

Informe

Agosto 2024

**Impacto Económico
MADCUP FOOTBALL 2024**

MAD  **CUP**

ÍNDICE



1. INTRODUCCIÓN Y FICHA TÉCNICA	3
2. ESTIMACIÓN IMPACTO	4
3. RESULTADOS ENCUESTA A LOS ASISTENTES (MADRID)	10
ESTIMACIÓN IMPACTO.....	11
PERFIL DEL ASISTENTE.....	18
HÁBITOS DE CONSUMO.....	32
SATISFACCIÓN ASISTENTES.....	37
ORGANIZACIÓN Y REPERCUSIÓN EN MADRID.....	47
PATROCINADORES.....	59
4. RESULTADOS ENCUESTA A CLUBES	61
ESTIMACIÓN IMPACTO.....	63
PERFIL CLUBES.....	76
SATISFACCIÓN CLUBES.....	90
5. ENTREVISTAS A CLUBES.....	101
6. RESUMEN SINTÉTICO IMPACTO Y PERFIL (MADRID)	106
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	108
8. ANEXOS.....	114

INTRODUCCIÓN Y FICHA TÉCNICA

Del 21 de Junio al 26 de Junio se celebró la cuarta edición del torneo MADCUP Football, en 32 sedes distribuidas por la Comunidad de Madrid.

Adicionalmente, el lunes 24 de Junio tuvo lugar “La Fiesta de Celebración” o “Gran Fiesta del Fútbol Base”, en el Civitas Metropolitano.

El presente documento incluye una estimación del impacto económico del evento en la Comunidad de Madrid. La metodología de trabajo incluye:

- Encuestas a los espectadores in-situ en las sedes de Civitas Metropolitano, Wanda Alcalá de Henares y Ciudad Deportiva Juncal.
- Encuestas on-line a clubes.
- Entrevistas cualitativas telefónicas / in-situ a una selección de 10 clubes, nacionales e internacionales.

SPSG Consulting ha contado con la colaboración técnica de GfK (Nielsen IQ) para la realización del trabajo de campo de las encuestas a espectadores in-situ en la C.A. Madrid.

SPSG Consulting agradece a MADCUP su confianza así como profesional colaboración para el desarrollo del proyecto.

- *Fechas: 24-26 de Junio 2024*
- *Metodología de recopilación de datos*
- *Localización: Civitas Metropolitano, Wanda Alcalá de Henares, Ciudad Deportiva RFEF Las Rozas, C.Deportiva Valle de las Cañas.*
- *Universo: Estadísticamente se considera infinito – (a lo largo de los días de competición en CA Madrid)*
- *Muestra: 424*
- *Error estadístico asociado (bajo la hipótesis de normalidad, tras el Test de Kolmogorov, para $p=q:0.5$ y un intervalo de confianza del 95.5%): 4.76%*

- *Fechas: 26 Junio - 20 de Julio 2024*
- *Metodología de recopilación de datos online, autoadministradas por ordenador*
- *Universo: 230*
- *Muestra: 58*
- *Error estadístico asociado (bajo la hipótesis de normalidad, tras el Test de Kolmogorov, para $p=q:0.5$ y un intervalo de confianza del 95.5%): 11.15%*

2. Estimación Impacto

Resumen – Asistentes y Clubes

MAD CUP





RESUMEN IMPACTO ECONÓMICO

Total Gasto Directo			
	En CA Madrid	En MADCUP	TOTAL
Total Gasto Asistentes	35,440,543 €	6,036,671 €	41,477,214 €
Total Gasto Clubes (participantes y staff)	14,568,539 €	4,169,768 €	18,738,307 €
TOTAL	50,009,082 €	10,206,439 €	60,215,520 €
TOTAL IMPACTO ECONÓMICO	60,215,520 €		
	Residentes CA Madrid	Resto España	Internacional
Total Gasto – Por procedencia	4,260,632 €	8,441,693 €	47,513,194 €

*

RESUMEN IMPACTO ECONÓMICO - COMPARATIVA

Total Gasto Directo						
	En CA Madrid		En MADCUP		TOTAL	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024
Total Gasto Asistentes	9,645,099 €	35,440,543 €	7,003,419 €	6,036,671 €	16,648,518 €	41,477,214 €
Total Gasto Clubes (participantes y staff)	9,086,991 €	14,568,539 €	3,584,913 €	4,169,768 €	12,671,904 €	18,738,307 €
TOTAL	18,732,090 €	50,009,082 €	10,588,332 €	10,206,439 €	29,320,422 €	60,215,520 €

TOTAL IMPACTO ECONÓMICO	2023		2024	
	29,320,422 €	+ 105 %	60,215,520 €	

	Residentes CA Madrid		Resto España		Internacional	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024
Total Gasto – Por procedencia	7,111,961 €	4,260,632 €	9,425,101 €	8,441,693 €	12,783,360 €	47,513,194 €
						+ 272 %

