



IMPACTO DE LA COPA DEL REY DE BALONCESTO

JUNIO 2024

ENIOMIA



acb  ENIOMIA

ÍNDICE

1.- RESUMEN EJECUTIVO.

2.- INTRODUCCIÓN.

3.- ENIGMIA. INTELIGENCIA ARTIFICIAL.

4.- EVOLUCIÓN COPA DEL REY DE BALONCESTO.

5.- COMPARATIVA CON OTROS EVENTOS.

6.- IMPACTO ECONÓMICO EN LAS SEDES.

7.- VALORACIÓN DE LA MARCA E IMPACTO EN MARCA ESPAÑA.



1. RESUMEN EJECUTIVO

- ⊗ Para analizar la reputación e impacto de la marca Copa del Rey de Baloncesto se han analizado más de **250.000 noticias en 10.000 medios** de comunicación de todo el mundo y miles de vídeos en **YouTube**. Se ha utilizado la tecnología Enigmia Core y modelos de cuantificación económica.

Reputación de la Copa del Rey de Baloncesto

- ⊗ El indicador clave para la valoración cualitativa es el **IR (Índice de Reputación)**. En la Copa del Rey de Baloncesto hay que distinguir **dos periodos** con comportamientos significativamente diferentes: **2020-21 y 2022-24**, en este último periodo el número de noticias se multiplica y se desestacionaliza, es decir, que **se generan un gran volumen de noticias durante todo el año**, 27.789 en 2022, 83.078 en 2023 y 49.653 en lo que va de 2024.
- ⊗ Se puede afirmar que la reputación de la marca se basa en la dimensión **"Finanzas"**, (**"Marca rentable"** e **"Impacto económico en sedes"**) y en menor medida **"Internacionalización"** (**"Repercusión de la Marca"**) y **"Liderazgo"** (**"Evento bien organizado"**). Una imagen que ha evolucionado, porque en los años 20-21 los valores asociados eran principalmente los de la dimensión **"Ciudadanía"** (**"Actúa de forma responsable para proteger el medio ambiente"** e **"Influencia positiva en la sociedad"**).
- ⊗ Como se ha mencionado, **desde 2022 el número de noticias se ha multiplicado** exponencialmente, además de generar noticias constantemente a lo largo del año. Este aumento ha sido respaldado por nuevos conceptos noticiables como el **"Respaldo institucional y social"**, la representatividad de los **"Patrocinios"** y todo lo relacionado con **"Entretenimiento y Ocio"**.

Reputación Internacional

- ⊗ Desde 2022 el número de **noticias en idioma extranjero se ha multiplicado por cuatro**. De 241 en 2022 a 883 en 2024. Destacan las publicadas en inglés, francés e italiano.
- ⊗ Desde el año 2020 se ha conseguido incrementar el número de publicaciones internacionales de 9 a 22 de los 25 mejores países por Ranking FIBA. **En total se han publicado noticias sobre la Copa del Rey de Baloncesto en 125 países.**
- ⊗ Estas informaciones tienen como eje principal **"Impacto económico en sedes", "Marca Rentable" y "Repercusión de la Marca"**, aunque en los últimos años crecen con fuerza **"Evento bien organizado", "Patrocinios" y "Entretenimiento y ocio"**.

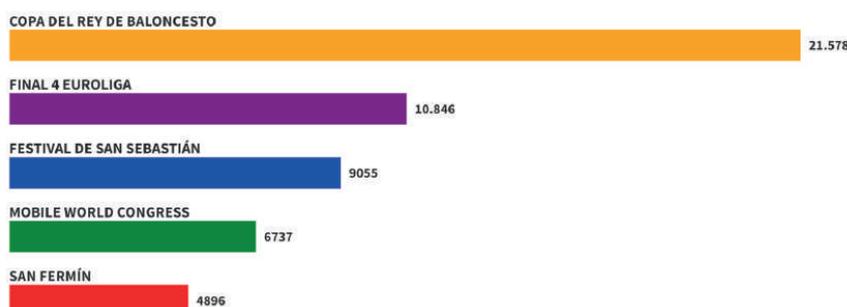
Relación con Patrocinios

- ⊗ Los 10 patrocinadores con mayor visibilidad en este periodo son **Endesa y Unicaja**, seguidos de **Movistar** y a mayor distancia **Renfe, Toyota, Kia, Gatorade, Amayu, Samsung y Universae**.

Comparativa frente a otros eventos

- ⊗ **La Copa del Rey de Baloncesto es el acontecimiento que alcanza un mayor número de noticias durante los días que se celebra el evento**, muy por encima de otros eventos festivos, como San Fermín, deportivos como la Final Four de Baloncesto o tecnológicos como MWC.
- ⊗ La presencia constante en medios de comunicación le permite **a la Copa del Rey, como mínimo, duplicar el número de noticias al siguiente evento analizado 21.578 vs. 10.846 de la Final Four Euroliga o 9.035 del Festival de cine de San Sebastián.**

Volumen de noticias totales en 2023 en España



Impacto Económico en las sedes

- ⊗ El **impacto económico en las sedes** se ha incrementado desde 2020 en un **59,6% llegando a los 75.324.324€** y la traslación a **empleos directos e indirectos** ha crecido un **33,26%**.

Copa del Rey de Baloncesto

	Málaga 2020	Granada 2022	Badalona 2023	Málaga 2024
Espectadores	71.101	45.229	74.665	73.004
Participantes del evento estimados	213.000	180.000	300.000	295.000
Gasto Turistas Nacionales (€)	2.920.000	5.165.000	2.624.000	3.964.000
Gasto Turistas Extranjeros (€)	22.850.000	8.210.000	30.105.000	38.695.000
Gasto Turistas locales (€)	3.580.000	2.645.000	3.466.000	4.584.000
Empleados Generados (Directos / Indirectos)	1735	1076	1598	2312
Impacto económico en la sede (€)	47.195.000	32.050.000	59.831.00	75.324.000

Valoración de la Marca e impacto en Marca España

- ⊗ Se ha realizado una **valoración económica** de la marca "Copa del Rey de Baloncesto" a través del modelo **Royalty Relief Method (RRM)** que es el estándar internacional para la **valoración de intangibles** y se ha realizado una doble verificación por modelos análogos.
- ⊗ El **valor de la marca "Copa del Rey de Baloncesto" es de 14.754.598€**
- ⊗ El impacto de la "Copa del Rey de Baloncesto" en **Marca España es de 90.778.743€**, que se descompone del siguiente modo:
 - ⊗ Impacto **mediático: 22.048.953€**
 - ⊗ Impacto **turístico: 53.600.000€**
 - ⊗ Impacto de **reputación internacional: 15.129.790€**



2

INTRODUCCIÓN



2. INTRODUCCIÓN

El deporte, más allá de promover valores como: la disciplina, la concentración, el liderazgo y la pasión entre sus aficionados, puede ser una buena herramienta para potenciar los aspectos más positivos del ser humano, como el respeto, la solidaridad o la deportividad.

Los amantes del deporte, bien por práctica o afición, expresan de manera colectiva emociones similares, símbolos y relaciones de comunidad que les trasladan a crear un ritual de unidad y sentido de pertenencia, preservando sus propias prácticas culturales y sociales ante el avance del espectáculo / negocio que reproducen cada vez, con más frecuencia, los eventos deportivos.

Octavos, cuartos, semifinales y la gran final, los emocionantes partidos de cualquier índole y sus millones de seguidores en todo el mundo, se han convertido en una oportunidad para promocionar una ciudad, atraer turismo, generar empleos o dar a conocer una marca.

El informe "Impacto de la Copa del Rey de Baloncesto", cuantifica la huella total de las ediciones de la Copa del Rey de Baloncesto desde 2020 hasta la actualidad, así como la de otros eventos deportivos, empresariales, sociales, culturales y festivos que se celebran en España en términos económicos, turísticos, TIC y de patrocinios.



3.1 ENIGMIA CORE

Enigmia basa todos sus análisis en Enigmia Core, un modelo de inteligencia artificial que permite realizar procesos de 'Análisis Profundo' de informaciones desestructuradas para convertirlas en conocimiento cuantitativo y cualitativo. Los análisis de Enigmia Core comprenden, entre otros, la medición de reputación, popularidad, sentimientos, valores e, incluso, modelos predictivos que nos permiten anticiparnos a los resultados esperados. La información no solo se recoge de información en texto sino que también puede extraerse de los contenidos que se muestran en imágenes, vídeos y audios.

Además, Enigmia tiene un equipo experto en 'Cuantificación', lo que permite crear modelos económicos que facilitan la traslación de información a cifras aplicadas a retornos económicos, impactos u otros modelos de valoración como 'Marca País'. Del mismo modo, los modelos de cuantificación se pueden aplicar en análisis cualitativos que permiten, por ejemplo, identificar los valores asociados a marcas, personas o productos.

Por tanto, una vez disponible la información, es posible variar el foco de análisis a cualquier realidad interpretable con Enigmia Core y extraer conocimiento del mismo modo que lo haría un analista experto, pero a través de Inteligencia Artificial.

3.2. Metodología

Para la realización del estudio del impacto de la Copa del Rey de Baloncesto el equipo de Enigmia ha extraído y analizado más de 250.000 noticias de 10.000 medios (prensa, digital, radio y televisión) de todo el mundo, además de la red social Youtube.

El modelo de análisis que se ha aplicado en este informe comprende dos realidades: medir el impacto reputacional de la Copa del Rey de Baloncesto y cuantificar el impacto económico en las sedes del torneo y en la Marca España.



El análisis cualitativo reputacional ha requerido una definición de los ámbitos de conocimiento en los que se categorizan y ponderan las informaciones:

1- Internacionalización

Acuerdos internacionales
Repercusión de la marca

2- Finanzas

Marca rentable
Impacto económico en las sedes

3- Ciudadanía

Influencia positiva en la sociedad
Actúa de forma responsable con el medio ambiente

4- Liderazgo

Evento bien organizado
Respaldo institucional y social

5- Empleabilidad

Crecimiento profesional, conocimientos y habilidades

6- Integridad

Se comporta de forma ética

7- Productos y servicios

Patrocinios
Entretenimiento y ocio

Estos datos permiten interpretar cómo se percibe la Copa del Rey de Baloncesto y cuáles son los ejes sobre los que su imagen pública se construye. Esta valoración se realiza a través del Índice de Reputación (IR), un indicador ponderado de Enigmia que facilita la comprensión y la desagregación por otros elementos relevantes como son ubicaciones, medios, etc.



El indicador de reputación (IR) se construye a través de más de 20 variables entre las que destacan:

- **Audiencia.** A mayor audiencia mayor impacto reputacional.
- **Protagonismo.** El protagonismo (principal, secundario o mención) en la información supone un efecto multiplicador del IR.
- **Tono.** Una noticia positiva, negativa o neutra, marca la polaridad en la valoración.
- **Extensión.** La cantidad de tiempo, espacio o ubicación de una noticia genera un impacto variable de la noticia.
- **Amplificación.** Además de la audiencia de los medios, la repercusión social de las noticias repercute notablemente en su IR.

En segundo lugar, hemos realizado un análisis cuantitativo de la aportación de la Copa de Rey de Baloncesto a la Marca España, basándonos en las propuestas de cuantificación del Alto Comisionado del Gobierno para la Marca España y adaptado a la captación de datos desestructurados en medios de comunicación.



Evolución Copa Del Rey De Baloncesto

4.1-Repercusión Copa del Rey de Baloncesto

La Copa del Rey de Baloncesto, organizada por la ACB (Asociación de Clubes de Baloncesto) en España, tiene una repercusión significativa tanto a nivel nacional como internacional.

De las **250.000 noticias analizadas**, 155.000 corresponden a la Copa del Rey de Baloncesto y casi **8.000 a la MiniCopa**, atendiendo a medios tanto internacionales, nacionales, provinciales y locales. La cobertura mediática de este torneo representa una de las más significativas del deporte español.

No solo es un evento clave en el calendario deportivo español, sino que también tiene una repercusión significativa en el ámbito internacional, atrayendo a una audiencia global y consolidando su prestigio en el mundo del baloncesto.

