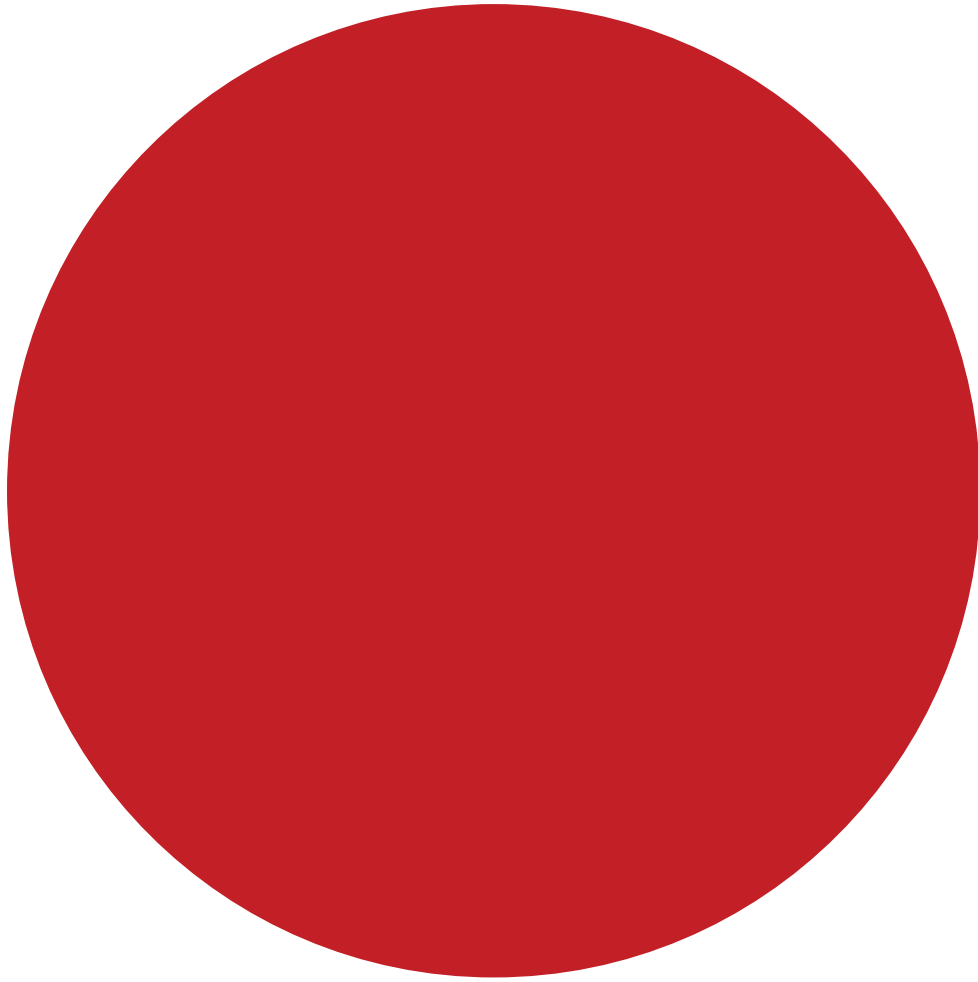
	MILLONES EUROS	EUROS GENERADOS POR CADA EURO INVERTIDO
EN LA ECONOMÍA DE MÁLAGA		
EFFECTOS DIRECTOS	2,7	0,7
EFFECTOS INDIRECTOS	5,8	3,6
EFFECTOS INDUCIDOS	4,7	2,9
TOTALES	13,2	7,3
FUERA DE LA ECONOMÍA MALAGUEÑA	5,3	3,3
TOTALES SOBRE LA ECONOMÍA	18,5	11,5

VALOR AÑADIDO BRUTO / PIB	6,5	4,1
RETORNO POR IMPUESTOS	1,9	1,2
IMPACTO ESTUDIO DE MEDIOS	21	13,1

EFFECTO GLOBAL GENERADO POR LA INVERSIÓN MUNICIPAL	41,4	25,9
EFFECTO GLOBAL GENERADO POR LA INVERSIÓN MUNICIPAL SOBRE LA CIUDAD	34,2	21,4

