

Basket CAI Zaragoza

Estudio de Impacto Socio - Económico

Resumen ejecutivo

Zaragoza, julio de 2013



CAI ZARAGOZA

2. Principales resultados

2. Principales resultados

1. En el ámbito deportivo

- Tras 11 años de recorrido y después del regreso a la élite del baloncesto nacional, el CAI Zaragoza ha vuelto a pelear **en los play-offs por el título de la Liga ENDESA** llegando a las semifinales y cayendo derrotado por el subcampeón europeo, el Real Madrid. El CAI ha sido el **debutante** en unos play-offs **con mejor resultado** en la serie histórica de la ACB (**tercer puesto final**).
- Ligado a este éxito deportivo en la Liga ENDESA, el Club ha conseguido un **valioso pasaporte** para disputar en la próxima temporada 2013/14 la **Euro Cup**. La participación en esta competición supondrá un salto cualitativo muy relevante en la proyección internacional del Club y de la marca Zaragoza, así como un mayor impacto cuantitativo en algunos de los datos obtenidos en el presente estudio (por ejemplo, gastos generados por los aficionados locales y/o visitantes en la ciudad).
- La selección de **Giannis Adetokunbo** en el número **15 del draft de 2013**, ha vuelto a situar a Zaragoza y al CAI Zaragoza en boca del **baloncesto mundial** y de la **NBA** en particular, siendo el primer jugador elegido en la historia del Club.
- El Basket CAI Zaragoza ha sido el **cuarto equipo con mayor número de abonados** de la Liga ACB Endesa en la temporada 2012/13.
- La campaña 2012/13 se ha cerrado con un total de **167.850 asistentes** al Pabellón Príncipe Felipe, lo que supone una **entrada media** por partido de **7.630 aficionados**, es decir, un **70% del aforo** total del recinto.

La temporada 2012/13 sólo puede calificarse como magnífica para el Basket CAI Zaragoza. El tercer puesto en la Liga y la clasificación para la Euro Cup han supuesto hitos históricos para el Club.



2. En el ámbito económico

- En los cuadros adjuntos se resumen algunas de las principales magnitudes obtenidas como resultado del estudio de impacto económico realizado sobre la actividad del Basket CAI Zaragoza y sus agentes vinculados en la ciudad durante la temporada 2012/13. En particular, la estimación del output total en la ciudad de Zaragoza se calcula en dicho resumen siguiendo la metodología de la Matriz de Contabilidad Social (MCS).

El Basket CAI Zaragoza genera un impacto directo de 9,4 millones de euros, de los que 8 millones revierten directamente en la ciudad.



- Basket Zaragoza 2002, S.A.D. y la Fundación Basket Zaragoza 2002 generan un **gasto total de 5,9 millones** de euros. El gasto que **revierte en la ciudad de Zaragoza** es de **4,9 millones** de euros, es decir, el **82% del total**.

- El resto de los **agentes económicos vinculados** a la actividad del Club generan un **gasto total de 3,5 millones** de euros, de los que **3,1 millones (89% del total)** se producen en la propia ciudad de Zaragoza.

- De este modo, la **actividad total** relacionada con Basket CAI Zaragoza genera **9,4 millones** de euros. De ellos, **8 millones** se producen de forma directa **en distintos sectores económicos de la ciudad**, generando asimismo impactos indirectos.

- Dichos impactos indirectos, medidos según la metodología de la Matriz de Contabilidad Social (MCS), producen como **resultado total una generación de P.I.B. en la ciudad de Zaragoza de 37,2 millones de euros**.

- De los impactos recogidos en el cuadro de la página anterior, agrupados por sectores, es muy destacable el hecho de que **2,8 millones de euros revierten** directamente en la **hostelería y alojamientos** y otros **2 millones** en el sector del **comercio** de la ciudad, siendo de este modo un **motor para numerosas pymes y pequeños negocios**.
- De este modo, el **impacto económico generado** por la actividad de **Basket CAI Zaragoza** en la **hostelería y comercio de la ciudad** y su esperado incremento en la **temporada 2013/14** con la **disputa de la Euro Cup**, se manifiesta como muy relevante contribuyendo además a minimizar el efecto negativo causado por el descenso del Real Zaragoza, S.A.D. a la Segunda División.
- Basket CAI Zaragoza impulsa la actividad de unos **200 proveedores**. El **82% de los pagos a proveedores** tienen por destino **empresas aragonesas**.
- **El Club y su Fundación mantienen 33 puestos de trabajo directos**, además del efecto relacionado con el empleo de los impactos indirectos explicados anteriormente.
- La **balanza de pagos** con las administraciones **públicas** para la temporada 2012/13 supone **ingresos totales recibidos por el Club de 1,26 millones** de euros, mientras los **pagos** relacionados con su actividad **al sector público** han sido de **2,12 millones** (ratio de **1,68 veces**).
- El Club ha venido siguiendo en los últimos ejercicios una senda de generación de ingresos propios para compensar la caída de otras de sus fuentes de financiación. **Comparado con otros clubes de similar presupuesto** y lugar en la clasificación presenta el **menor ratio entre el gasto de personal e ingresos**, recibiendo **menores transferencias de las administraciones**.