Canales deportivos internacionales como ESPN, Eurosport, DAZN, Eurosport o NBA TV, incluyen la Copa del Rey en su programación, permitiendo que aficionados de América, Asia y África puedan seguir el torneo.

La retransmisión en estos **canales internacionales**, no solo aumenta la visibilidad del torneo, sino que también amplía la base de aficionados del baloncesto español. La cobertura global permite a los seguidores de jugadores internacionales ver sus actuaciones y fomenta el interés en la liga ACB y sus competiciones.

El **perfil de la audiencia** de la Copa del Rey de Baloncesto es diverso y abarca una amplia gama de grupos demográficos, atrayendo a aficionados del baloncesto de diferentes edades, aunque hay una presencia significativa de jóvenes adultos y adultos de mediana edad, especialmente entre los 18 y 45 años, principalmente hombres. Estos espectadores suelen tener un alto interés en el deporte, con un particular enfoque en competiciones nacionales y europeas de baloncesto.

Adicionalmente, la audiencia incluye tanto aficionados locales como internacionales debido a la transmisión del evento en diversos países.

La Copa del Rey de baloncesto ha contado con la participación de numerosos jugadores internacionales destacados a lo largo de los años. Estos jugadores provienen de diversos países y han contribuido significativamente al éxito de sus equipos en el torneo. La presencia de estos jugadores, no solo eleva el nivel de competición, sino que también aumenta el atractivo del torneo a nivel global.

Los equipos que participan y ganan la Copa del Rey mejoran su posición y reputación en los rankings europeos, lo que afecta su reconocimiento y atractivo en competiciones como la EuroLiga.

El impacto de los **patrocinadores** en los medios de comunicación es notable. Empresas como Endesa, Movistar, El Corte Inglés, Halcón Viajes, Renfe, San Miguel 0,0, Solán de Cabras, Unicaja, Toyota o Samsung, no solo patrocinan el evento, sino que también aprovechan su presencia para crear campañas publicitarias y de marketing. Estas campañas suelen ser ampliamente cubiertas por los medios, aumentando la visibilidad de los patrocinadores y asociándose con los valores positivos del deporte y la competencia. Algunos ejemplos:

ENDESA

Endesa ha sido un patrocinador clave de la Copa del Rey de Baloncesto. El mensaje de sus campañas se han centrado en su compromiso con el deporte y la sostenibilidad, destacando su rol, no solo como patrocinador principal, sino también como promotor de iniciativas ecológicas en los eventos deportivos. Endesa ha utilizado su plataforma para promover el uso de energía limpia y la sostenibilidad en el deporte, con anuncios y actividades relacionadas con el ahorro energético y la reducción de emisiones durante el torneo.



MOVISTAR

Movistar ha jugado un papel crucial en la difusión de la Copa del Rey de Baloncesto a través de su amplia cobertura mediática. Sus campañas publicitarias han resaltado la importancia del torneo en la promoción del baloncesto y han aprovechado su red de medios para ofrecer una cobertura extensa y detallada del evento. Movistar+ ha emitido en directo todos los partidos, complementándolos con análisis y entrevistas exclusivas, lo cual ha aumentado significativamente la visibilidad del torneo.

RENFE

Renfe, tren oficial de la Copa, reafirma su compromiso con el deporte en general, y con el baloncesto en particular, en su apuesta como tren del deporte español. La unión con la compañía consolida su apuesta por el uso de un transporte sostenible, respetuoso con el medio ambiente, que genera cero emisiones de carbono en todos sus trenes eléctricos. "La Copa del Rey a toda velocidad" es una acción que ofrece a los usuarios de este deporte, las jugadas más rápidas del deporte a través de piezas audiovisuales dinámicas. En 2020, la compañía, convirtió sus trenes en una fiesta deportiva promocionando la app "Play Renfe" con "Vamos a ver el partido en el AVE".



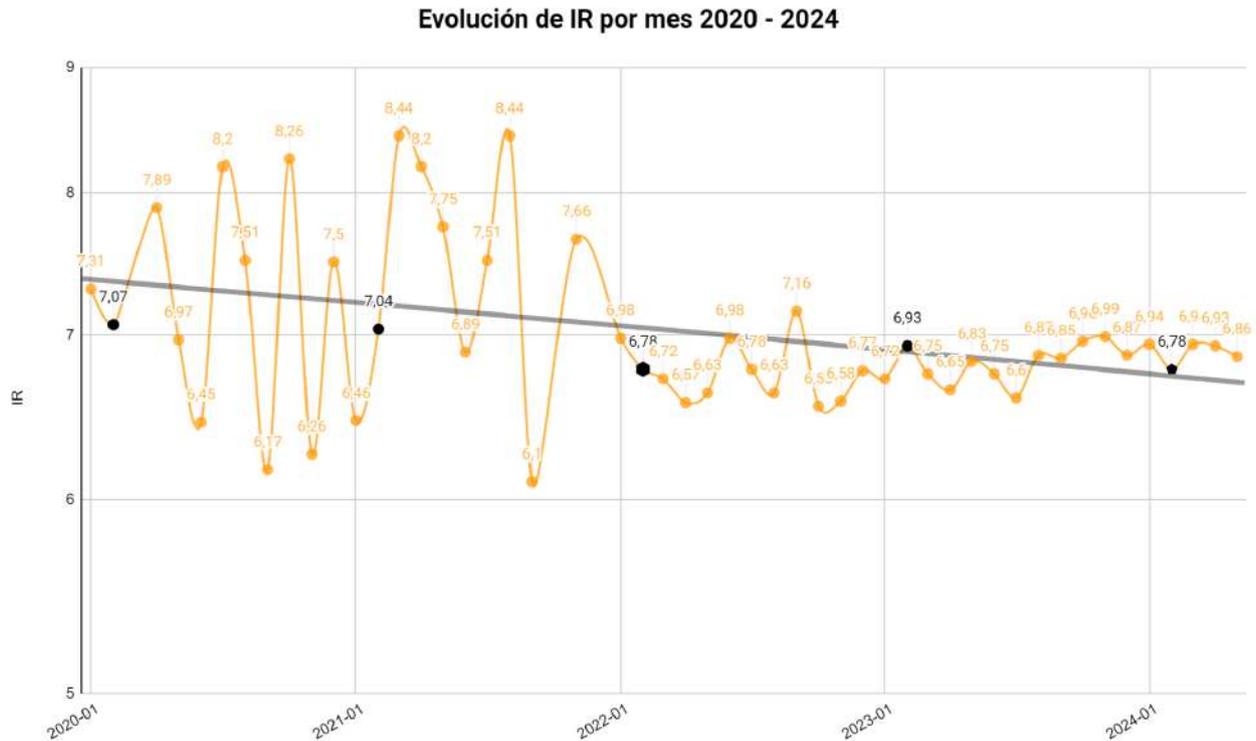
Estas **campañas de Patrocinio** no solo aumentan la visibilidad de las marcas durante el torneo, sino que también refuerzan su asociación con valores de innovación, rendimiento y comunidad, atrayendo tanto a aficionados del deporte como a consumidores interesados en estilo de vida

Por último, la **visualización de vídeo** en YouTube alcanza las siguientes cifras:

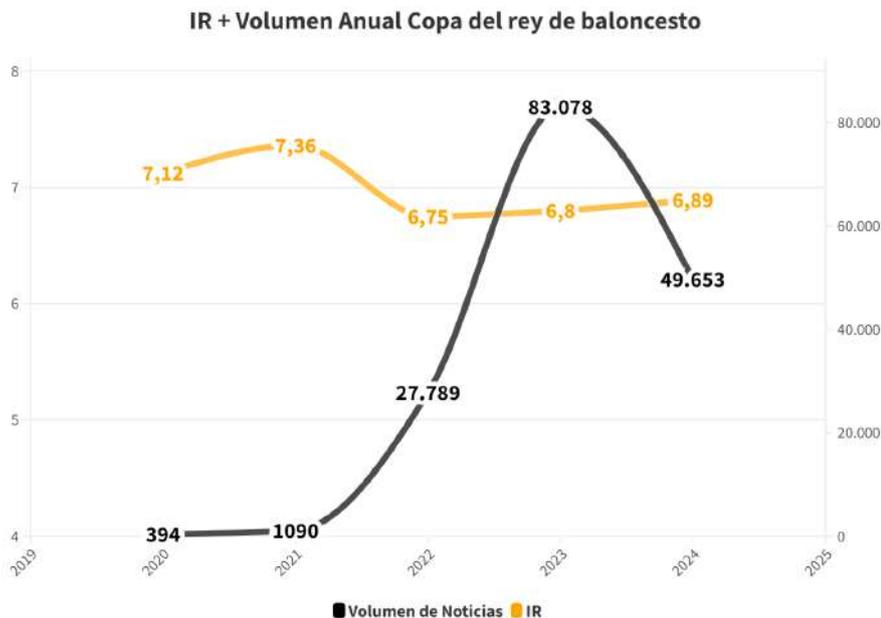
- Número de vídeos: 1.108
- Duración acumulada de los vídeos: 18:49:13
- Likes 2.344.607
- **Visualizaciones** acumuladas: **96.311.694**

4.2.-Evolución Índice de Reputación

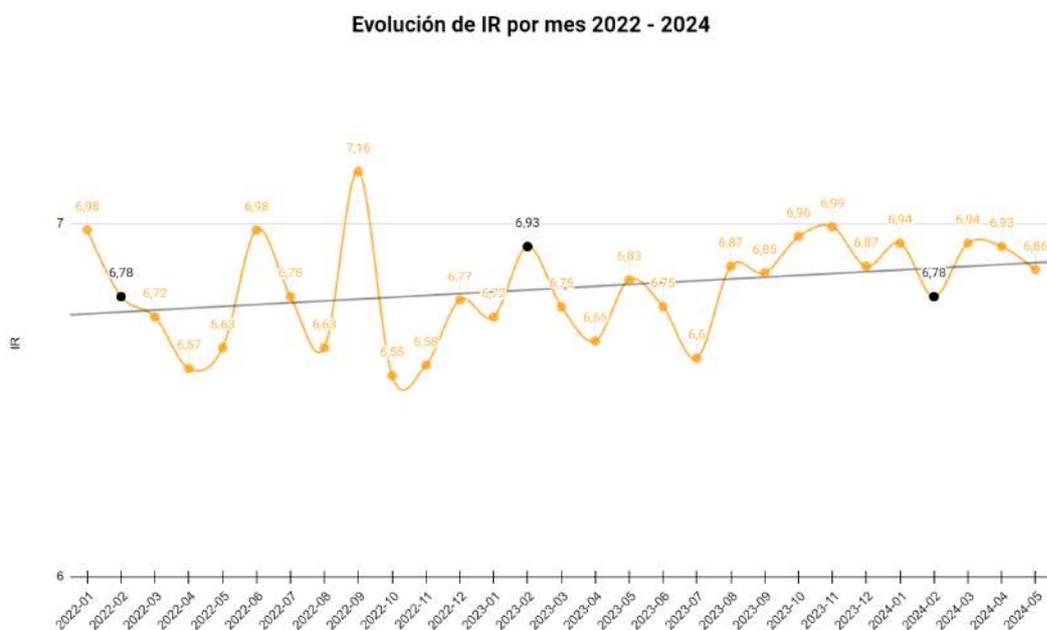
El Índice de Reputación (IR) de la Copa del Rey de Baloncesto se posiciona en valores positivos en los últimos cinco años obteniendo evaluaciones óptimas.



Si se analiza la tendencia del IR de este periodo, **hay que hacer una distinción entre los resultados antes y después del año 2022**. El IR en los años 2020 y 2021 está significativamente polarizado debido a la influencia de un menor número de noticias.



El número de informaciones **antes del año 2022** era mucho menor en cuanto a volumen, momentos del año, internacionalización y audiencias medias. **Desde el año 2022** el volumen de noticias se incrementó sustancialmente, durante todo el año, y las audiencias también se han ido incrementando, por lo que la tendencia es más homogénea y positiva y el Indicador de Reputación es más robusto y fiable.



4.3.-Reputación Copa del Rey de Baloncesto.