LA INVERSIÓN MUNICIPAL EN EL FESTIVAL (1,6 M €) GENERA 34,2 M € EN LA ECONOMÍA, IMPUESTOS Y RETORNO DE IMAGEN DE MARCA DE LA CIUDAD DE MÁLAGA

POR CADA EURO INVERTIDO POR EL AYUNTAMIENTO, LA CIUDAD DE MÁLAGA RECIBE 21,4 EUROS A TRAVÉS DEL FESTIVAL (2.140% DE RENTABILIDAD)





ANEXO 1
ESTUDIO DE MEDIOS

NOTAS ACLARATORIAS

FICHA TÉCNICA

Ámbito de análisis: Península, Baleares y Canarias.

Target: En televisión, individuos de 4 y más años. En radio y prensa, individuos de 14 y más años. En internet, usuarios válidos.

VARIABLES DE ANÁLISIS

Nº de noticias: recuento de noticias relacionadas con la marca, entidad o evento analizados.

Nº de referencias: recuento de apariciones de la marca, entidad o evento analizados.

Nº de titulares en prensa: noticias que citan en título, subtítulo o antetítulo al objeto del análisis.

Nº de fotos en prensa: recuento de fotografías publicadas en relación al objeto del análisis.

Impacto de Difusión en prensa: acumulado del nº de ejemplares difundidos de cada referencia (fuente OJD).

Impacto de Audiencia en prensa y radio: acumulado del nº de lectores u oyentes de cada referencia (fuente EGM).

Impacto de Audiencia en televisión: acumulado del nº de espectadores de cada referencia (fuente Kantar Media).

Espacio en prensa: superficie en páginas dedicado al objeto del análisis.

Impacto de Audiencia en internet: acumulado del total de visitas diarias (fuente COMSCORE).

Duración: tiempo de emisión dedicado al objeto del análisis.

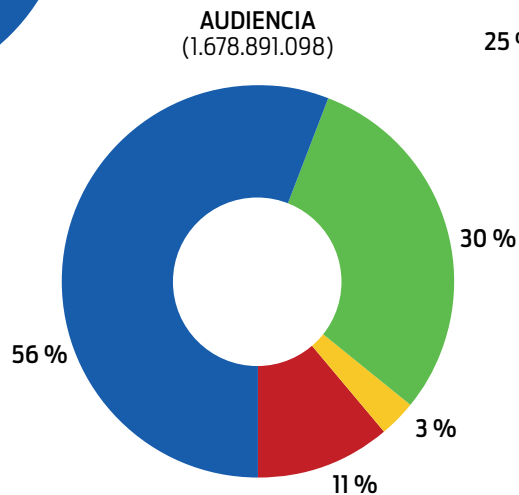
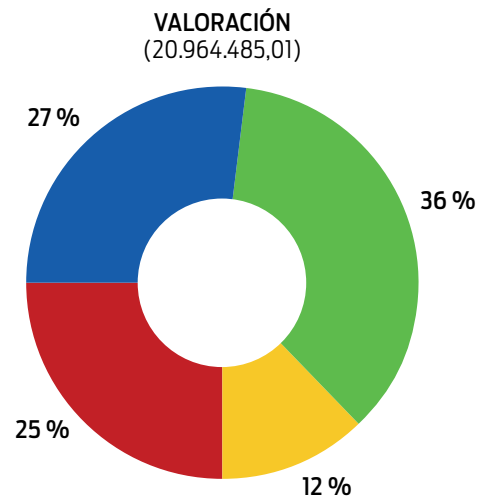
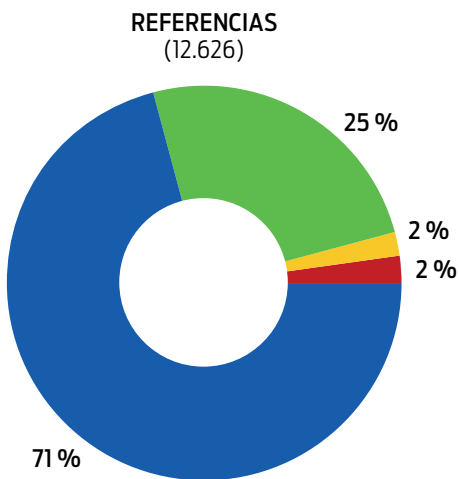
Valoración económica: estimación en euros del espacio o duración, según las tarifas de publicidad de los medios.