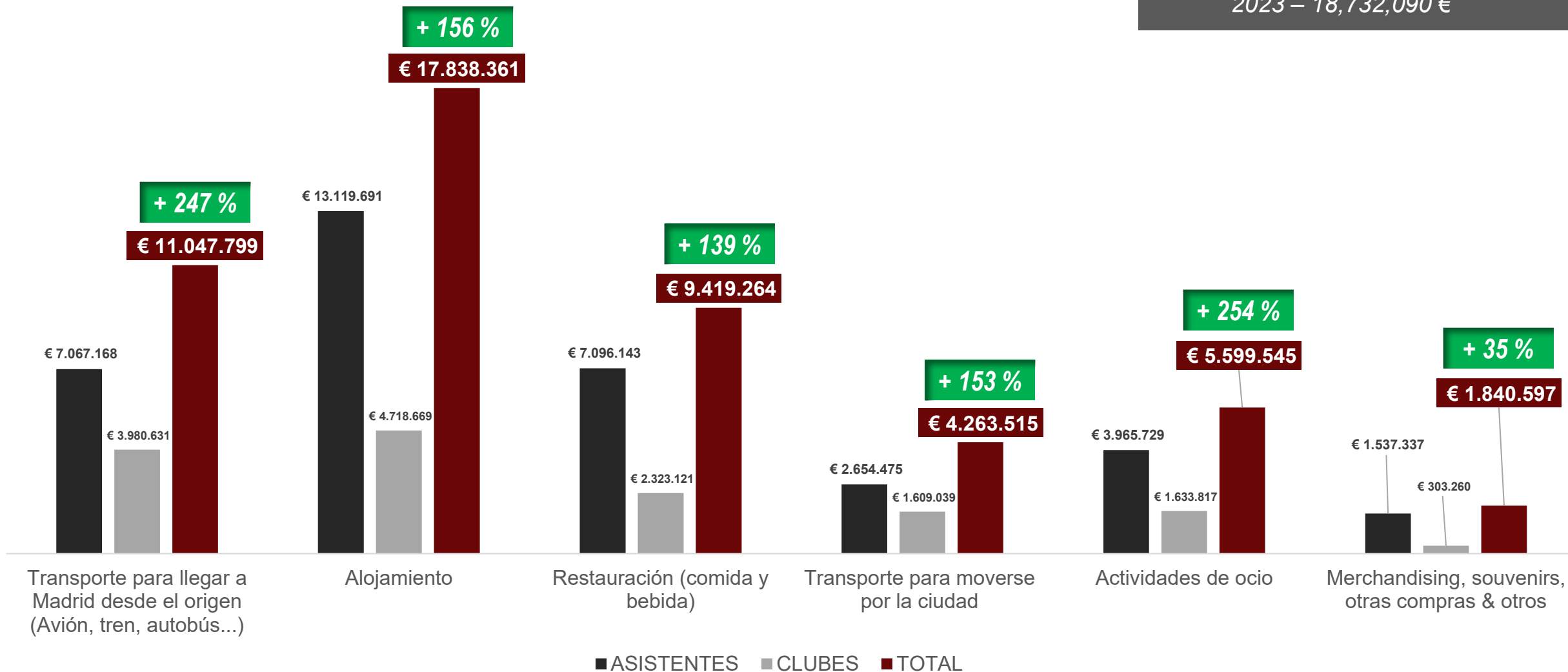


TOTAL GASTO EN CA MADRID

GASTO TOTAL EN CA MADRID: 50,009,082 €

2023 – 18,732,090 €

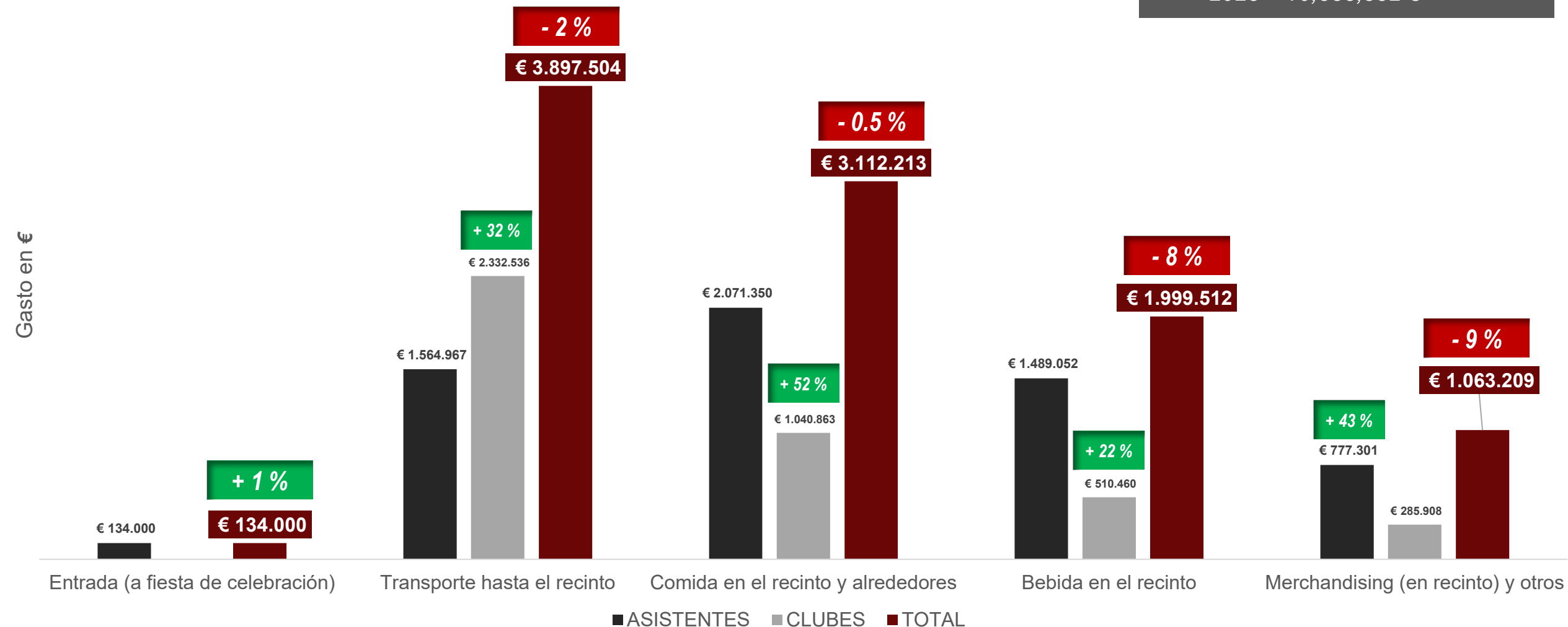
Gasto en €



TOTAL GASTO EN EVENTO MADCUP

GASTO TOTAL EN MADCUP: 10,206,439 €

2023 – 10,588,332 €



ASISTENCIA

ASISTENCIA - Fiesta de Celebración

Asistencia a la Fiesta de Celebración en el Civitas Metropolitano: 26,604 (2023 - 24,691)

Equipos: 809 equipos / 15,537 pax

Invitados: 500 pax

Público general con compra de entrada: 10,567 pax

Visitantes únicos totales, según compra entradas:

Comunidad de Madrid: 55.6%

Resto de España: 18.4%

Visitantes extranjeros: 26%

** Datos facilitados por MADCUP*



ASISTENCIA TORNEO MADCUP

ASISTENTES

Asistencia Total Torneo MADCUP: **30,283 ***

2023 – 26,900

Visitantes únicos totales, según resultados encuesta:

Madrid Ciudad: 54.7%

Resto de España: 25%

Visitantes extranjeros: 20.3%

** Según estimaciones a partir de las encuestas realizadas.*

Los visitantes de la Comunidad de Madrid asistieron al evento **4.5 días**, el resto de España **4.6 días** y los internacionales **5.5 días** al evento.

Media - 4.8

CLUBES

Equipos totales MADCUP:

809 equipos (235 clubes | 15,537 pax)

(12,113 jug. - 3,424 staff)

Madrid: 449 equipos – 8,638 jugadores + staff técnico

Nacionales: 148 equipos – 2,859 jugadores + staff técnico

Internacionales: 212 equipos – 4,040 jugadores + staff técnico

Los clubes de la Comunidad de Madrid participan **5.7 días**, en el evento, el resto de España **4.8 días** y los internacionales **5.6 días** de media.

Media – 5.5

Asistentes + Clubes Totales: 45,820 || Asistentes + Clubes Únicos: 230,812

+ 13 %

+ 16 %

3. Asistentes

Impacto y Satisfacción



MAD CUP



3.1. Estimación Impacto Asistentes



Gasto Medio – Transporte Externo

Método de transporte utilizado para llegar a Madrid

Los medios de transporte más utilizados para llegar a Madrid han sido:

- Coche – 35.7% (-32.9p.p.) | 33.8% particular y 1.9% alquilado
- Avión – 52.5% (+34.9p.p.)
- Tren – 5.8% (-1.7p.p.)