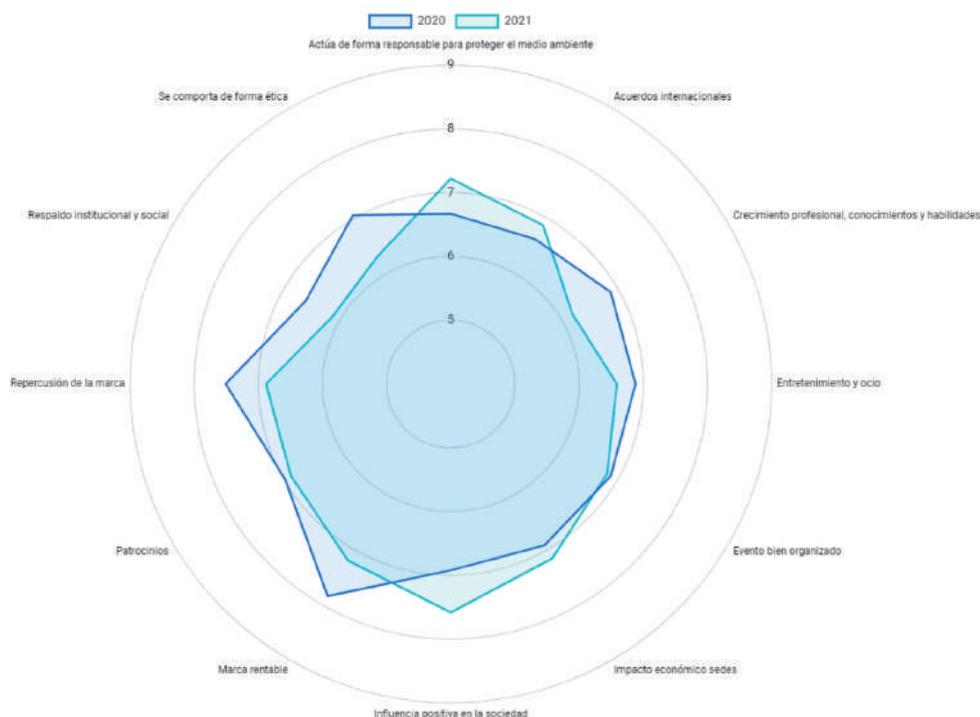
Si se analiza la reputación de la Copa del Rey por las distintas dimensiones que la conforman, durante los últimos cinco años se puede identificar un patrón de comportamiento. Durante las tres últimas ediciones, sus resultados son muy positivos, constantes y estables en cuanto a **"Marca Rentable"**, **"Impacto económico en Sedes"**, **"Internacionalización"** y **"Evento bien organizado"**.

Datos reputacionales por dimensión 2020-2021

En el año 2020 las dimensiones que más destacan tienen que ver con la "Marca" tanto en "Repercusión de la marca" como en "Marca rentable". En el año 2021, el año de la pandemia, los valores que más destacan se relacionan con **"Actúa de forma responsable para proteger el medio ambiente"**, seguramente provocada por la cantidad de noticias relacionadas con las medidas sanitarias alrededor del evento y su menor impacto medioambiental debido a la falta de público, e **"Influencia positiva en la sociedad"** ya que promueve la cohesión social, la inclusión, los estilos de vida saludables, el desarrollo juvenil y proporciona beneficios económicos tangibles para la comunidad local. Estos aspectos contribuyen al bienestar general y al enriquecimiento de la vida comunitaria.

Hay que recordar que esta edición se celebró a puerta cerrada, con soporte virtual de los aficionados y con un impulso de la TV, tanto en cobertura, como en innovación tecnológica.

IR Copa del Rey de Baloncesto 2020-2021 por dimensión



Datos reputacionales por dimensión años 2022-2023-2024

A partir de la edición de 2022 disputada en Granada se observa un cambio de patrón en cuanto al volumen de noticias y en consecuencia en el Indicador de Reputación. En 2022 se ha producido una variación en los resultados obtenidos, tanto en los datos globales de reputación, como en el protagonismo de las dimensiones que lo componen.

La "Marca" sigue siendo la dimensión reputacional con mejor puntuación, si bien cobran protagonismo el **"Impacto económico en sedes"**, la **"Internacionalización"** del evento, que tiene que ver con los contratos o asociaciones establecidas entre el evento y entidades extranjeras. Estos acuerdos pueden implicar patrocinios, colaboraciones comerciales, transmisión televisiva internacional, participación de atletas o equipos de otros países, entre otros aspectos y **"Evento bien organizado"** que hace referencia al liderazgo en un evento deportivo bien organizado y se demuestra a través de acciones y cualidades que inspiran confianza, eficacia y excelencia en la planificación, ejecución y gestión del evento, así como en el desarrollo de una cultura de trabajo en equipo, responsabilidad y mejora continua.

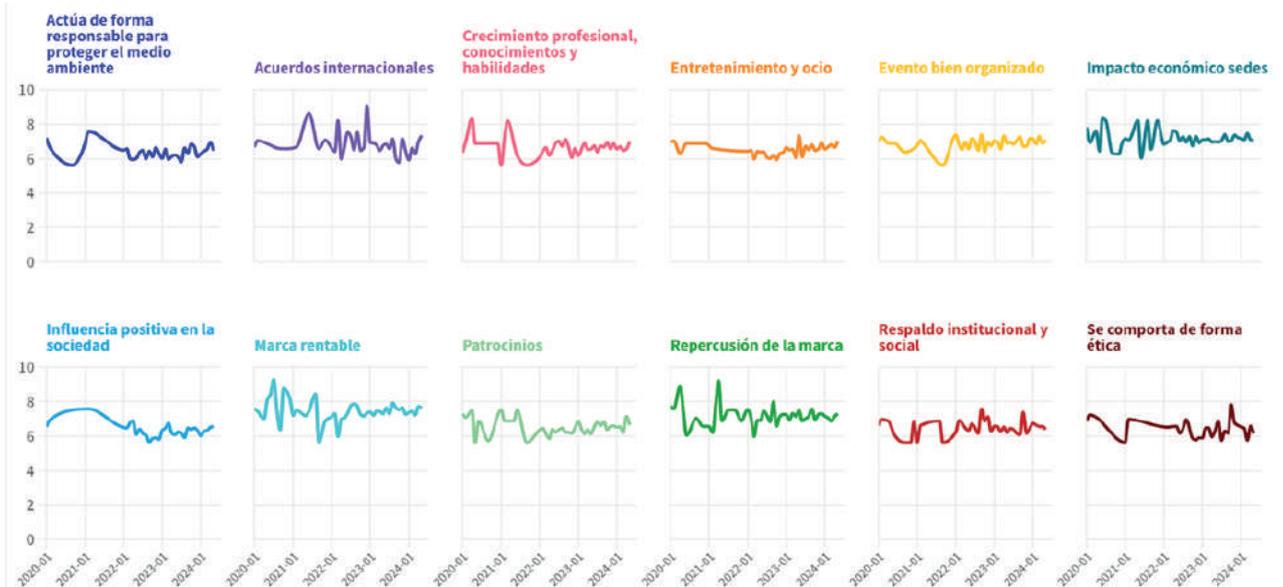
También observamos un incremento en dimensiones relacionados con **"Ciudadanía" o "Integridad"** comportándose de forma ética cuando se rige por principios y valores que promueven la equidad, la integridad, el respeto, la transparencia y la justicia en todas sus acciones y decisiones.

IR Copa del Rey de Baloncesto 2022-2024 por dimensión



Este patrón también se puede confirmar cuando se analiza en detalle cada dimensión a lo largo de estos tres años.

Evolución del IR por dimensiones 2020-2024.



En definitiva, haciendo un estudio pormenorizado de las variables reputacionales de la Copa del Rey de Baloncesto, destacan principalmente los aspectos relacionados con **"Finanzas"**. En especial, **"Marca rentable"** e **"Impacto económico en sedes"**, y en menor medida **"Internacionalización"** y **"Liderazgo"**. En el caso de la marca, destacan **"Marca Rentable"** y **"Repercusión de la Marca"**.

En cuanto a "Marca", la Copa se estima **un evento deportivo que genera beneficios**, es decir **"Marca Rentable"** y además es considerada una excelente evento comunicador para generar notoriedad, visibilidad y buena imagen, es decir, genera **"Repercusión de la marca"**.

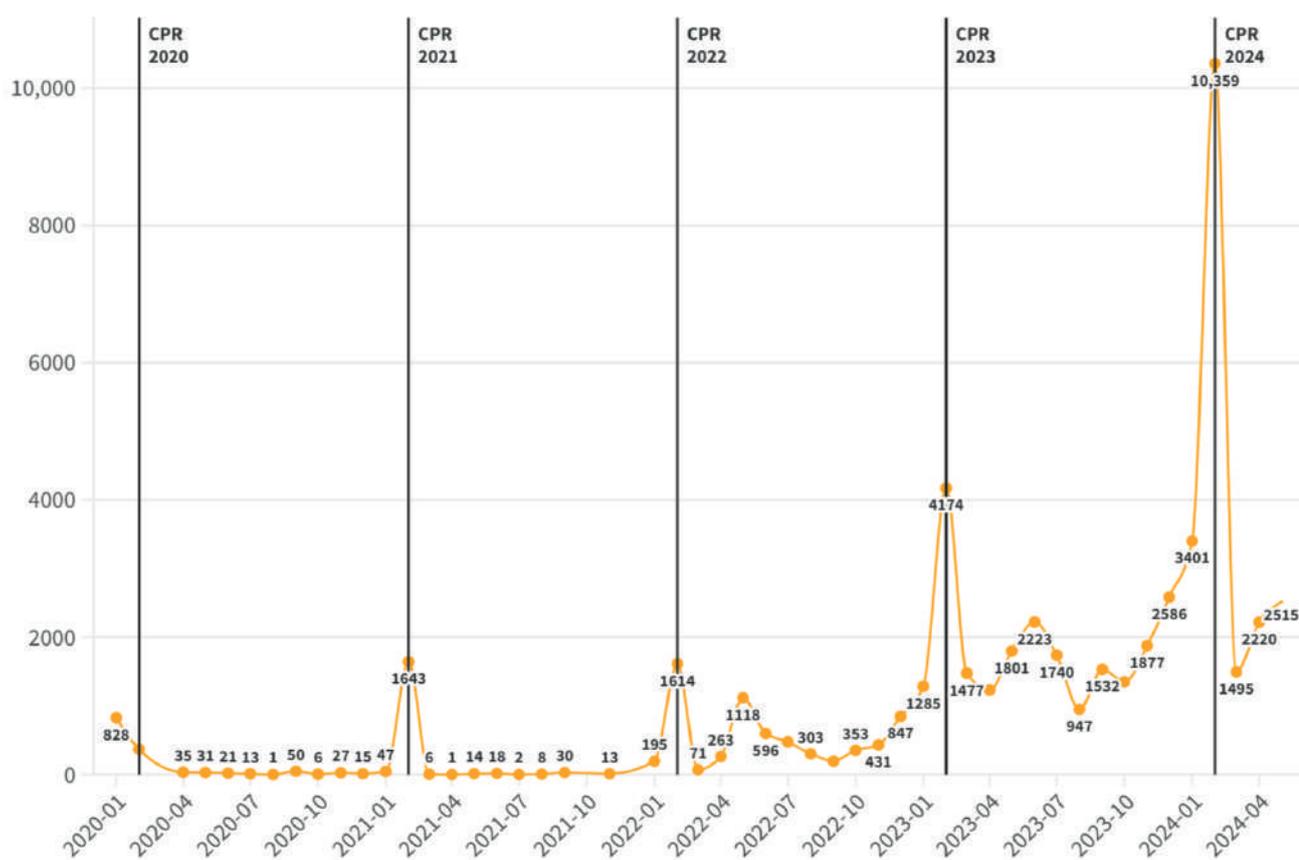
Por otra parte también es extraordinario el dato que arroja el atributo **"Impacto económico en sedes"**, con lo que implica. Es un evento que brinda unos beneficios cuantiosos en la ciudad en la que se celebra (aficionados, promoción turística, generación de trabajo, etc). Este impacto puede extenderse más allá del período del evento, ampliarse a zonas turísticas cercanas y transferir un legado positivo a largo plazo.