* Península, Baleares y Canarias.

Periodo estudio
Del 06/07/2013 al 23/06/2014

MEDIOS TOTAL GENERAL	
Noticias	12.618
Referencias	12.626
Audiencia	1.678.891.098
Valoración	20.964.485 €

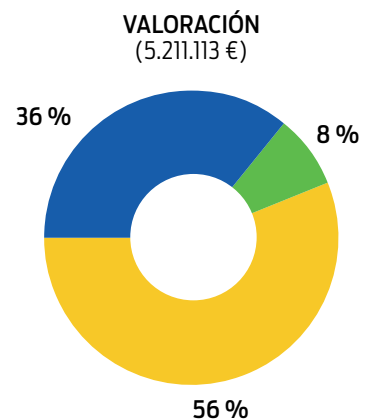
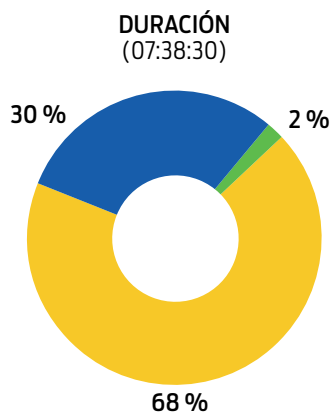
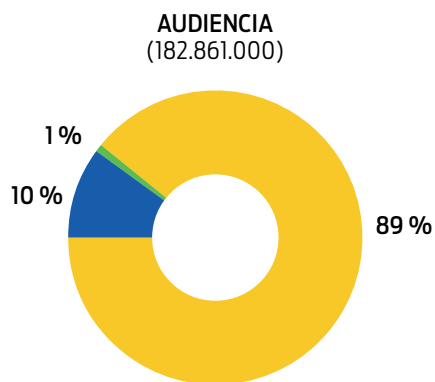
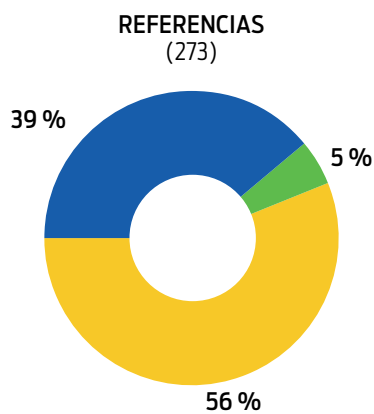
TOTAL POR MEDIOS			
	REFERENCIAS	AUDIENCIA	VALORACIÓN
Internet	8.937	946.631.098	5.684.211 €
Prensa	3.148	506.791.000	7.636.131 €
Radio	268	42.608.000	2.433.030 €
TV	273	182.861.000	5.211.113 €
TOTAL	12.626	1.678.891.098	20.964.485 €



■ INTERNET
 ■ PRENSA
 ■ RADIO
 ■ TV

TELEVISIÓN TOTAL GENERAL	
Noticias	266
Referencias	273
Audiencia	182.861.000
Duración	07:38:30
Valoración	5.211.113 €