El gasto medio, por persona, de transporte para llegar a Madrid según el origen del visitante es:

- Resto de España: 49.4€ (-41.6€)
- Extranjeros: 862.6 € (+284.4€)

Gasto Medio de los Asistentes: 525.6 € (+312.4 €) por persona.

*** GASTO EN TRANSPORTE PARA LLEGAR A MADRID ASISTENTES : 7,067,168 €**

2023 - 1,578,134 €

BASE: considera a los visitantes de España (no residentes en C.A. Madrid) y a los internacionales (fuera de España)



Gasto Medio – Alojamiento

Según el INE ([datos de Junio 2023 – España](#)), el precio medio de los hoteles españoles por persona / por día es el siguiente

Precio de Hoteles x Categoría	
5 estrellas	257.1 €
4 estrellas	118.9 €
3 estrellas	90.5 €
2 estrellas	77.2 €
1 estrella	79.3 €
3 y 2 estrellas de plata	71.2 €
1 estrella de plata	63.8 €

Según el INE ([datos de 2023– España](#)) el precio medio de los apartamentos turísticos en Madrid por día es de

Precio de Apartamentos Turísticos	
Junio 2023	175.4 €

Según los datos recogidos en la encuesta al público asistente, la media de pernoctaciones en Madrid de los visitantes provenientes de fuera de la C.A. Madrid (resto de España) es de **3.9 noches** (-1.4 noches). La media de los visitantes **internacionales** es de **9.8** (+2.3 noches).

La población no residente en Madrid/CM (resto nacionales e internacionales) se queda en los siguientes alojamientos

- **54% (+3.8p.p) en hotel/hostal**, los más destacables siendo:
 - 31% Hotel 4 estrellas
 - 12% Hotel 3 estrellas
 - 6% Hotel 5 estrellas
- 41% (+14.8p.p.) en casa / apartamento / piso, de los cuales:
 - 29 % alquilado (Airbnb, Booking.com, etc)
 - 11% de familiares
 - 1 % de amigos
- El 2% se queda en residencias, el 1.6% en otros alojamientos

Según las encuestas, el gasto medio en alojamiento (persona / noche)

- Españoles (no Madrid/CM): **64.3 €**
- Extranjeros: **152.7 €** (+44€)

Gastos en Alojamiento por persona y por estancia

- Españoles (no Madrid/CM): **251 €** (-131€)
- * • Extranjeros: **1,488.8 €** (+673.5 €)

* **GASTO TOTAL EN ALOJAMIENTO ASISTENTES: 13,119,691 €**

2023 - 3,589,625 €

BASE: considera a los visitantes de España (no residentes en C.A. Madrid) y a los internacionales (fuera de España)

Gasto Medio – Restauración en la Ciudad

Restauración (comida y bebida) en Madrid

El gasto medio por restauración en Madrid, por día, de los visitantes españoles (no residentes en Madrid/CM) e internacionales es de **68.4 € (+7.4 €)**

Según su procedencia, por día, por persona:

- Resto de España: 57.5 €
- Internacional: 76.2 €

El gasto total por persona y estancia:

- Resto de España: 224.3 € (-73.1€)
- Internacional: 742.6€ (+174.9€)

*** GASTO TOTAL RESTAURACIÓN ASISTENTES : 7,096,143 €**

2023 - 2,668,707 €

BASE: considera a los visitantes de España (no residentes en C.A. Madrid) y a los internacionales (fuera de España)



Gasto Medio – Ocio, Merchandising, Otros

Actividades de Ocio Madrid

El gasto medio por día en actividades de ocio de los visitantes españoles (no residentes en Madrid/CM) e internacionales es de media **38.2 € (+21.5 €)**

El gasto total por persona y por estancia

Resto de España: 124 € (+45.8 €)

Extranjeros 415.9 € (+247.5 €)

*** GASTO TOTAL EN ACTIVIDADES DE OCIO : 3,965,729 €**

2023 - 737,898 €



Merchandising, Souvenirs, Otras Compras & Otros

El gasto medio en *merchandising*, souvenirs, ***otras compras (nuevo)** y otros, según procedencia y estancia:

Resto de España: 40.8 € (+4.9 €)

Extranjeros 166.4 € (+82.7 €)

GASTO TOTAL EN MERCHAN., SOUVENIRS & OTROS: 1,537,337 €

2023 - 350,504 €

Gasto Medio – Transporte dentro de Madrid

Transporte para moverse por la ciudad y acudir al recinto MADCUP

Según el estudio realizado a los asistentes, los métodos de transporte más utilizados para llegar al recinto de MADCUP son:

- Coche particular: 68.6 % (-10p.p.)
- * Transporte público: 20.1% (+10.8p.p.)
 - Metro: 10.1% (+3.9p.p.)
 - Autobús: 10% (+6.9p.p.)
 - Uber / Cabify / Bolt / Freenow (VTCs): 11.1% (-7.8p.p.)

Adicional al transporte utilizado para llegar al recinto de MADCUP, los visitantes del resto de España e internacionales utilizan transporte para **moverse por la ciudad**. El gasto de transporte en Madrid según el origen del visitante es, **por día**:

	Transporte Interno CM	Transporte al recinto de MADCUP
C.Madrid	-	10.5 € (-6.5 €)
R. España	13.7 € (+3.3 €)	15.2 € (-1.4 €)
Internacional	30.7 € (+0.7 €)	15.4 € (-8.8 €)

* **GASTO TOTAL EN TRANSPORTE “INTERNO” ASISTENTES: 2,654,475 €**

2023 - 720,232 €

TRANSPORTE PARA ACUDIR AL RECINTO ASISTENTES: 1,564,967 €

2023 - 2,214,928 €



Se ha de tener en cuenta que los asistentes que viven en Madrid ciudad y CM únicamente gastan en transporte para acudir al evento.

Por otro lado, los asistentes del resto de España y los que viven fuera de España también utilizan transporte para movilizarse por la ciudad, independientemente del evento.

Según la encuesta realizada, el **30.2%** de * internacionales usaron autobús, un **25.6%** metro, y **33.7%** utilizaron VTCs.

Gasto Medio – en el Evento

Entradas (únicamente a la Fiesta de Celebración)

Con un total de Ventas Netas de **10.567 entradas**, el gasto total en entradas a la Fiesta de Celebración es de **134,000 €**.