Volumen de dimensiones y atributos en noticias

En el análisis cualitativo de las noticias se puede observar como a lo largo de los años, además de obtener una mayor visibilidad a raíz de un aumento exponencial del número de noticias, se observa como las noticias que tienen en su contenido algunas de las dimensiones y atributos analizados aumenta en igual proporción. Es por tanto de valorar que La Copa de Rey de Baloncesto no es solo un evento o un resultado en medios de comunicación, sino que la estrategia de comunicación se traslada adecuadamente a la sociedad.

Evolución del volumen de dimensiones y atributos en las noticias 2020-2024



El volumen de noticias por dimensiones

A continuación se muestra la evolución de las noticias por dimensiones y se observa un incremento sustancial en muchas de ellas.

Evolución de volumen de noticias por dimensiones 2020 - 2024



Esta ampliación de noticias es más importante en dimensiones relacionadas con **"Finanzas"** y **"Liderazgo"** por el **"Respaldo institucional o social"** ya que queda demostrado en el análisis el apoyo de diversas instituciones relevantes, y el respaldo social cuando cuenta con la participación activa de la comunidad local y otras partes interesadas.

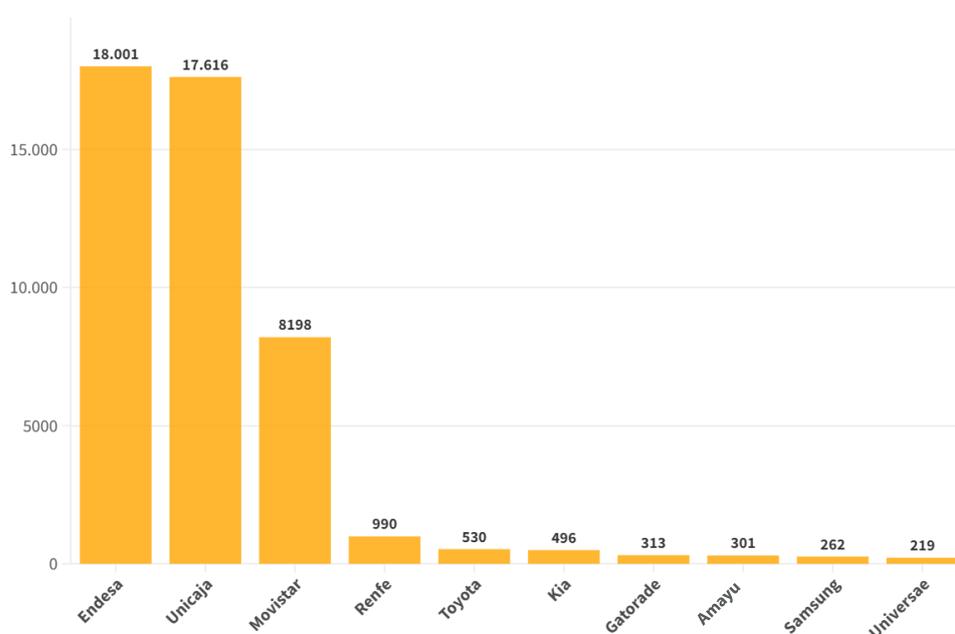
Cabe destacar una variable que obtiene muy buena puntuación cada año y se refiere a los **"Productos y Servicios"** que ofrece el torneo. La representatividad de los **"Patrocinios"**, reconocido como el impacto de un evento deportivo en los patrocinadores incluye una mayor visibilidad y reconocimiento de marca, la asociación positiva de esta con los valores del deporte, la generación de leads y ventas, la retención y fidelización de clientes, las oportunidades de networking y la colaboración empresarial. Estos beneficios pueden ser fundamentales para el éxito y la rentabilidad de los patrocinadores a largo plazo.

Además, se localiza mucha información asociada al **"Entretenimiento y Ocio"** generado alrededor de la Copa del Rey de Baloncesto, los eventos complementarios de una competición deportiva con mucha visibilidad pueden enriquecer la experiencia general del evento, generar ingresos adicionales, fortalecer los lazos con los públicos objetivos y proporcionar oportunidades adicionales para el compromiso y la participación de los espectadores y participantes.

Relación con patrocinadores

Los diferentes patrocinios en los últimos 5 años han supuesto un verdadero revulsivo para la visibilidad de las diferentes marcas. Los patrocinadores con mayor visibilidad en este periodo son **Endesa** y **Unicaja**, seguidos de **Movistar** y a mayor distancia **Renfe**, **Toyota** y **Kia**.

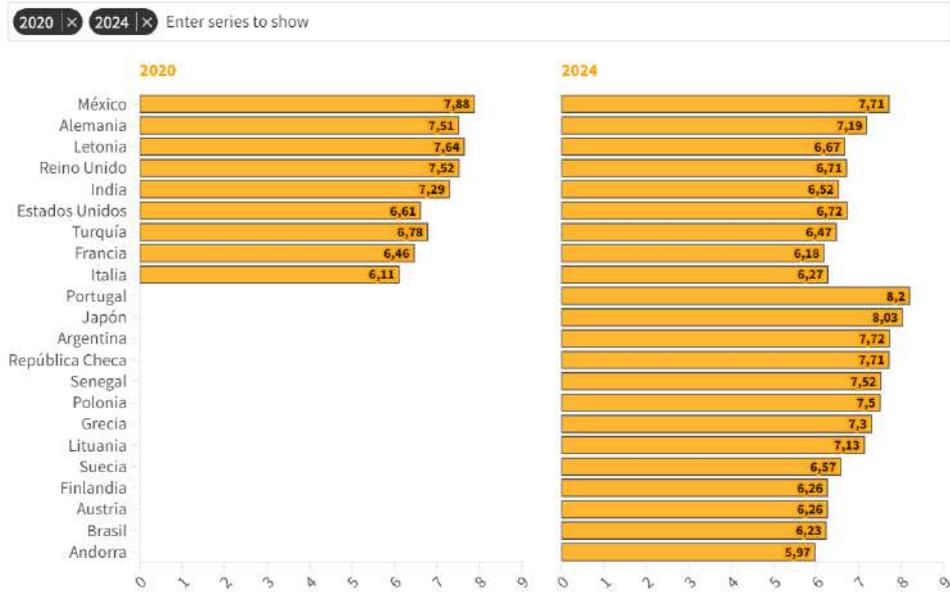
Top 10 patrocinadores por volumen de noticias



Reputación de la Copa del Rey de Baloncesto por países

Un análisis interesante, que además aporta información sobre la internacionalización de la competición, es el Indicador de Reputación por país. Los datos del Indicador de Reputación de 2024 por país muestran un valor superior a 8 sobre 10 en dos países, Portugal y Japón. Le siguen otro grupo de países con IR superior a 7 sobre 10, entre los que se encuentran países latinoamericanos, europeos e incluso africanos, como Senegal.

IR Anual en países extranjeros



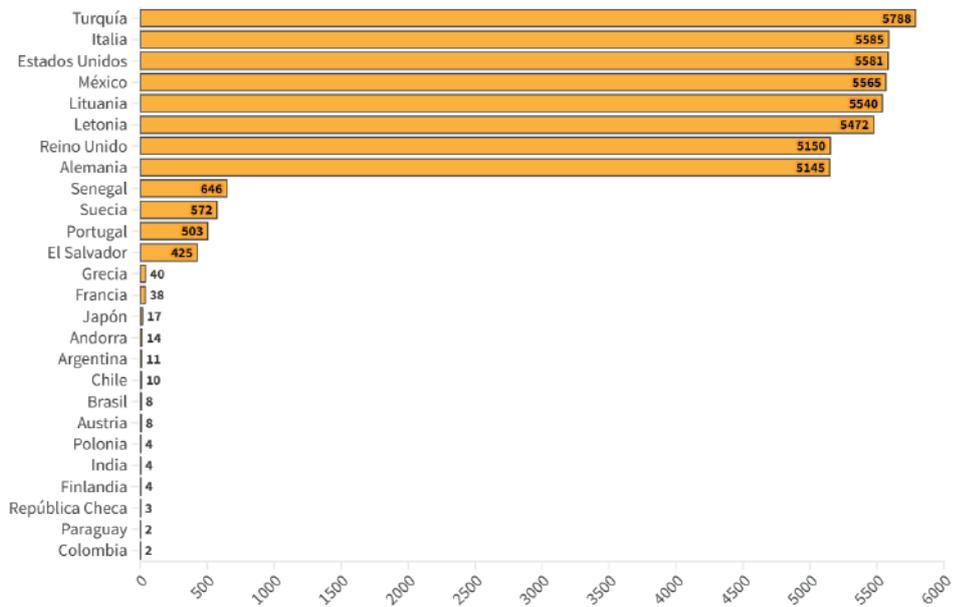
Volumen de noticias acumuladas por países

El volumen acumulado demuestra la amplia presencia del torneo en países que son cuna del baloncesto y que aportan jugadores a la competición año a año. Turquía, Italia, Estados Unidos, México, Lituania, Letonia, Reino Unido y Alemania son sin lugar a dudas los países donde la competición guarda mejor presencia, y explica el porqué ninguno cuenta con el IR más alto.

En un segundo nivel se encuentran países con un creciente interés por la competición como son Senegal, Suecia, Portugal y El Salvador.

Desde el año 2020 se ha conseguido incrementar el número de publicaciones internacionales de 9 a 22 de los 25 mejores países por Ranking FIBA. **En total se han publicado noticias sobre la Copa del Rey de Baloncesto en 125 países.**

Volumen de noticias acumulado en países extranjeros

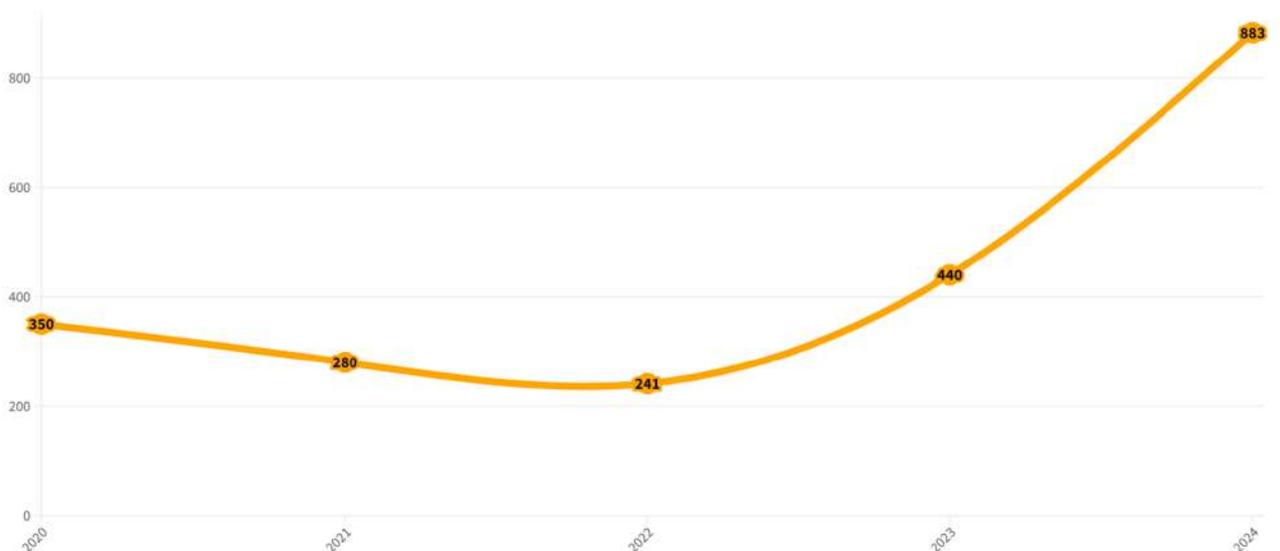


Reputación de la Copa del Rey de Baloncesto por idioma

Al igual que ocurre con la evolución del IR y el volumen de noticias global, se aprecia que el volumen de noticias en lenguas extranjeras se dispara desde 2022. El número de noticias en idiomas extranjeros se multiplicó por cuatro de 2022 a 2024, pasando de 241 en el año 2022 a casi 900 en el año 2024.