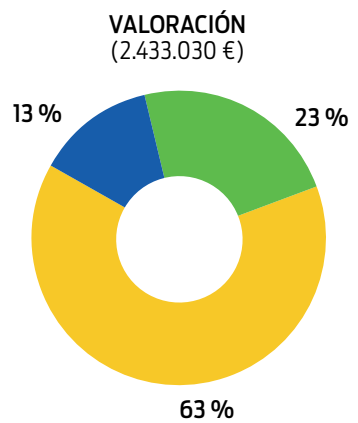
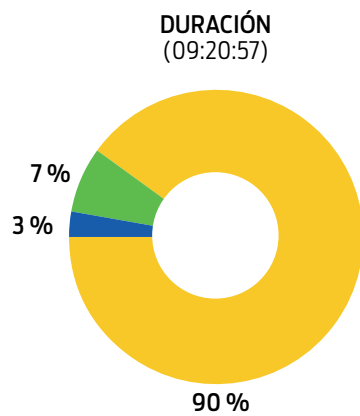
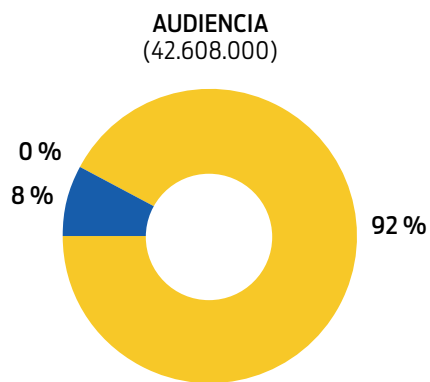
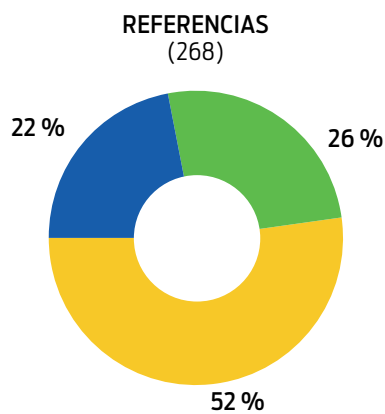
TOTAL POR TIPO DE CADENA				
	REFERENCIAS	AUDIENCIA	DURACIÓN	VALORACIÓN
Autonómica	106	18.638.000	02:45:15	1.557.848 €
Desconexión	14	1.202.000	00:36:07	91.641 €
Nacional	153	163.021.000	04:17:08	3.561.625 €
TOTAL	273	182.861.000	07:38:30	5.211.113 €



■ AUTONÓMICA
 ■ DESCONEXIÓN
 ■ NACIONAL

RADIO TOTAL GENERAL	
Noticias	268
Referencias	268
Audiencia	42.608.000
Duración	9:20:57
Valoración	2.433.030 €

TOTAL POR TIPO DE CADENA				
	REFERENCIAS	AUDIENCIA	DURACIÓN	VALORACIÓN
Autonómica	59	3.337.000	01:15:03	78.991 €
Desconexión	69	0	02:09:52	162.864 €
Nacional	140	39.271.000	05:56:02	2.191.175 €
TOTAL	268	42.608.000	09:20:57	2.433.030 €

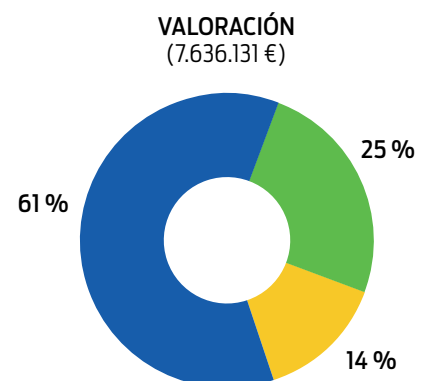
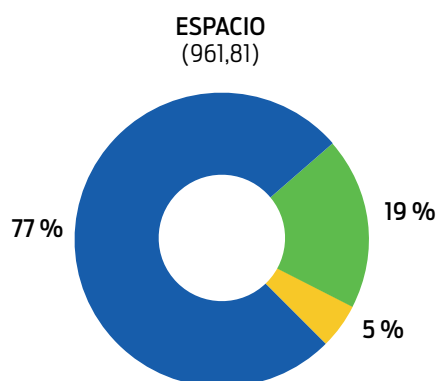
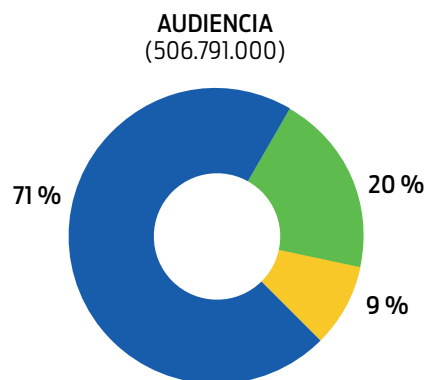
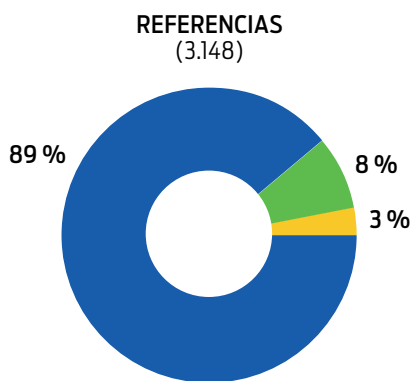


