



## **INFORME DE VALORACIÓN DE LA REPERCUSIÓN ECONÓMICA DEL CONTRATO DE SERVICIO DE PATROCINIO PUBLICITARIO PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MARBELLA A TRAVÉS DE LA INSERCIÓN DEL LOGO DE MARBELLA EN EL PROYECTO DE TEMPORADA TAURINA 2024 PARA LA REINAUGURACIÓN DE LA PLAZA DE TOROS DE MARBELLA”.**

### **1. MENSAJE Y DESTINATARIOS**

**Marbella ciudad de cultura y tradición:** Dirigido a todos los aficionados, seguidores, curiosos, turistas, vecinos y ciudadanos partícipes de la tauromaquia y su mundo.

### **2. OBJETIVOS**

El número de festejos taurinos celebrados en España durante el año pasado superó los 1.600, con Andalucía a la cabeza del ranking<sup>1</sup>.

La tauromaquia es una industria cultural de primer nivel que realiza una gran aportación a la economía española, no sólo a través de ingresos de taquilla y con los gastos de producción sino mediante la demanda indirecta recibida por el sector turístico y directamente la hostelería y restauración.

Las fiestas o espectáculos taurinos, incluyen no sólo a las corridas de toros sino un numeroso conjunto de tradiciones y festejos populares vinculados al mundo del toro, que a su vez comprenden lo que hoy entendemos por «Tauromaquia». Todo esto es signo de identidad colectiva, y ello justifica que su preservación corresponda y competa a todos los poderes públicos.

Desde este Ayuntamiento, se ha previsto llevar a cabo la reinauguración de la plaza de toros y patrocinar un proyecto taurino, que englobe dos festivales taurinos, exposiciones y actividades culturales relacionadas con la temática taurina así como encuentros con grandes figuras del toreo.

Este proyecto tiene como objetivo añadir un atractivo turístico a la ciudad, ya que se espera que esta actividad lúdica tenga gran impacto en los residentes, visitantes y turistas de Marbella y la costa del Sol. Además del impacto publicitario que soportará el evento a nivel nacional e internacional.

### **3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN**

El proyecto de Temporada taurina 2024 se ampara de forma directa un modelo de programación taurina plenamente consciente del poder de arrastre de las figuras del toreo, que comparecerían en dos espectáculos previstos en agosto.

1. Datos de INE y la Asociación Nacional de Organizadores de Espectáculos Taurinos.





El modelo de venta al público consistiría se despacharían en el marco de un mini abono de verano.

Así, esto permite estimar una asistencia promedio del 85% en las dos corridas a pie y del 50% en el festejo de rejones, lo que se traduciría en la venta de un total de 17.600 entradas durante la temporada. La estimación del 85% obedece al promedio de aforo cubierto reunido en las comparecencias de Andrés Roca Rey durante la pasada temporada, mientras que la estimación del 50% para la corrida de toreo a caballo obedece a los niveles promedio de público observados en este tipo de festejos en plazas de Segunda y Tercera Categoría.

Asumiendo un precio medio de 50 euros por localidad, la generación de caja asociada a la programación de los festejos se situaría en 880.000 euros, cifra a la que habría que sumar un 5-10% adicional en concepto de ingresos extraordinarios y atípicos (publicidad, servicio de bar y catering, venta de carne brava, etc.) para alcanzar una cifra general de aproximadamente 980.000 euros. De esta cifra, los costes de producción supondrían alrededor de un 80%, de modo que la empresa desembolsaría al menos 830.000 euros para sacar adelante el ciclo.

Además del efecto directo derivado de los ingresos por la organización de los festejos y de los costes de producción desembolsados por la empresa organizadora del ciclo, también es preciso tomar en consideración el gasto extra que realizan los asistentes a festejos taurinos en otros servicios relacionados: alojamiento, restauración, transporte, etc.

Por otro lado, elevar la demanda en dichos sectores exige que los operadores empresariales eleven sus gastos operativos para dar respuesta a ese aumento de la actividad. Este es el impacto inducido, que comprende por ejemplo la contratación de personal o la compra de un mayor volumen de insumos.

Como ejercicio estimativo, a la vista del estudio planteado por la empresa Arenas de San Nicasio para Marbella, un análisis preliminar se establece un aumento de la actividad económica que podría experimentar la ciudad comparándolo con los festejos de Santander, Valladolid, Olivenza y Alicante.

En datos el promedio de impacto indirecto en esos eventos es de 1,8. Lo que significa que por cada 1€ de ingresos directos, la tauromaquia indujo 1,8 de gasta adicionales en las localidades analizadas.

Por lo tanto, a la vista del proyecto presentado por la UTE Arenal Marbella Toros se producirá un aumento de la demanda económica en hoteles, restaurantes, bares, comercios y negocios en torno a 1.600.000 €.

Asimismo, en estas ciudades, el aumento promedio del gasto inducido presenta un multiplicador promedio de 0,7 puntos en los cuatro casos de estudio anteriores. Esto sugiere que las empresas beneficiarias del gasto indirecto invierten 0,7 euros por cada 1 euro obtenido en concepto de ventas adicionales, para así poder atender esas mayores cifras de





negocio. Para el caso de Marbella, esto supondría cerca de 1.100.000 euros de desembolsos adicionales.