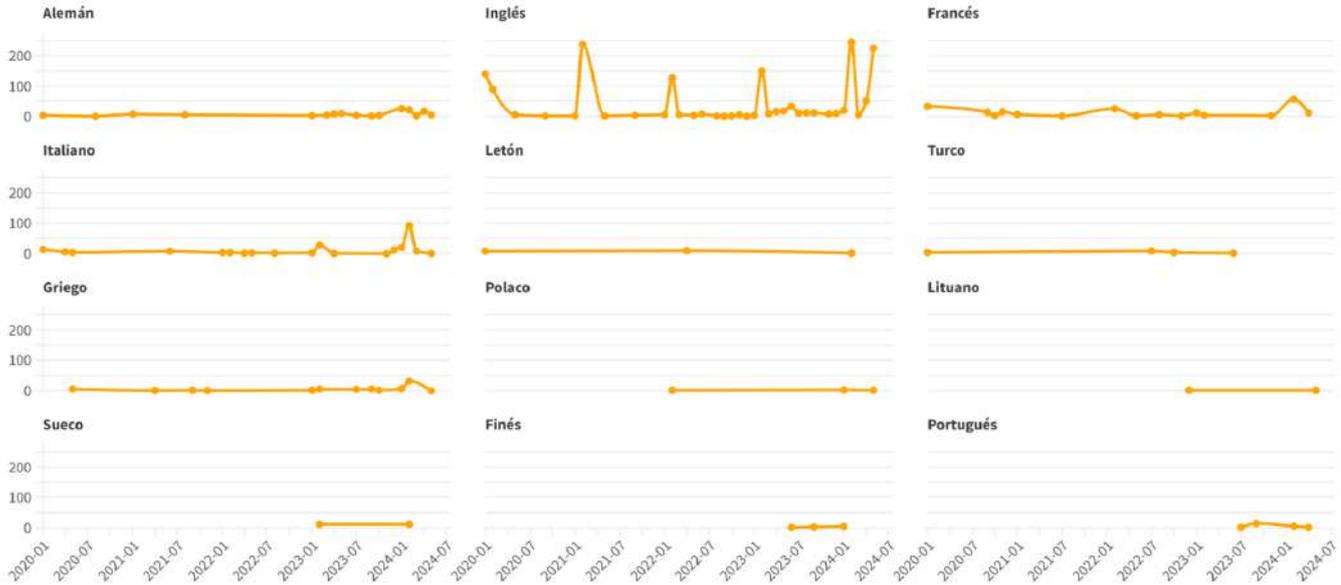
Evolución de volumen de noticias en idiomas extranjeros desde 2020 a 2024

Evolución volumen de noticias Copa del Rey en idiomas extranjeros



Este dato confirma la internacionalización de la Copa del Rey de Baloncesto como un gran evento deportivo de repercusión mundial con seguimiento en 152 países de los cinco continentes.

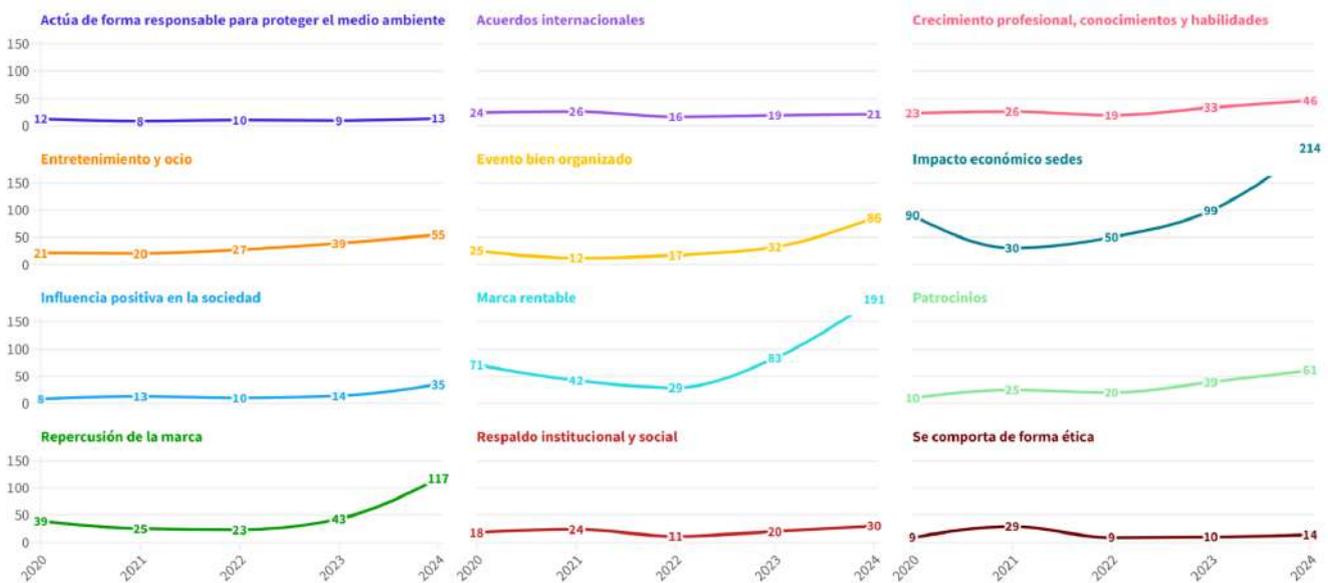
Evolución volumen de noticias Copa del Rey en idiomas extranjeros



El volumen de noticias en lengua extranjera por dimensiones

En cuanto al volumen de noticias por las diferentes dimensiones se aprecia un incremento considerable en 2024 de noticias relacionadas con "Marca", principalmente en "Marca Rentable", y en "Impacto económico en sedes".

Evolución volumen de noticias en idiomas extranjeros por dimensión





5

**COMPARATIVA
CON OTROS EVENTOS.**

5. COMPARATIVA CON OTROS EVENTOS

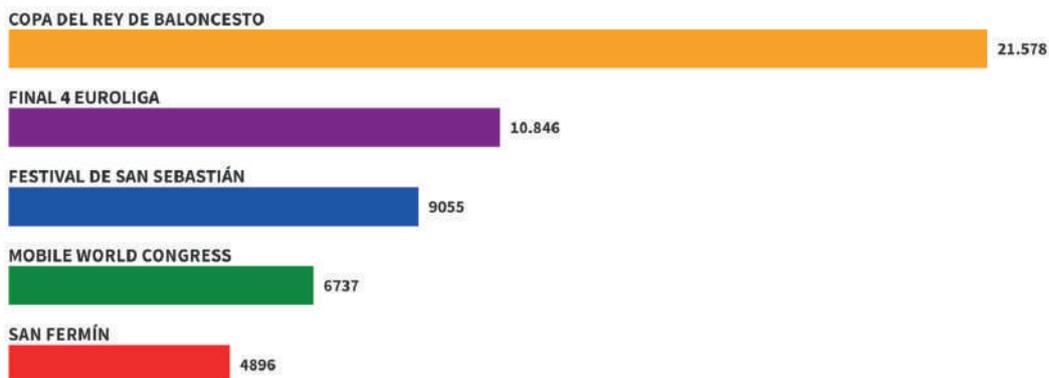
España tiene un subsector turístico al alza que incluye grandes eventos deportivos, grandes fiestas populares y otros eventos tecnológicos y culturales que generan unos ingresos económicos importantes para el país.

En este apartado se ha comparado los datos de reputación obtenidos por la Copa del Rey de Baloncesto en 2023 con otro tipo de grandes eventos de distinta índole.

Volumen de noticias de la Copa del Rey de Baloncesto vs. otros eventos.

En esta comparativa realizada hay dos datos reseñables. En primer lugar, la Copa del Rey de Baloncesto es el acontecimiento que alcanza un mayor número de noticias durante los días que se celebra el evento, muy por encima de otros eventos festivos, como los Sanfermines, deportivos como la Final Four de Baloncesto o tecnológicos como MWC. En segundo lugar, mantiene un volumen importante de noticias durante todo el año, no es puntual en el tiempo.

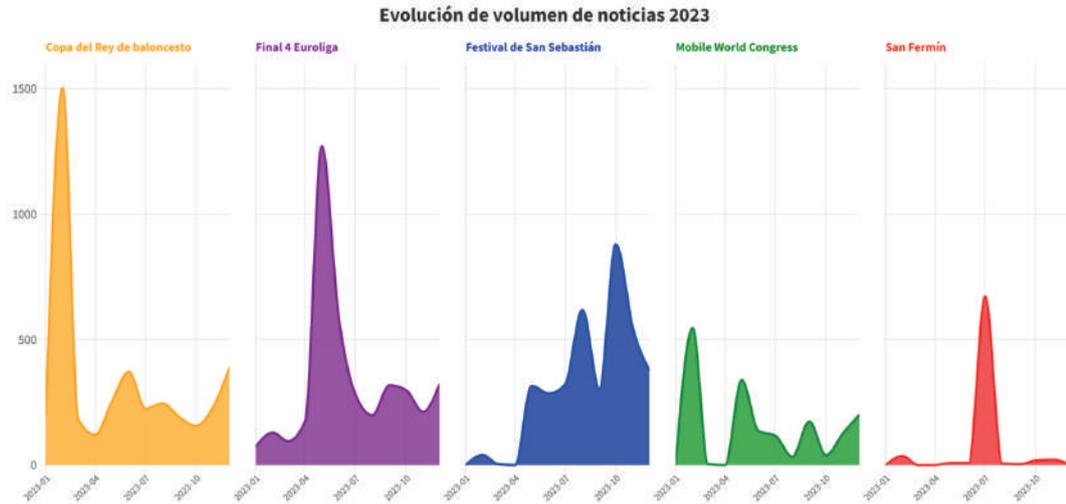
Volumen de noticias totales en 2023 en España





Distribución de la noticias a lo largo del año

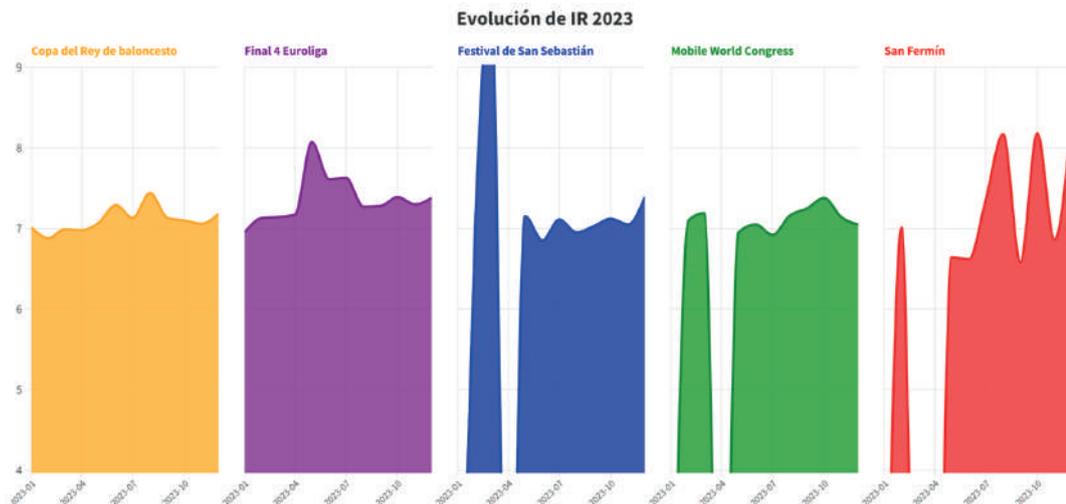
Apreciamos que el volumen de noticias está en línea y se corresponde con los periodos de celebración de los distintos eventos analizados a lo largo de 2023.



Comparativa reputacional Copa del Rey de Baloncesto con otros eventos

La Copa Del Rey de Baloncesto mantiene un Indicador de reputación (IR) homogéneo y continuo durante todo el año gracias al tipo, volumen y características de las noticias, tanto nacionales como internacionales.