■ AUTONÓMICA
 ■ DESCONEXIÓN
 ■ NACIONAL



PRENSA TOTAL GENERAL	
Noticias	3.148
Referencias	3.148
Titulares	815
Fotos	2.610
Difusión	107.262.942
Audiencia	506.791.000
Espacio (pág.)	961,81
Valoración	7.636.131 €

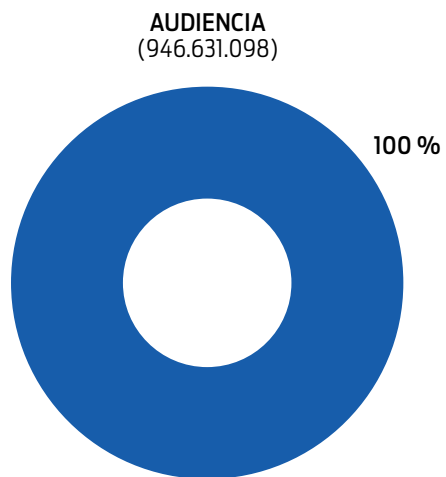
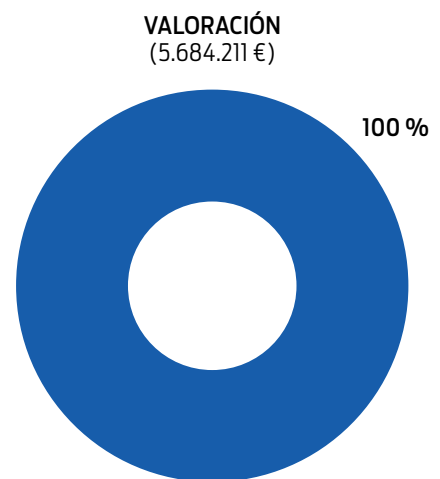
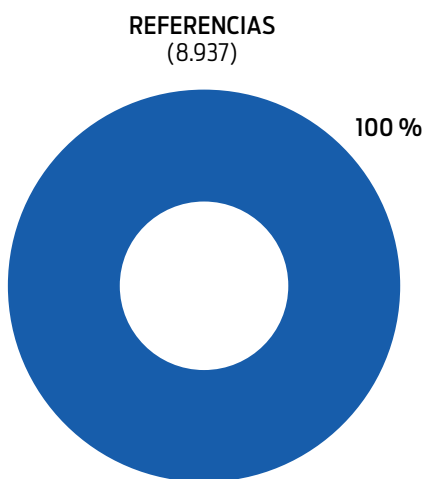
TOTAL POR TIPO DE PUBLICACIÓN					
	REFERENCIAS	DIFUSIÓN	AUDIENCIA	ESPACIO	VALORACIÓN
Diario	2.799	64.141.026	358.994.000	735,87	4.629.239 €
Revista	265	24.817.582	103.155.000	180,60	1.928.828 €
Semanario	84	18.304.334	44.642.000	45,34	1.078.064 €
TOTAL	3.148	107.262.942	506.791.000	961,81	7.636.131 €