Comida y Bebida en el Recinto (y alrededores)

El gasto total en comida en el recinto (y alrededores) es de **2,071,350 €** (-285,396 €). Según los datos recogidos, el gasto por persona por día, según su lugar de residencia es de:

MADRID: **8.4 €** (-9.7 €)
RESTO DE ESPAÑA: **15.2 €** (-4.2 €)
INTERNACIONAL: **24.1 €** (+2.7 €)

El gasto total en bebida en el recinto es de **1,489,052 €** (-267,865 €). Según los datos recogidos, el gasto por persona por día, según su lugar de residencia es de:

MADRID: **8.3 €** (-5.5 €)
RESTO DE ESPAÑA: **9.7 €** (-5.1 €)
INTERNACIONAL: **13.9 €** (+1.6 €)

Merchandising

El gasto total en *merchandising* dentro del evento es de **746,079 €**. (+412,348 €). Según los datos recogidos, el gasto por persona según su lugar de residencia es de:

MADRID: **3.6 €** (-2.9 €)
RESTO DE ESPAÑA: **6.8 €** (-4.1 €)
INTERNACIONAL: **15 €** (+0.8 €)

Otros

Bajo el concepto “otros”, el gasto total es de **31,222 €** (-177,437 €).

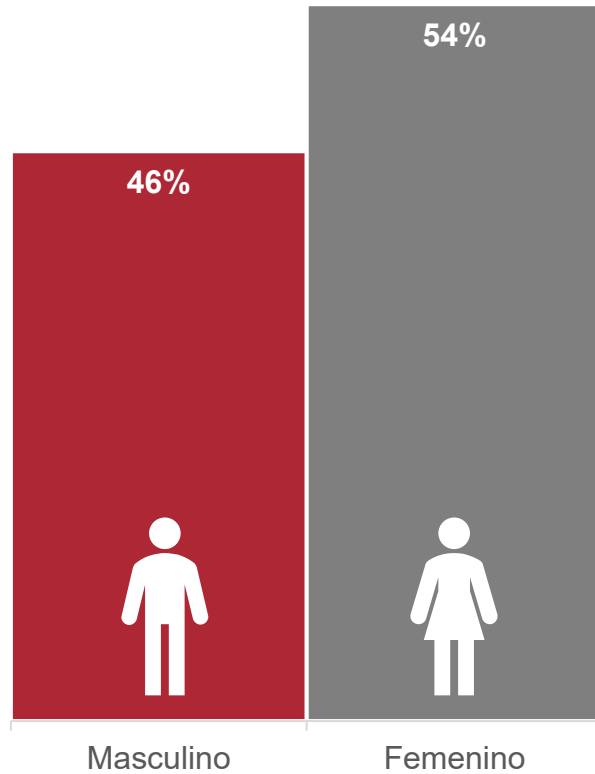
MADRID: **0.1 €** (-6 €)
RESTO DE ESPAÑA: **0.9 €** (-11.8 €)
INTERNACIONAL: **3.1 €** (8 €)