#### 4. IMPACTO PUBLICITARIO ESPERADO

Tras todo lo expuesto, el modelo de programación taurina sugerido por Arenal Marbella Toros UTE de cara a la temporada de reapertura de la plaza de toros de Marbella comprende un impacto económico muy elevado que se puede estimar en el entorno de los 4,5 millones.

De esta cifra, 2,7 millones se corresponden directamente con el impacto indirecto y los gastos inducidos que tendrían los festejos en la economía local de la bella localidad costera. Asimismo, en torno a un 20% de los costes de producción implicarían desembolsos realizados en la economía local, de modo que el efecto global sobre la economía marbellí se incrementaría en otros 170.000 euros y se situaría cerca de los 2,9 millones.

Por otro lado, parece razonable asumir que la temporada taurina de Marbella obtendrá al menos 200 menciones en medios de comunicación nacionales, regionales y locales, así como en prensa taurina especializada. Asumiendo un Valor Publicitario Equivalente de 2.500 euros por pauta publicitaria, esto equivaldría a 500.000 euros adicionales de impacto económico, esta vez referido al coste que tendría contratar todas esas menciones en prensa, radio, televisión e internet.

CONCEPTO	ESTIMACIÓN
Impacto directo	980.000
Costes de producción	830.000
Impacto indirecto	1.600.000
Impacto inducido	1.100.000
Valor Publicitario Equivalente	500.0000
<b>TOTAL</b>	<b>5.010.000</b>

La vuelta de los toros a Marbella y la reapertura de su plaza tendrá un impacto y repercusión mediática importante. Los toros estarán muy presentes en los medios de comunicación





convencionales y especializados, estando la presencia valorada en más de 5.000.000 € (cinco millones de Euros)<sup>2</sup>.

2. Datos Diego Sánchez de la Cruz Consultora Foro Regulación Inteligente

Medios	Resultados previstos
Noticias Impresas	+400
Noticias Televisión	+50
Noticias en Radio	+50
Noticias Digitales	+600
Valoración mediática	5.000.000 €

## 5. PRECIO

Para la delegación de Turismo Marbella en particular y para toda la ciudad de Marbella en general, se trata de un patrocinio totalmente estratégico. Del que nos vemos extremadamente beneficiados, no solo por el retorno publicitario de más de 5 M de €, también por impacto económico que se prevé de más de 4, 5 M € para la ciudad de Marbella.

Se espera un amplio retorno del patrocinio ya que el nombre de Marbella se insertará en carteles, lonas, banderolas, flyers y otros elementos de marketing directo. Asimismo, hay que tener en cuenta la amplia cobertura en medios televisivos, radio y redes que va a promover este proyecto.

La ciudad de Marbella, es si misma una marca de ahí que las empresas y promotores quien celebrar y desarrollar sus eventos y proyectos, pues el éxito está asegurado lo que repercute positivamente en el retorno publicitario a ciudad y por tanto, al patrocinio.

## 6. JUSTIFICACIÓN RETORNO DE LA INVERSIÓN

Dada la repercusión mediática y directa que va tener este proyecto, se estima justificada el retorno en la inversión. Además de los datos ofrecidos no debemos olvidar del gran número de seguidores, artistas, famosos e influencers con los cuenta este tipo de eventos y que al efectos llamada de “ Marbella” publicarán de forma desinteresada la asistencia, con lo cual el retorno está asegurado.





El proyecto se desarrollará durante un mes, principalmente en agosto ya que los festejos están programados, se realizarán encuentros y entrevistas con grandes maestros del toreo, y exposiciones taurinas, lo cual mantiene la publicidad durante ese periodo.

También destacar que los encuentros, exposiciones y una clase magistral para los alumnos de la escuela taurina de Málaga, serán públicos y gratuitos hasta completar el aforo. De esta manera está garantizando nuevamente el retorno de la inversión ya que permite impactar con el público de forma cercana.

Como hemos comentado, el retorno de la inversión vendrá multiplicado por las noticias, publicaciones y banners en webs, cuñas publicitarias y menciones en retrasmisiones taurinas tanto de televisión como radio nacionales e internacionales.

Por tanto, del análisis de los distintos retornos publicitarios, tanto estáticos como dinámicos, más el impacto en los medios de comunicación de referencia, se desprende, de una parte, que las tarifas aplicadas al contrato de patrocinio objeto del presente puede considerarse conforme a precios de mercado. Dicho análisis nos sirve para establecer y justificar el presupuesto base de licitación del contrato de PATROCINIO PUBLICITARIO y derivar una propuesta para cuantificar su valor monetario.

El presupuesto se ha establecido de acuerdo con las características y naturaleza de la actividad objeto del contrato, y fundamentalmente, en atención a la valoración del retorno publicitario directo e indirecto que recibirá el Excmo. Ayuntamiento de Marbella, por el patrocinio del evento, que se estima en una cantidad adecuada al presupuesto indicado.

Lo que se informa desde el punto de vista técnico a los efectos oportunos.

En Marbella, a fecha de firma electrónica  
La Técnica de Administración General,