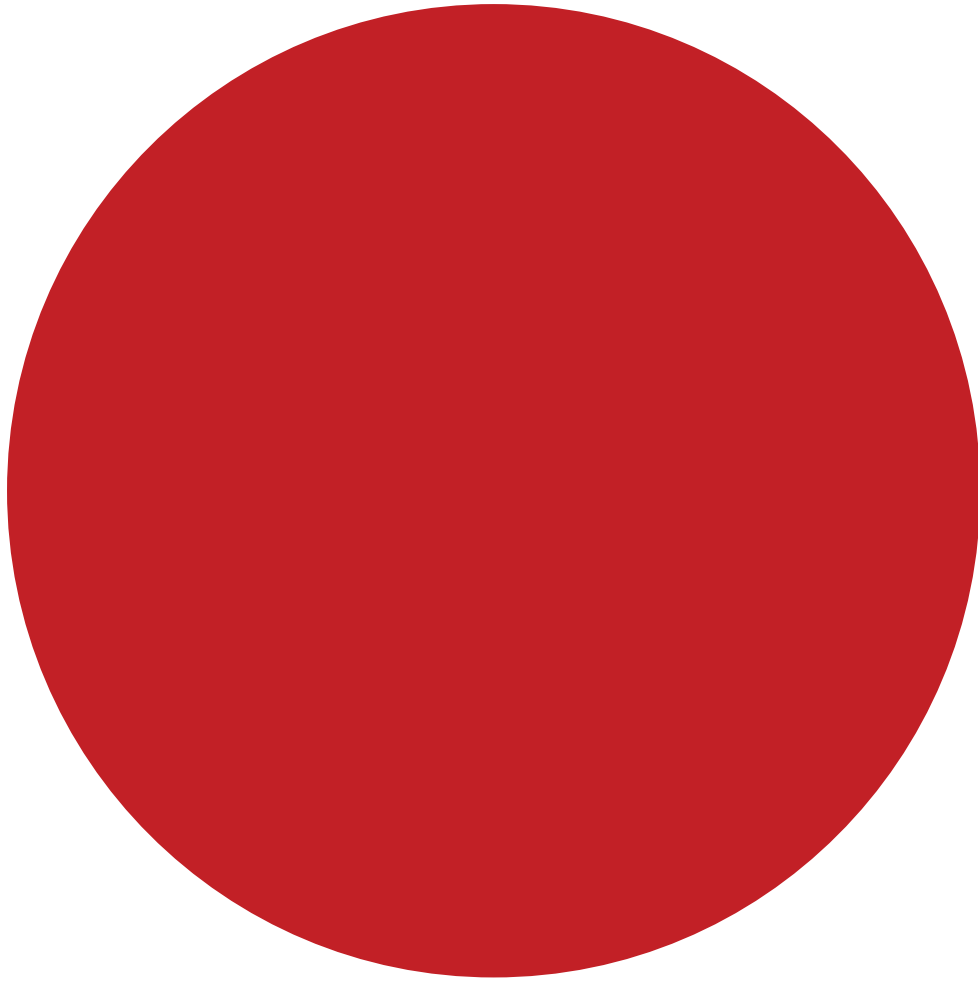
■ DIARIO
 ■ REVISTA
 ■ SEMANARIO

INTERNET TOTAL GENERAL	
Noticias	8.937
Referencias	8.937
Titulares	2.302
Audiencia	946.631.098
Valoración	5.684.211 €

TOTAL POR TIPO FUENTE			
	REFERENCIAS	AUDIENCIA	VALORACIÓN
General	8.937	946.631.098	5.684.211 €
TOTAL	8.937	946.631.098	5.684.211 €



 **GENERAL**





**ANEXO 2
ENCUESTA AL PÚBLICO**

Encuesta

para los asistentes al FESTIVAL DE CINE DE MÁLAGA 2014

El presente cuestionario se realiza para FESTIVAL DE CINE DE MÁLAGA con objeto de identificar los aspectos más relevantes que se derivan del Festival.

Los datos de esta encuesta son confidenciales, serán tratados de forma agregada, sin que en ningún caso se ofrezcan datos individuales de ningún tipo.