3.2. Perfil del Asistente

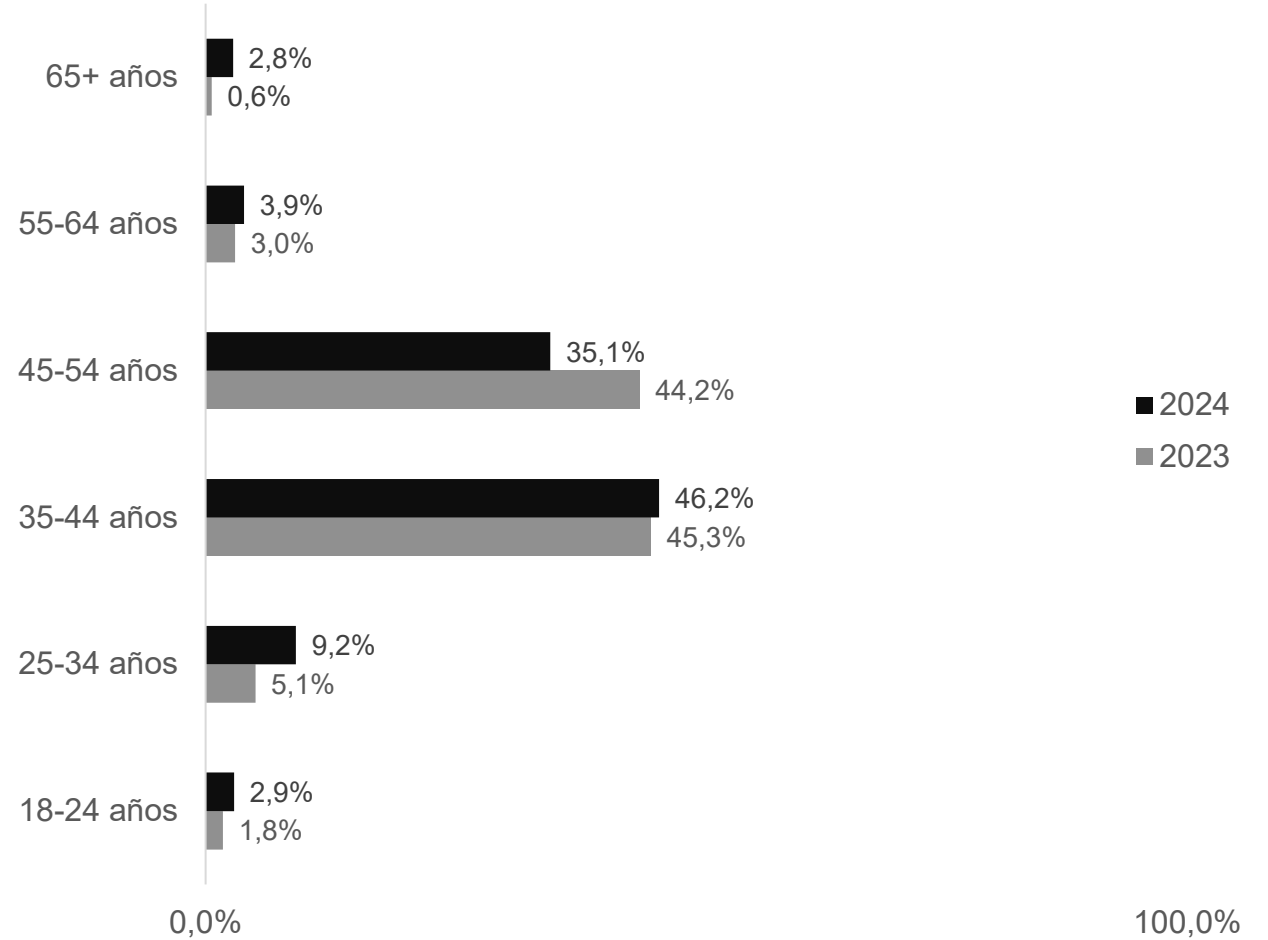


Perfil del Asistente

Género



Edad

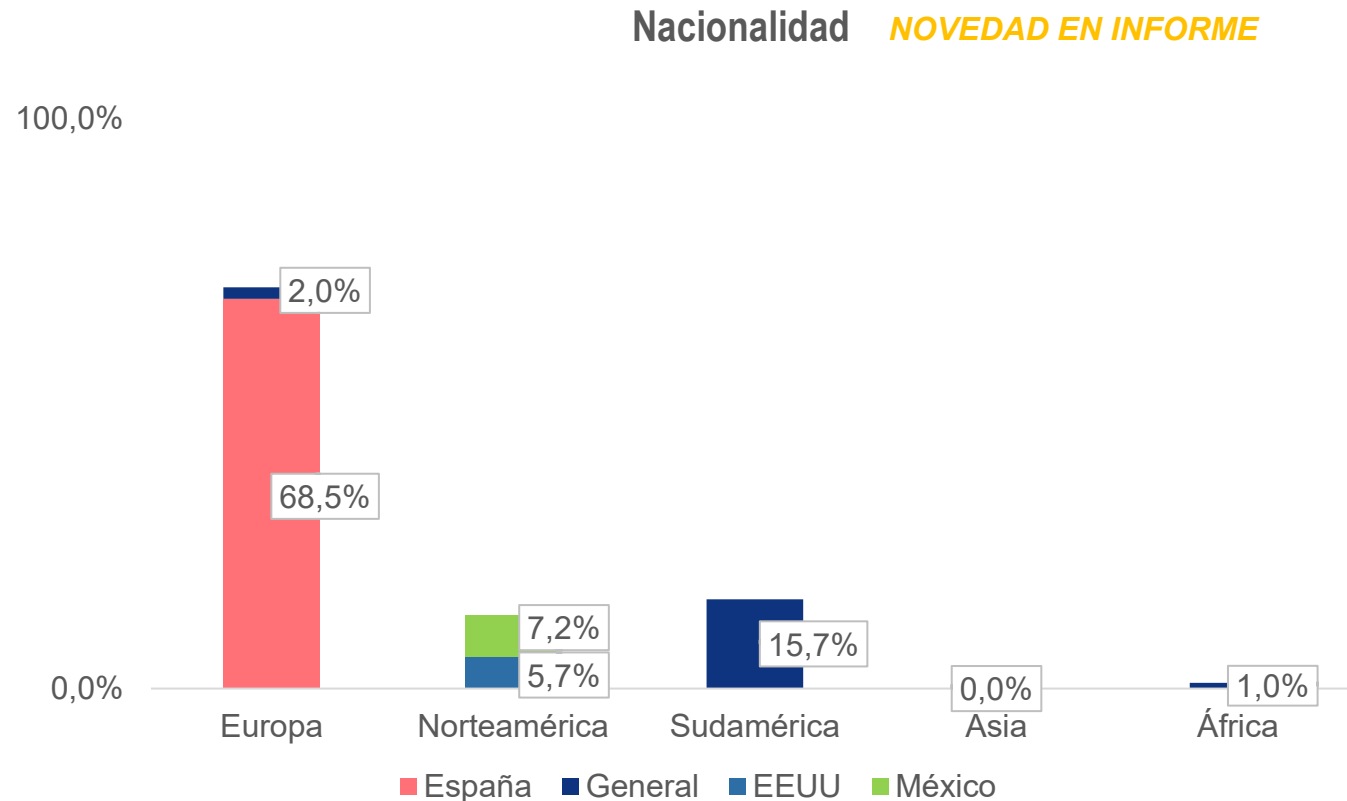
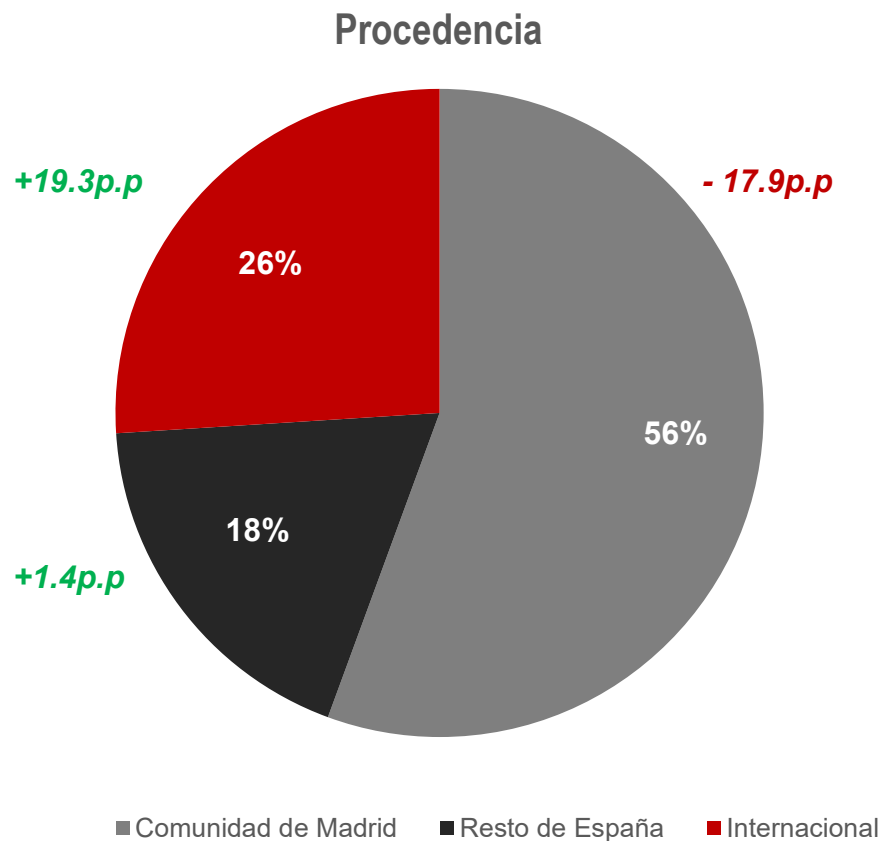


P: Género // Edad | Muestra: In-situ | Bases: Madrid, R.España, Internacional

Perfil del Asistente

Procedencia vs Nacionalidad

El 74% de los asistentes residen en España (ya sea dentro o fuera de la C.A. Madrid), pero el 68.5% de asistentes totales tiene nacionalidad española. Un 2.3% de los internacionales tienen nacionalidad española, un 8.9% de los residentes en Madrid son extranjeros, y un 5.6% de los provenientes del R.España.