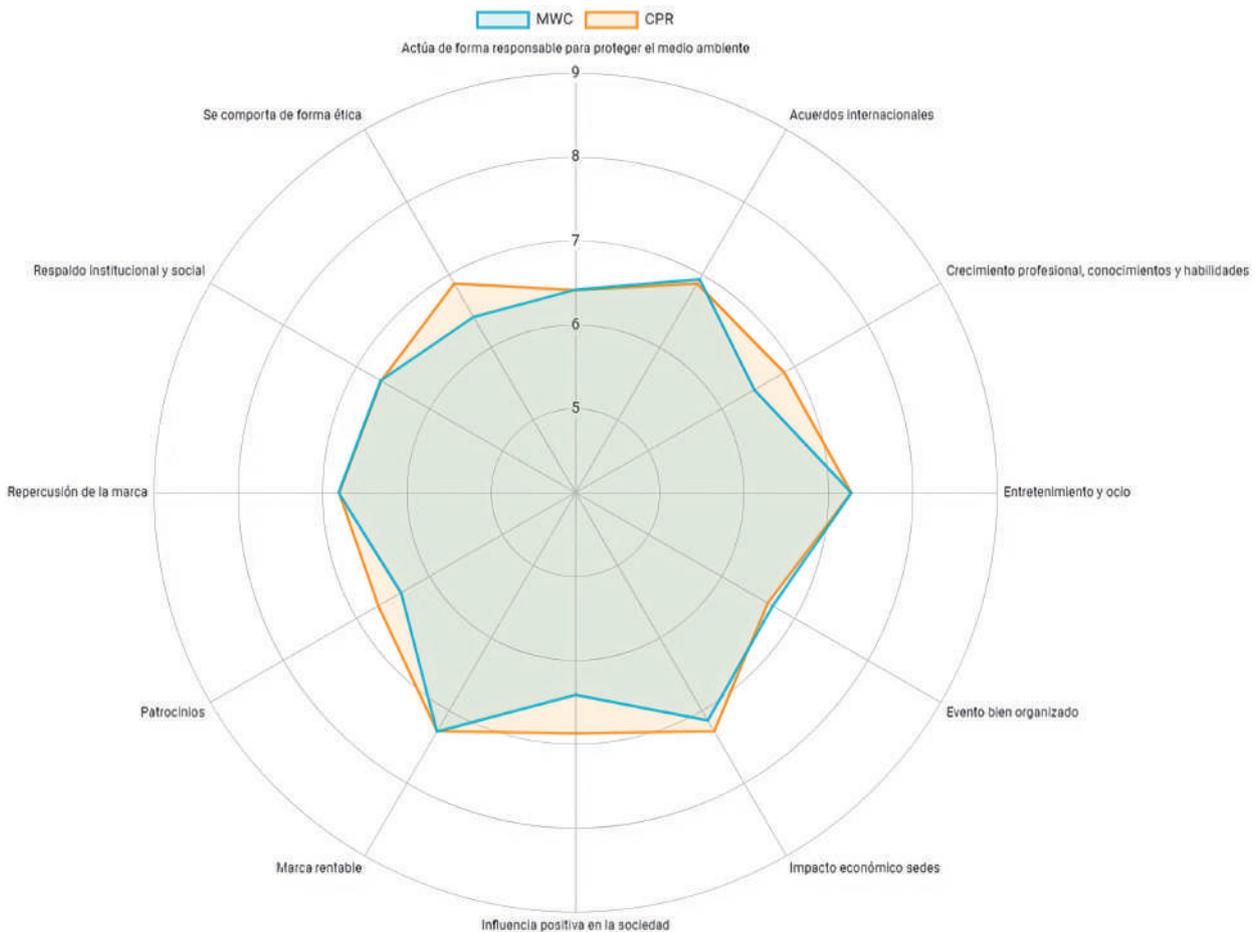
Es interesante el análisis comparativo del IR de la Copa del Rey de Baloncesto con otros eventos nacionales e internacionales celebrados durante el año 2023. En la mayoría de eventos analizados hay incremento justo antes de su celebración, para posteriormente producirse una gran bajada del IR, algo que no ocurre en eventos de baloncesto, como la Copa del Rey o la Final Four Europea.



Comparativa por dimensiones reputacionales de la Copa del Rey de Baloncesto con otros eventos.

Si se compara los resultados de las dimensiones reputacionales de la Copa del Rey frente a otros eventos hay varios análisis interesantes. En primer lugar, los resultados reputacionales son muy similares a MWC, incluso lo supera en atributos como **"Se comporta de forma ética"**, **"Patrocinios"** y **"Crecimiento profesional, conocimiento y habilidades"**, el cual hace referencia a ser un escaparate para que un jugador reciba una mayor atención y valoración debido a la exposición mediática, las actuaciones destacadas, las habilidades que muestra en una competición de alto nivel y las oportunidades de mejorar deportiva y profesionalmente que ofrece.

IR Copa del Rey de Baloncesto vs otros grandes eventos



Comparativa Copa del Rey vs. San Fermín.

San Fermín, además de **"Entretenimiento y Ocio"** destaca frente a la Copa del Rey por **"Repercusión de la marca"**, La Copa del Rey de Baloncesto supera a San Fermín en el resto de dimensiones reputacionales, excepto en su faceta internacional.

IR Copa del Rey de Baloncesto vs otros grandes eventos



En conclusión, predomina que la Copa del Rey destaca en dos dimensiones reputacionales frente a este tipo de eventos, **"Internacionalización"** e **"Impacto económico en sedes"**.

A large, bold white number '6' is centered in the frame. The background is a basketball arena at night, with bright spotlights creating lens flares and a polished wooden floor reflecting the lights. In the distance, a basketball hoop and backboard are visible on the right side. The arena's seating area is filled with spectators, though they are out of focus.

**IMPACTO ECONÓMICO
EN LAS SEDES**

6. IMPACTO ECONÓMICO EN LAS SEDES

El deporte tiene un impacto económico significativo en diferentes escalas, tanto a nivel local como regional. La organización de eventos deportivos puede brindar una serie de beneficios significativos que justifican su inversión y compromiso en esta área.

Copa del Rey de Baloncesto

	Málaga 2020	Granada 2022	Badalona 2023	Málaga 2024
Espectadores	71.101	45.229	74.665	73.004
Participantes del evento estimados	213.000	180.000	300.000	295.000
Gasto Turistas Nacionales (€)	2.920.000	5.165.000	2.624.000	3.964.000
Gasto Turistas Extranjeros (€)	22.850.000	8.210.000	30.105.000	38.695.000
Gasto Turistas locales (€)	3.580.000	2.645.000	3.466.000	4.584.000
Empleados Generados (Directos / Indirectos)	1735	1076	1598	2312
Impacto económico en la sede (€)	47.195.000	32.050.000	59.831.000	75.324.000

A continuación, se define el modelo económico desarrollado para obtener el impacto que supone la Copa del Rey de Baloncesto u otros eventos en las sedes donde se celebran.

6.1.-Metodología:

Para realizar una valoración del impacto de la Copa del Rey de Baloncesto, partimos de la base del número de participantes que facilita la propia organización. El análisis se circunscribe a las ediciones realizadas en Málaga en los años 2024 y 2020 y las realizadas en Granada y Badalona en 2022 y 2023 respectivamente. En este apartado se omite la edición del año 2021 por inexistencia de público debido a la pandemia de la Covid-19.

A partir de las pernoctaciones en punto turístico, se obtiene desde el Instituto Nacional de Estadística, el número de pernoctaciones nacionales y extranjeras durante el mes que se celebra el evento en la localidad del evento.

Con el número de participantes facilitado por la organización, se infiere desde el número de pernoctaciones, qué cantidad de participantes son residentes nacionales y cuáles son residentes extranjeros.

A partir del Instituto Nacional de Estadística se informa del gasto medio por turista extranjero y del gasto medio por turista nacional en Andalucía en el mes de febrero, periodo en el que se celebra la Copa del Rey de Baloncesto.

Desde el gasto medio por turista, se genera el valor atribuido a los participantes extranjeros, los turistas nacionales y los participantes de ámbito local del evento deportivo.

El gasto medio del turista extranjero se desagrega entre el componente habitacional y el de otros gastos y servicios.

A partir del gasto medio y el valor total generado, se infiere el número de empleos generados (directos e indirectos), así como de las cotizaciones sociales generadas. Se agrega el valor generado por ambos segmentos y de la suma se obtiene su impacto en sede y el valor representativo en el PIB nacional y PIB de Andalucía (si estuviera disponible el PIB provincial también), del evento de la Copa del Rey, como indicador cuantitativo de la marca España.

6.2.-Copa del Rey de Baloncesto: Málaga 2020

Durante la Organización de la Copa del Rey de Málaga en 2020, los participantes batieron el récord de asistentes a los distintos partidos que tuvieron lugar en la Copa, hasta alcanzar un volumen de 71.101 espectadores.

Durante el mes de febrero de 2020 se registraron en Málaga capital 78.918 pernотaciones de turistas nacionales, junto a 115.839 pernотaciones de turistas extranjeros. Teniendo en cuenta los días de competición, se puede derivar que se produjeron durante los días del evento 11.274 pernотaciones de turistas nacionales y 16.548 pernотaciones de turistas extranjeros, todo ello solamente la capital malagueña.

En otras localidades cercanas de la Costa del Sol (Benalmádena, Estepona, Fuengirola y Marbella), se produjeron en febrero de 2020, 124.981 pernотaciones de turistas nacionales y 347.814 pernотaciones de turistas extranjeros. Ello da lugar a que, durante los cuatro días de la Copa, se recogieron en estas localidades cercanas, 17.842 pernотaciones de turistas nacionales y 49.688 pernотaciones de turistas extranjeros. Partiendo de la hipótesis de que el 20% de los turistas nacionales de estas localidades participaron en la Copa del Rey, junto a un 10% de los turistas extranjeros, dada la alta ocupación, las plazas disponibles en la capital malagueña, los distintos precios ofrecidos y la facilidad de acceder a la ciudad de Málaga desde su propia área metropolitana.

Con base en lo anterior, se puede inferir que en el evento participaron 21.517 turistas extranjeros, alrededor de 14.842 turistas nacionales, junto a 34.741 asistentes a los partidos de ámbito local. Si se considera que el tamaño medio del grupo fue compuesto por cuatro personas, se estima que en el evento participaron otras 213.000 personas.

El gasto medio por persona del turista extranjero en Andalucía en el mes de febrero de 2020 fue de 1.062 euros por persona. Lo cual produce que el valor generado por los extranjeros que visitaron la Copa del Rey de baloncesto se encontró en el entorno de 22.850.000 euros.



Si se atiende a la información del INE de los gastos de los turistas internacionales por partidas de gasto, estos 22.850.000 euros se distribuyeron en 4.714.000 euros en transporte internacional, servicios de alquiler de coche, tasas de aeropuerto, trenes, taxis y otros medios de transporte; en 3.235.000 euros en alojamiento, 3.554.000 euros en manutención, 4.950.000 euros en actividades y 6.395.000 euros en otros gastos.

A lo anterior hay que añadir la visita de 14.842 turistas nacionales. El gasto medio por persona del turista nacional en febrero de 2020 en Andalucía ascendió a 196,79 euros, a partir de un gasto medio diario de 41,83 euros, con una duración media de la estancia de 4,70 días por persona. En consecuencia, el gasto generado por los turistas nacionales ascendió a un valor de 2.920.000 euros, de acuerdo con la estadística nacional.

Además, el número de asistentes a los partidos por parte del público de ámbito local y provincial se considera que incurre en los mismos gastos que el turista nacional exceptuando el coste medio del alojamiento en el mes de febrero en dicha fecha, que era de 93,80 euros, por lo que el gasto medio se acercó a 103 euros por persona.

Así, se deriva que, el gasto acometido por el público de ámbito local era de 3.580.000 euros para hacer frente a los gastos de manutención, transporte, compras y ocio, actividades y resto de partidas.

Por último, los residentes en la ciudad que no acudieron como público a los partidos pudieron acometer un gasto medio diario que fuera la mitad del gasto medio diario del turista nacional en 2020, es decir 20,92 euros diarios. De ello, alcanzamos un gasto total de 17.845.000 euros en los cuatro días que duró la competición.