1. En qué medida considera cierta esta afirmación (valore de 1 a 10)

Me encuentro HOY en Málaga (centro) con motivo del FESTIVAL DE CINE DE MÁLAGA

(En caso de que sea 3 o inferior ANOTAR Y AGRADECER: **no sigue la encuesta**)

BLOQUE A.- MOTIVACIÓN

2. El motivo de su asistencia hoy a la ciudad (centro) ha sido: Atención: Posible respuesta múltiple

Asistir a la proyección de las películas que concursan

Asistir a otras secciones (no concurso), conferencias, exposiciones, etc.

(especificar) _____

Pasear por los lugares donde se celebra el Festival, para ver a los actores y el ambiente del Festival

Otros _____

3. ¿Está vinculado con el Festival de Cine de manera profesional?

(pregunta de control)

SI NO

BLOQUE B.- CARACTERÍSTICAS DEL ENCUESTADO

4. Rasgos básicos

Sexo		Edad	
		18-24 años	1
		25-34 años	2
Hombre	1	35-54 años	3
Mujer	2	55-64 años	4
		+ 64 años	5

5. ¿Dónde reside? (especificar dónde)

- Málaga capital
 Provincia de Málaga
 Otras provincias o extranjeros (especificar dónde)

6. En total, ¿cuántos días va a pasar en la ciudad (si es local cuántos días va a venir al centro de Málaga) con motivo del Festival de Cine de Málaga?

Indicar nº de días

Indicar nº de pernотaciones

Si es 0 = pasar a **BLOQUE RESIDENTES (7)**
 Si es >0 = pasar a **BLOQUE NO RESIDENTES (9)**

BLOQUE C.- PATRONES DE GASTO DE LOS ASISTENTES Y VISITANTES DEL FESTIVAL DE CINE DE MÁLAGA

RESIDENTES en Málaga-área o municipios cercanos (no pernотaciones)

7. ¿Cuánto gasta en entradas (y otras actividades organizadas) por el Festival de Cine? (aproximar cantidad)

8. ¿Con motivo de su asistencia al Festival ha aumentado su nivel de gasto HOY?

- SI (opción A)
 No influye

Opción A

8.1 ¿Cuáles son los motivos de este incremento en el gasto? Indique la cantidad de cada una de las partidas de gasto (Atención: se trata de gastos diarios. (INTENTAR DESAGREGAR PARTIDAS, EN CASO CONTRARIO APROXIMAR GASTO TOTAL)

- Comer fuera _____ €
 Transporte (aparcamiento) _____ €
 Entradas _____ €
 Compras de complementos relacionados con el Festival (posters, CD, discos, descargas, objetos, revistas-fancine, ...) _____ €
 Otros (compras, gastos varios, ...) _____ €
 Especificar cuáles (especialmente si son de cierta cuantía) _____ €
 Total/día _____ €

NO RESIDENTES en Málaga

9. ¿Se aloja en Málaga (ciudad)?

- SI
 NO. En este caso, decir dónde (otro municipio u localidad)

9.1. En qué tipo de alojamiento? Marcar

- Hotel (nº estrellas)
 Pensión, albergue
 Apartamento alquilado
 Casa de familiares o amigos
 Otro tipo de alojamiento (especificar cuál) _____

10. Gasto medio estimado en las últimas 24 horas (TENER cuidado con no confundir con el gasto total durante la duración de la estancia)

- Alojamiento _____ €
 Comer fuera _____ €
 Transporte (aparcamiento) _____ €
 Entradas _____ €
 Compras de complementos relacionados con el Festival (posters, CD, discos, descargas, objetos, revistas-fancine, ...) _____ €
 Otros (compras, gastos varios, ...) _____ €
 Especificar cuáles (especialmente si son de cierta cuantía) _____ €
 Total/día _____ €

11. Para finalizar con la encuesta..., en su visita a Málaga, además del Festival de Cine, ¿me podría decir cuáles otros elementos de la oferta cultural de la ciudad le resultan a Ud. especialmente interesantes (valore de 0 al 10)

- Museos: Picasso, Thyssen, ...
 Patrimonio histórico-artístico: Catedral, Alcazaba-Teatro romano, Castillo Gibralfaro, ...
 Otros referentes y lugares de interés: gastronómicos, folclóricos, ...

FESTIVAL DE MÁLAGA CINE ESPAÑOL