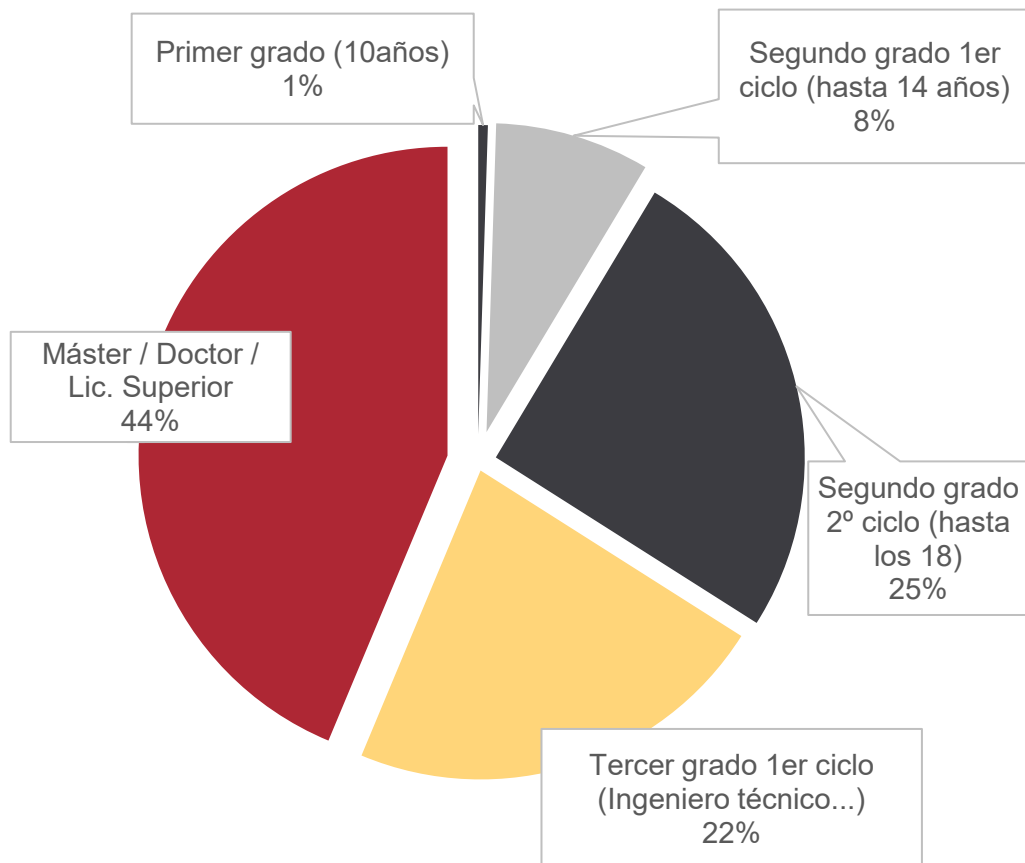
P: Habitualmente, ¿dónde reside? // ¿Cuál es su nacionalidad? Muestra: In-situ | Bases: Madrid, R.España, Internacional