En base a todo lo anterior, el valor generado por los participantes al evento ascendió a 47.195.000 euros, destinados a todas las partidas de gasto.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Coste Laboral, el coste medio de un empleo en el Sector Servicios en Andalucía en 2020 ascendía a 27.206 euros.

Por ello se puede concluir que el evento pudo generar 1.735 empleos (tanto directos como indirectos).

6.3.-Copa del Rey de Baloncesto: Granada 2022

Durante la organización de la Copa del Rey de Baloncesto en Granada en 2022, los participantes mostraron una audiencia física de 45.229 espectadores, teniendo en cuenta que fue la primera organizada con público tras el impacto de la pandemia de la Covid-19, con un número de visitantes cercano a las 180.000 personas.

Durante el mes de febrero de 2022 se registraron en Granada capital 146.000 pernoctaciones de turistas nacionales, junto a 51.580 pernoctaciones de turistas extranjeros. Si tenemos en cuenta los días de competición se puede derivar que se produjeron durante los días del evento 20.857 pernoctaciones de turistas nacionales y 7.368 pernoctaciones de turistas extranjeros.

Con base en lo anterior, se puede inferir que en el evento participaron 7.368 turistas extranjeros, alrededor de 20.860 turistas nacionales que pernoctaron en la ciudad, junto a 17.000 asistentes a los partidos de ámbito local. Si se considera que el tamaño medio del grupo fue compuesto por cuatro personas, estimamos que en el evento participaron otras 136.000 personas.

El gasto medio por persona del turista extranjero en Andalucía en el mes de febrero de 2022 fue de 1.114 euros por persona. Lo cual produce que el valor generado por los extranjeros que visitaron la Copa del Rey de baloncesto se encontró en el entorno de 8.210.000 euros.

Si se atiende a la información del INE de los gastos de los turistas internacionales por partidas de gasto, estos 22.850.000 euros se distribuyeron en 1.481.000 euros en transporte internacional, servicios de alquiler de coche, tasas de aeropuerto, trenes, taxis y otros medios de transporte; en 1.333.000 euros en alojamiento, en 1.461.000 euros en manutención, 1.918.000 euros en actividades y 2.015.000 euros en otros gastos. A lo anterior hay que añadir la visita de 20.860 turistas nacionales.



El gasto medio por persona del turista nacional en febrero de 2020 en Andalucía ascendió a 247,63 euros, a partir de un gasto medio diario de 59,08 euros, con una duración media de la estancia de 4,19 días por persona. En consecuencia, el gasto generado por los turistas nacionales ascendió a un valor de 5.165.000 euros, de acuerdo con la estadística nacional.

Además, el número de asistentes a los partidos por parte del público de ámbito local y provincial se considera que incurre en los mismos gastos que el turista nacional exceptuando el coste medio del alojamiento en el mes de febrero en dicha fecha, que era de 92,14 euros, por lo que el gasto medio se acercó a 155 euros por persona.

De lo anterior se deriva que, el gasto acometido por el público asistente de ámbito local era de 2.645.000 euros para hacer frente a los gastos de manutención, transporte, compras y ocio, actividades y resto de partidas.

Por último, los residentes en la ciudad que no acudieron como público a los partidos pudieron acometer un gasto medio diario que fuera la mitad del gasto medio diario del turista nacional en 2022, es decir 29,54 euros diarios. De ello se alcanza un gasto total de 16.032.000 euros en los cuatro días que duró la Copa.

En base a todo lo anterior, el valor generado por los participantes al evento ascendió a 32.050.000 euros, destinado a todas las partidas de gasto.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Coste Laboral, el coste medio de un empleo en el sector servicios en Andalucía en 2022 ascendía a 29.773 euros.

Por ello se puede conseguir que el evento pudo generar 1.076 empleos (tanto directos como indirectos).

6.4.-Copa del Rey de Baloncesto: Badalona 2023

La Copa del Rey de Baloncesto del año 2023 tuvo lugar en Badalona, cuna del baloncesto español. El evento gozó de una gran acogida, hasta el punto que se alcanzaron los 74.665 espectadores en todos los partidos, mostrando una atractiva demanda que movilizó al menos a cerca de 300.000 personas de forma directa, que pudieron ser muchas más al no poder aislar ese movimiento dentro del área metropolitana de Barcelona.

Teniendo en cuenta solamente la ciudad de Barcelona, en el mes de febrero de 2023 se produjeron 270.990 pernoctaciones de turistas nacionales, junto a 1.216.079 pernoctaciones de turistas extranjeros. Como punto de partida observamos que el 80% de las pernoctaciones fueron de extranjeros y que éstos fueron cuatro veces mayores a las pernoctaciones de nacionales.

De acuerdo con las estimaciones de otros eventos deportivos en la ciudad condal y su área de influencia, se puede partir de la base que el 40% de los asistentes fueron turistas extranjeros, lo que daría como resultado 29.866 visitantes que residían en otros países. A partir de los mismos datos, se puede fijar que otro 16%-18% fueron turistas nacionales, lo que deja su contribución en el entorno de 11.946 turistas nacionales. A ello hay que agregar, que como público asistente a los partidos de la Copa del Rey de baloncesto hubo 32.853 personas de ámbito local. Si se considera que el tamaño medio del grupo fue compuesto por cuatro personas, estimamos que en el evento participaron otras 224.000 personas.

El gasto medio por persona del turista extranjero en Cataluña en el mes de febrero de 2023 fue de 1.008 euros por persona. Podemos partir de esta hipótesis, a pesar de que se puede intuir que el gasto en Barcelona y Badalona pudiera ser superior a la media de Cataluña, donde hay otras localidades con un coste de la vida inferior, pero no se disponen de datos desagregados. Ello nos lleva a la conclusión que, el valor generado por los extranjeros que visitaron la Copa se encontró en el entorno de 30.105.000 euros.



Se distribuyeron en 7.674.000 euros en transporte internacional, servicios de alquiler de coche, tasas de aeropuerto, trenes, taxis y otros medios de transporte; en 5.805.000 euros en alojamiento, en 5.700.000 euros en manutención, 7.958.000 euros en actividades y 2.968.000 euros en otros gastos.

A lo anterior hay que añadir la visita de 11.946 turistas nacionales (tomado como valor desde las pernoctaciones de nacionales y el número de aforo de los diferentes partidos).

El gasto medio por persona del turista nacional durante el año 2023 en Cataluña ascendió a 219,63 euros, a partir de un gasto medio diario de 65,99 euros, con una duración media de la estancia de 3,33 días por persona. En consecuencia, el gasto generado por los turistas nacionales ascendió a un valor de 2.624.000 euros, de acuerdo con la estadística nacional. Si bien se trata de una valoración de mínimos ya que se supone que el coste de los servicios es superior en Badalona y en toda el área metropolitana de Barcelona que en otras localidades de Cataluña.

Además, el número de asistentes a los partidos por parte del público de ámbito local y provincial se considera que incurre en los mismos gastos que el turista nacional exceptuando el coste medio del alojamiento en el mes de febrero en dicha comunidad, que era de 114,11 euros en Cataluña a dicha fecha, por lo que el gasto medio se acercó a un mínimo de 105,52 euros por persona.

De lo anterior se deriva que, el gasto acometido por el público asistente de ámbito local era de 3.466.000 euros para hacer frente a los gastos de manutención, transporte, compras y ocio, actividades y resto de partidas.

Por último, los residentes en la ciudad que no acudieron como público a los partidos pudieron acometer un gasto medio diario que fuera la mitad del gasto medio diario del turista nacional en 2022, es decir 26,38 euros diarios. De ello alcanzamos un gasto total de 23.635.000 euros en los cuatro días que duró la competición.



En base a todo lo anterior, el valor generado por los participantes al evento ascendió a 59.831.000 euros, destinado a todas las partidas de gasto. (Si bien no se puede aislar el movimiento generado por la Copa del Rey de baloncesto de todo el volumen turístico que tiene como destino Barcelona, Badalona y su área metropolitana).

De acuerdo con la encuesta nacional de coste laboral, el coste medio de un empleo en el sector servicios en Cataluña en 2022 ascendía a 35.509 euros (último dato disponible). Si aplicáramos un incremento del coste en 2023 similar al último producido (+5,45%), podríamos aplicar un coste medio en el sector servicios en Cataluña de 37.444 euros. Por ello se puede conseguir que el evento pudo generar 1.598 empleos (tanto directos como indirectos).

Si se partiera de la base del coste de la organización en 2024 y se le descontará la subida de la inflación de 2023, se puede estimar un coste organizativo en 2023 de alrededor de 1.820.000 euros, lo que hubiera dado lugar a generar otros 48,60 empleos a tiempo completo en el sector servicios en Badalona en 2023.

De acuerdo con la contabilidad regional de España, y atendiendo al último dato disponible, el PIB de la provincia de Barcelona en 2021 ascendió a 173.722 millones de euros. Aunque no se disponen de datos temporales desestacionalizados, se puede tomar como base que el PIB mensual se sitúa en una banda cercana a los 14.477 millones de euros, de los que en torno a 60 millones de euros fueron generados por la Copa del Rey de Baloncesto de 2023.

6.5.-Copa del Rey de Baloncesto: Málaga 2024

Durante la organización de la Copa del Rey de Baloncesto en Málaga en 2024, el entorno de la economía española ya se había recuperado de los efectos de la pandemia y está recogiendo un crecimiento del PIB por encima de la media de la Eurozona.

Dentro de este ambiente positivo, la organización comunica que, en los distintos partidos que tuvieron lugar en la Copa, se lograron alcanzar los 73.004 espectadores.

Durante el mes de febrero de 2024 se registraron en Málaga capital 84.332 pernoctaciones de turistas nacionales, junto a 162.663 pernoctaciones de turistas extranjeros. Teniendo en cuenta los días de competición se puede derivar que se produjeron durante los días del evento 12.047 pernoctaciones de turistas nacionales y 23.238 pernoctaciones de turistas extranjeros, todo ello teniendo en cuenta solamente la capital malagueña.

En otras localidades cercanas de la Costa del Sol (Benalmádena, Estepona, Fuengirola y Marbella), se produjeron en febrero de 2024, 101.756 pernoctaciones de turistas nacionales y 390.180 pernoctaciones de turistas extranjeros. Ello da lugar a que, durante los cuatro días que dura la Copa, se recogieron en estas localidades cercanas, 14.537 pernoctaciones de turistas nacionales y 55.740 pernoctaciones de turistas extranjeros. Partiendo de la hipótesis de que el 20% de los turistas nacionales de estas localidades participaron en la Copa del Rey, junto a un 10% de los turistas extranjeros, dada la alta ocupación, las plazas disponibles en la capital malagueña, los distintos precios ofrecidos y la facilidad de acceder a la ciudad de Málaga desde su propia área metropolitana.

Con base en lo anterior, se puede inferir que en el evento participaron 28.812 turistas extranjeros, alrededor de 14.955 turistas nacionales, junto a 29.238 asistentes a los partidos de ámbito local. Si se considera que el tamaño medio del grupo fue compuesto por cuatro personas, estimamos que en el evento participaron otras 219.000 personas.



El gasto medio por persona del turista extranjero en Andalucía en el mes de febrero de 2024 fue de 1.343 euros por persona. Lo cual produce que el valor generado por los extranjeros que visitaron la Copa del Rey de baloncesto se encontró en el entorno de 38.695.000 euros.

Si se atiende a la información de los gastos de los turistas internacionales por partidas de gasto, estos 38.695.000 euros se distribuyeron en 8.368.000 euros en transporte internacional, servicios de alquiler de coche, tasas de aeropuerto, trenes, taxis y otros medios de transporte; en 6.710.400 euros en alojamiento, en 6.241.000 euros en manutención, 8.190.000 euros en actividades y 9.185.000 euros en otros gastos.

A lo anterior hay que añadir la visita de 14.955 turistas nacionales que pernoctaron durante los días del evento.

El gasto medio por persona del turista nacional en febrero de 2024 en Andalucía ascendió a 265,08 euros, a partir de un gasto medio diario de 64,11 euros, con una duración media de la estancia de 4,07 días por persona. En consecuencia, el gasto generado por los turistas nacionales ascendió a un valor de 3.964.000 euros, de acuerdo con la estadística nacional.