La balanza de pagos con administraciones públicas es favorable a éstas, que en 2012/13 recibieron 1,68 euros por cada euro invertido.

El PIB generado por la actividad del Basket CAI Zaragoza alcanza los 37,2 millones, con una contribución relevante en la hostelería de la ciudad



3. En el ámbito social

- El Basket CAI Zaragoza será un proyecto sostenible sólo si logra **aglutinar el compromiso de todos sus agentes vinculados**, como valor intrínseco del proyecto global de ciudad de Zaragoza: instituciones de ámbito local, regional y autonómico, socios y aficionados, empresas y patrocinadores y medios de comunicación.
- La **masa social** del Club es muy fiel y **valora muy positivamente** la **gestión**, el **desempeño** y la **contribución** del mismo a la ciudad. La **valoración global** del Club en el proceso de encuestas realizado ha alcanzado el **8,4** sobre 10 puntos.
- En dicho proceso de encuestas, los aficionados han considerado como **muy relevante** al CAI en el **reconocimiento de la ciudad de Zaragoza**, siendo la valoración todavía más alta en las respuestas de los aficionados de equipos visitantes consultados.
- La cuenta de twitter del Basket CAI Zaragoza mantiene una comunidad superior a los 7000 seguidores, siendo el segundo club deportivo de Aragón, por detrás del Real Zaragoza.
- El **impacto** del Club en **internet y las redes sociales** se ha disparado en el **segundo trimestre de 2013** a raíz de la disputa de las series de play-off con el evidente impacto positivo para la marca de la ciudad.
- Durante la temporada 2012/13 se han producido un total de **1.250 acreditaciones de periodistas** para cubrir los eventos del CAI en la ciudad, **270 de las cuales** procedían de **otras comunidades autónomas** o de **medios de alcance nacional**.
- Un total de **5.954.000 espectadores** en España han seguido los partidos televisados del CAI Zaragoza en la temporada 2012/13. La **audiencia media** de los partidos del CAI en **Aragón TV superó en un 43% a la media** de la cadena para los días de retransmisión.
- Del impacto descrito en medios se deduce que para los **patrocinadores**, y en especial para el **patrocinador principal**, el **valor** puede calcularse como el coste alternativo de una **publicidad** de alcance similar en Aragón a los **29 eventos retransmitidos** por Aragón TV, con **1.124.500 espectadores** totales y una **audiencia superior en un 43%** a la media diaria de la cadena el día del evento.

Casi 6 millones de espectadores siguieron por televisión partidos transmitidos del CAI en la presente temporada.



- Además, para la **marca "Zaragoza"**, el **valor aportado** puede calcularse como el coste alternativo de una **publicidad** de alcance similar a la vinculada a **4 eventos televisados a nivel nacional** y **20 partidos transmitidos en otras televisiones autonómicas**, con un **total de espectadores de 4.829.900**.
- El estudio de marca que la ACB realizó para CAI Zaragoza en la temporada 2011/12 afirma que ésta registró un total de **6.000 apariciones en prensa e informativos** y otras **5.499 en Internet**, generando un **ROI ponderado total de 2,9 millones** de euros.
- La Fundación viene realizando una magnífica labor: además de mantener 13 colegios y clubes de cantera vinculados con un total de 125 jóvenes jugadores, 6.500 niños y niñas de entre 5 y 14 años participaron en alguna de las actividades de promoción del deporte y hábitos de vida saludable que el CAI Zaragoza ha llevado a cabo en esta temporada.
- Gracias a este trabajo de promoción de hábitos de vida saludables que realiza el CAI junto con

El número de jugadores federados en Aragón ha aumentado un 12% desde que el CAI regresó a la Liga Endesa.

las correspondientes entidades públicas y privadas, **Aragón se encuentra entre las comunidades con mayor nivel de actividad físico – deportiva organizada** entre escolares (73% de chicos y 57% de chicas según el estudio "Hábitos deportivos de la población escolar en España" del CSD en 2011).

- La práctica de actividades deportivas fomenta adicionalmente elementos de identidad colectiva e integración social, enraizamiento en la comunidad y transmite valores de vida sana, deportividad, esfuerzo, superación y trabajo en equipo.