Perfil Asistente

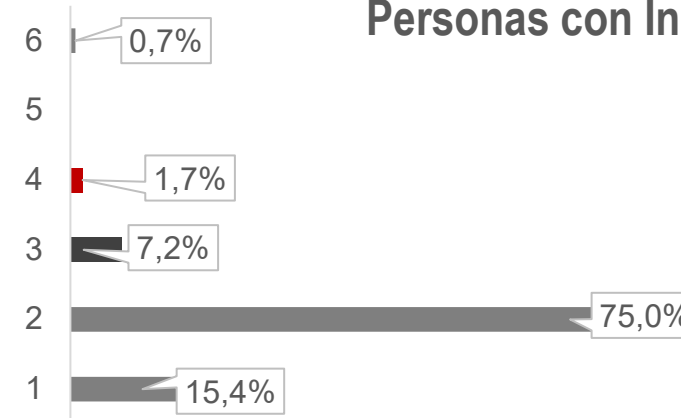
Otra Información

Nº de personas en el Hogar : 3.8

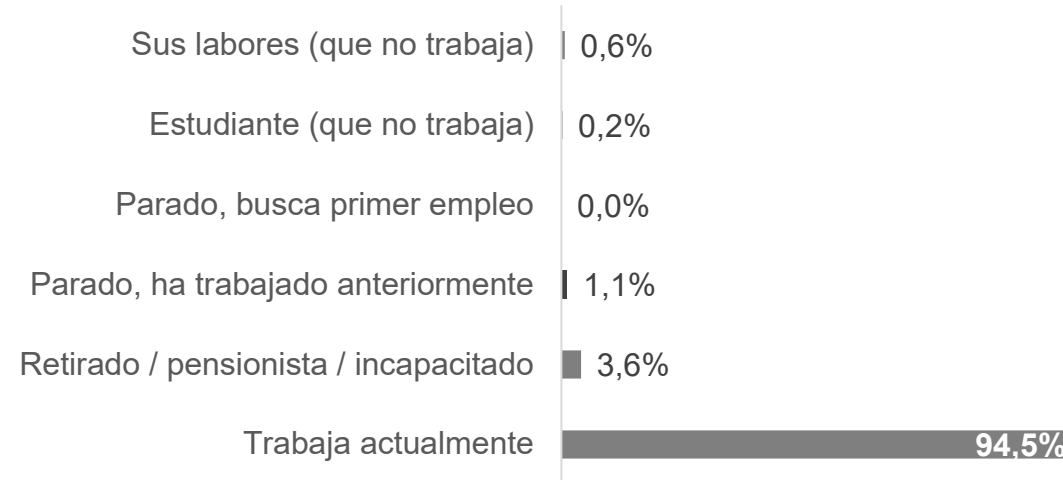
Estudios Cabeza de Familia



Personas con Ingresos



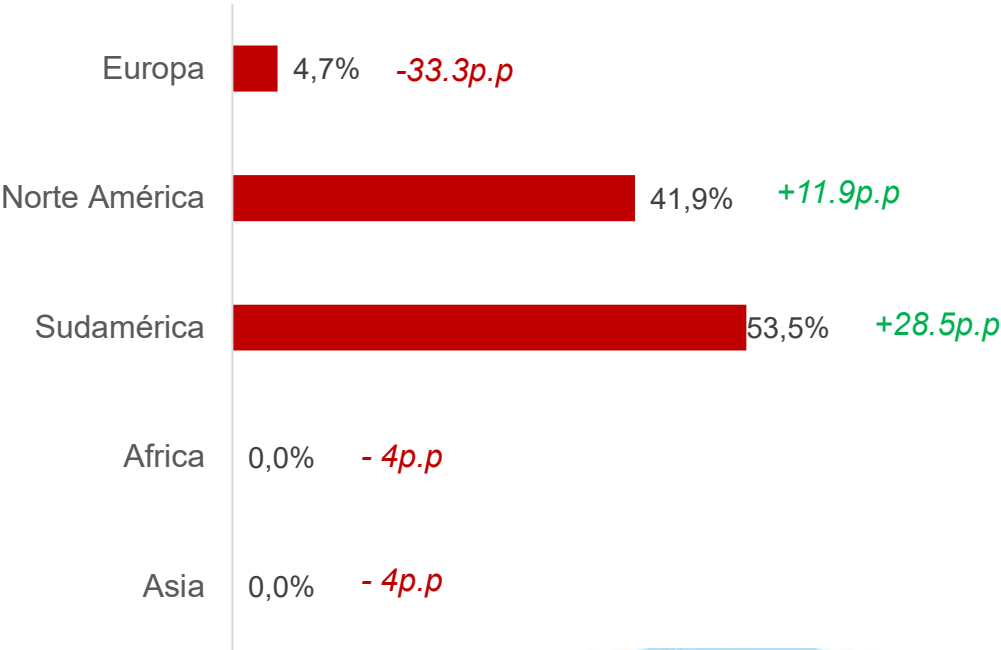
Actividad del Cabeza de Familia



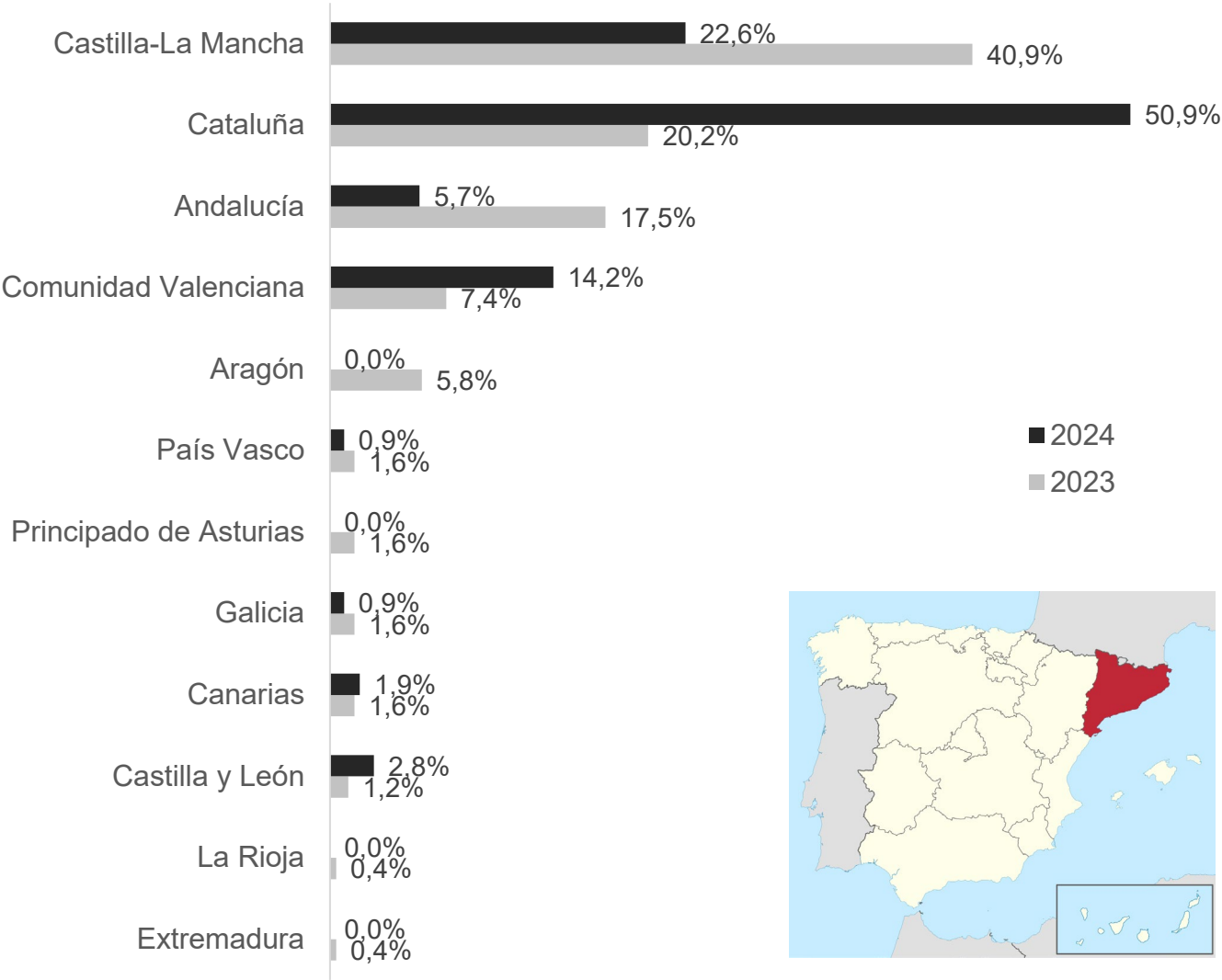
P: ¿Qué nivel de estudios tiene el cabeza de familia? / ¿ Cuántas personas hay en su unidad familiar / hogar? /¿ Cuántas personas con ingresos hay en su unidad familiar / hogar? ¿Qué actividad principal desempeña el cabeza de familia? Muestra: In-situ | Bases: Madrid, R.España, Internacional