Además, el número de asistentes a los partidos por parte del público de ámbito local y provincial se considera que incurre en los mismos gastos que el turista nacional exceptuando el coste medio del alojamiento en el mes de febrero en dicha fecha, que era de 108,30 euros, por lo que el gasto medio se acercó a 157 euros por persona.

De lo anterior se deriva que, el gasto acometido por el público de ámbito local era de 4.584.000 euros para hacer frente a los gastos de manutención, transporte, compras y ocio, actividades y resto de partidas.

Por último, los residentes en la ciudad que no acudieron como público a los partidos pudieron acometer un gasto medio diario que fuera la mitad del gasto medio diario del turista nacional en 2024, es decir 64,11 euros diarios. De ello se alcanza un gasto total de 28.082.000 euros en los cuatro días que duró la competición.

En base a todo lo anterior, el valor generado por los participantes al evento ascendió a 75.324.000 euros, destinados a todas las partidas de gasto.



De acuerdo con la Encuesta Nacional de Coste Laboral, el Coste medio de un empleo en el sector servicios en Andalucía en 2024 oscila alrededor de 32.566 euros. (Este importe se calcula a partir de aplicar al coste medio de 2022, último publicado, la última subida conocida, que es la del 2022 sobre el 2021). Por ello se puede conseguir que el evento pudo generar 2.312 empleos (tanto directos como indirectos).



7 IVALORACIÓN DE LA MARCA Y APORTACION A LA MARCA ESPAÑA

7.1.- Introducción

Para analizar el impacto en Marca España de la Copa del Rey de Baloncesto se utiliza el método 'Royalty Relief Method' (RRM).

El modelo Royalty Relief Method, o método de alivio de regalías, es una técnica ampliamente utilizada para valorar activos intangibles, como marcas, patentes y derechos de autor. Este método se basa en la premisa de que, si la empresa no poseyera el activo intangible, tendría que pagar una regalía a un tercero por su uso. Para calcular el valor del intangible, se estiman los ingresos futuros generados por el activo y se aplica una tasa de regalías adecuada, que refleje lo que se pagaría en una transacción de mercado similar. A continuación, se descuentan estos flujos de caja futuros a una tasa de descuento apropiada para obtener su valor presente. El RRM es valorado por su enfoque directo y su capacidad para reflejar de manera realista el valor económico de los intangibles en contextos de valoración empresarial y contabilidad financiera y es aceptado y utilizado en contextos de transacciones comerciales, informes financieros y disputas legales.

Aplicar el RRM a la Marca España implica evaluar tanto impactos directos como indirectos en la percepción internacional del país, su atractivo como destino turístico, y su reputación en varios sectores (como el deporte, las redes sociales, la audiencia televisiva, en definitiva, el impacto mediático, y la economía).

7.2.- Metodología

Para calcular el valor de la marca "Copa del Rey de Baloncesto" utilizando el método de alivio de regalías, es crucial disponer de los datos correctos para cada uno de los atributos relevantes y proceder a la valoración siguiendo los pasos establecidos. La metodología para realizarlo con garantías se ejecuta en dos procesos:

1. Definir el valor de la marca "Copa de Rey de Baloncesto" con el método RRM.
2. Cálculo del impacto económico de la marca: Aportación a Marca España.

Cada uno de estos procesos conlleva su propia metodología que se expone en los siguientes apartados.

7.3. Definir el valor de la marca con el método RRM.

Para calcular el valor de la marca "Copa del Rey" siguiendo el método de RRM, se realizan los siguientes pasos:

- A. **Calcular la Fortaleza de la Marca** usando los atributos y sus puntajes.
- B. **Determinar el Rango de Tasas de Regalías.**
- C. **Calcular la Tasa de Regalías** aplicable.
- D. **Determinar los Ingresos Específicos de la Marca** a partir de los datos económicos proporcionados.
- E. **Proyectar los Ingresos Específicos de la Marca** para los próximos años.
- F. **Aplicar la Tasa de Regalías a los Ingresos Proyectados.**
- G. **Descontar los Royalties Proyectados a Valor Presente**

A: Calcular la Fortaleza de la Marca

Se asignan ponderaciones a los atributos de la marca a través del IR, como se ha hecho hasta el momento, y otros indicadores relevantes. Cada uno de estos atributos se puede cuantificar en una escala de 0 a 100 y luego agregarse para obtener el Índice de Fuerza de Marca.

- Conexión emocional: 85
- Desempeño financiero: 90
- Sostenibilidad: 70
- Repercusión de la marca: 80
- Respaldo institucional y social: 75
- Patrocinios: 80
- Crecimiento profesional, conocimientos y habilidades: 75
- Evento bien organizado: 85
- Entretenimiento y ocio: 80
- Influencia positiva en la sociedad: 75

$$[\{\text{Fortaleza de la Marca}\} = \frac{85 + 90 + 70 + 80 + 75 + 80 + 75 + 85 + 80 + 75}{10} = 79.5]$$

B: Determinar el Rango de Tasas de Regalías

El rango típico de tasas de regalías para eventos deportivos oscila entre 2% y 5%

C: Calcular la Tasa de Regalías

Dado el puntaje de 79.5, seleccionamos una tasa en el extremo superior del rango: 4.5%.

D: Determinar los Ingresos Específicos de la Marca

Estos valores reflejan los ingresos específicos de la marca para cada año.

- A. 2020: 47,195,000 euros
- B. 2022: 32,050,000 euros
- C. 2024: 75,324,000 euros

E: Proyectar los Ingresos Específicos de la Marca

Utilizar una función de ingresos históricos, pronósticos de analistas de acciones y tasas de crecimiento económico para proyectar los ingresos futuros. Supongamos un crecimiento anual del 5% para los próximos cinco años.

Año	Ingreso Proyectado (euros)
2025	79,090,200
2026	83,044,710
2027	87,197,945
2028	91,557,842
2029	96,135,734

F: Aplicar la Tasa de Regalías a los Ingresos Projectados

Calculamos el cargo de regalías:

Año	Ingreso Projectado (euros)	Tasa de Regalía	Cargo de Regalía (euros)
2025	79,090,200	4.5%	3,559,059
2026	83,044,710	4.5%	3,737,012
2027	87,197,945	4.5%	3,923,908
2028	91,557,842	4.5%	4,120,103
2029	96,135,734	4.5%	4,325,108

G: Descontar los Royalties Projectados a Valor Presente

Descontar los royalties projectados después de impuestos a un valor presente neto (VPN), utilizando una tasa de descuento apropiada: 10%.

$$[\{VPN\} = \sum \frac{R_t}{(1 + r)^t}]$$

donde:

- **(R_t)** es el royalty projectado en el año **t**.
- **(r)** es la tasa de descuento.
- **(t)** es el año en el futuro.

Año	Cargo de Regalía (euros)	Valor Presente (euros)
2025	3,559,059	$(\frac{3,559,059}{(1 + 0.10)^1} = 3,235,508)$
2026	3,737,012	$(\frac{3,737,012}{(1 + 0.10)^2} = 3,083,648)$
2027	3,923,908	$(\frac{3,923,908}{(1 + 0.10)^3} = 2,941,646)$
2028	4,120,103	$(\frac{4,120,103}{(1 + 0.10)^4} = 2,808,884)$
2029	4,325,108	$(\frac{4,325,108}{(1 + 0.10)^5} = 2,684,912)$

Sumamos los valores presentes para obtener el valor actual de los ingresos futuros atribuibles a la marca

Valor de la Marca

$$[\{\text{Valor de la Marca}\} = 3,235,508 + 3,083,648 + 2,941,646 + 2,808,884 + 2,684,912 = 14,754,598]$$

El valor de la marca "Copa del Rey de Baloncesto" es de **14.754.598 euros**.

7.4 Cálculo del impacto económico de la marca: aportación a Marca España.

Para cuantificar el impacto de la marca "Copa del Rey" en cada sector utilizaremos la información proporcionada a lo largo de todo el informe. Nos enfocaremos en el impacto económico, mediático y en la reputación internacional.

Pasos para Cuantificar el Impacto de la Marca

1. Impacto Mediático.
2. Impacto Turístico
3. Impacto en la Reputación Internacional

1. Impacto Mediático

Cobertura Mediática

Para calcular el valor de la cobertura mediática, utilizamos el valor estimado de la publicidad equivalente, que incluye transmisiones televisivas, menciones en medios digitales e impresos, y presencia en redes sociales.

1. **Audiencia Televisiva:** La audiencia acumulada en TV y los vídeos vistos en redes sociales.
2. **Menciones en Medios Digitales e Impresos:** Número de menciones y cobertura mediática.

Datos de Referencia:

1. **TV:** 1,396,142 (audiencia acumulada TV 2024).
2. **Redes Sociales:** 50,948,546 visualizaciones de videos.
3. **Prensa digital:** Audiencia ajustada a un día 784,756,955.6

Cálculo del Valor Mediático:

1 Valor mediático de la TV

Audiencia: 1,396,142

Valor por 100,000 espectadores: 170,500 euros.

$$[\{\text{Valor TV}\} = \frac{1,396,142}{100,000} \times 170,500 = \mathbf{2,379,080} \text{ euros}]$$

2 Valor mediático de las redes sociales

Visualizaciones: 50,948,546

Valor por 1,000 visualizaciones: 1 euro

$$[\{\text{Valor Redes Sociales}\} = \frac{50,948,546}{1,000} = \mathbf{50,949} \text{ euros}]$$

3 Valor mediático de las noticias de prensa digital

Audiencia ajustada por día: 784,756,955.6

Valor por 1,000 visualizaciones: 25 euros

$$[\{\text{Valor Noticias de Prensa Digital}\} = \frac{784,756,955.6}{1,000} \times 25 = \mathbf{19,618,924} \text{ euros}]$$

4 Total Impacto Mediático

$$[\{\text{Total Impacto Mediático}\} = 2,379,080 + 50,949 + 19,618,924 = \mathbf{22,048,953} \text{ euros}]$$



Impacto Turístico:

Datos de Referencia

- **2020: 47,195,000 euros**
- **2022: 32,050,000 euros**
- **2023: 59,831,000 euros**
- **2024: 75,324,000 euros**

Promedio del impacto económico turístico:

$$[\{\text{Impacto Económico Turístico}\}] = \frac{47,195,000 + 32,050,000 + 59,831,000 + 75,324,000}{4} = \mathbf{53,600,000} \text{ { euros}}$$

Impacto en la Reputación Internacional

Mejora de la Marca España

Calculamos el valor económico indirecto asociado con la mejora de la imagen de España a nivel internacional. Esto incluye la atracción de inversiones extranjeras, acuerdos comerciales y la mayor atracción de talento.

Para estimar este valor, utilizamos un porcentaje del impacto económico turístico y mediático. En la cobertura de la mejora de la reputación representa un 20% del impacto total.

Cálculo:

$$[\{\text{Impacto en la Reputación Internacional}\}] = 0.20 \times (22,048,953 + 53,600,000) = 0.20 \times 75,648,953 = \mathbf{15,129,790} \text{ { euros}}$$

Valor Total del Impacto de la Marca

Finalmente, sumamos los impactos en cada sector para obtener el valor total del impacto de la marca "Copa del Rey".

$$[\{\text{Valor Total del Impacto de la Marca}\}] = 22,048,953 + 53,600,000 + 15,129,790 = \mathbf{90,778,743} \text{ { euros}}$$

Conclusión

Hemos de puntualizar que no se trata de los Ingresos obtenidos por la Organización, sino del Valor económico que moviliza todo el evento, con impacto por tanto, tanto directo como indirecto, amén del impacto mediático y social que conlleva.



El valor total del impacto de la marca “Copa del Rey de Baloncesto” en los sectores mediático, turístico y de reputación internacional es de 90.778.743 euros. Este cálculo refleja cómo la marca no solo genera ingresos directos y mediáticos, sino también mejora significativamente la reputación internacional del país, contribuyendo al crecimiento económico y atracción de inversiones.



JUNIO 2024