Perfil del Asistente

Internacionales - Procedencia



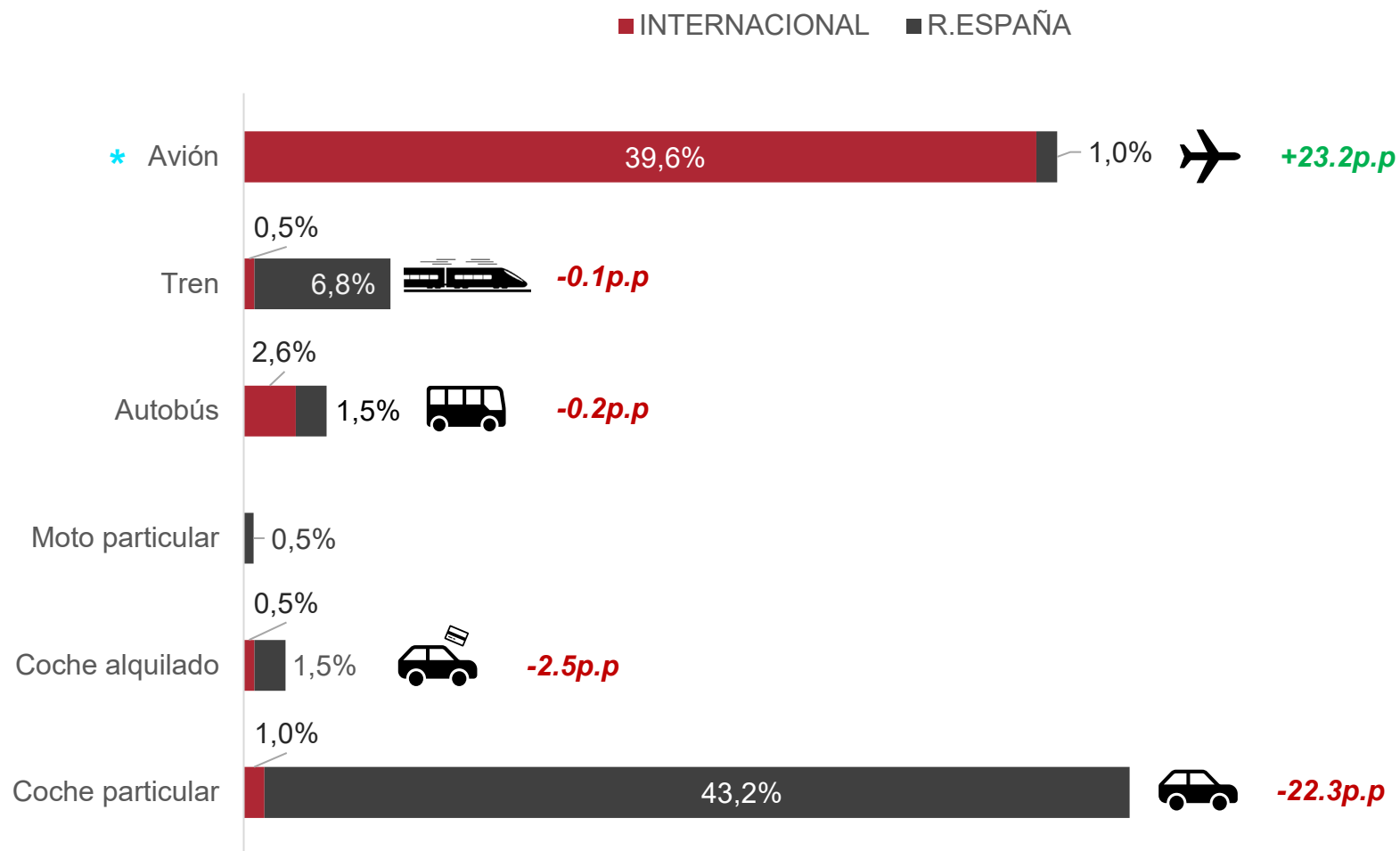
* Resto de España - Procedencia



P: Dentro de España, en qué CA resides? (Fuera de Madrid) // Si fuera de España, ¿en qué continente resides? Muestra: In-situ | Bases: Madrid, R.España, Internacional

Perfil del Asistente

Transporte Para Llegar a Madrid

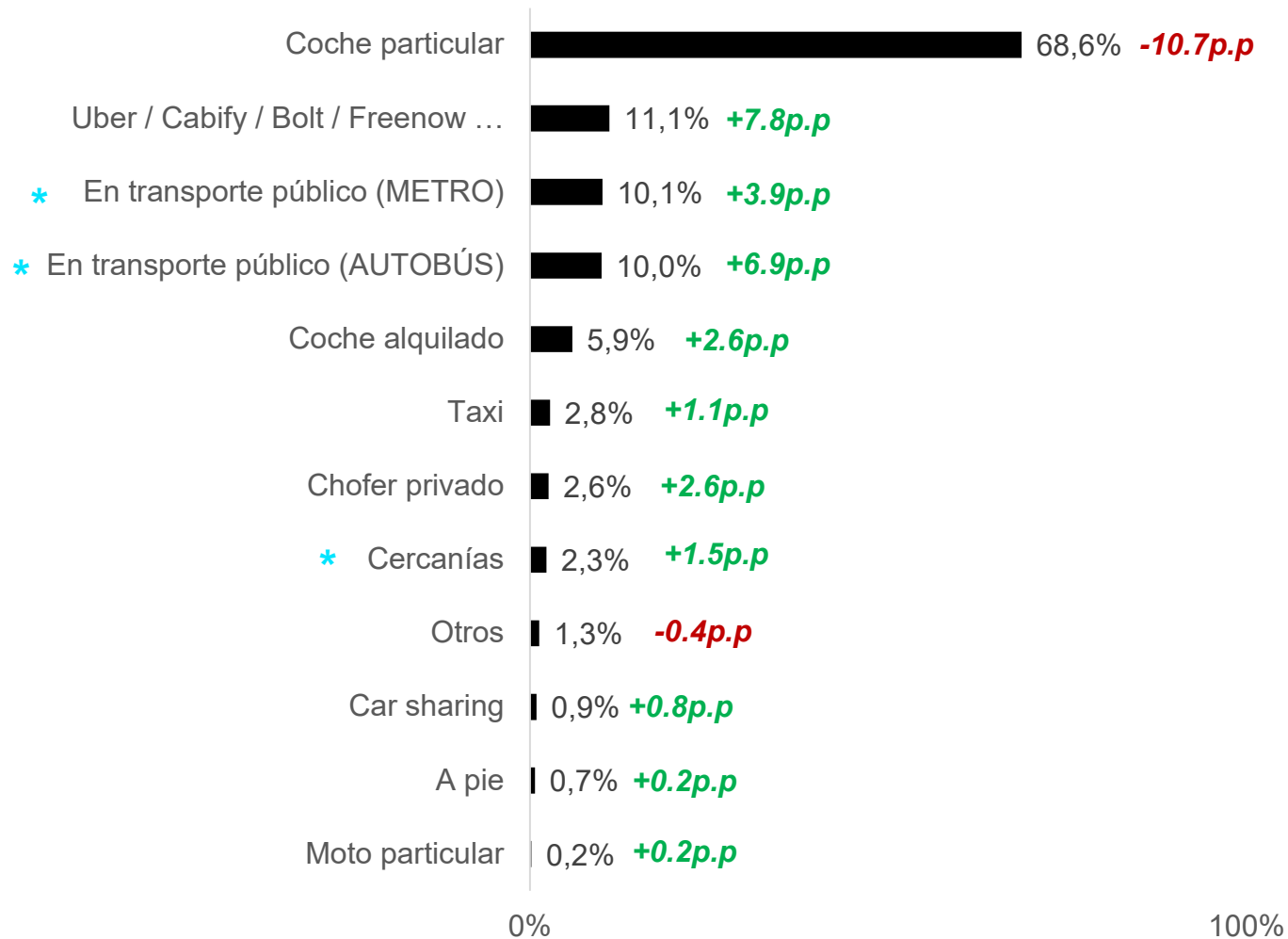


Este año, la elevada proporción de internacionales duplica el uso del avión como medio de transporte para llegar a Madrid (**40.6%**), lo que explica en gran parte la disminución de uso de coche particular.

En general, los patrones de de transporte para llegar a la ciudad se mantienen.

Perfil del Asistente

Transporte Para llegar al recinto MADCUP



Top Madrid:

1. Coche particular **95.3%** 
2. Transporte Público (metro) **3.0%** 

Top R. España:

1. Coche particular **73.6%** 
2. Uber / Cabify / Bolt... **11.3%** 
3. Transporte público (metro) **9.4%** 

Top Internacional:

1. Uber / Cabify / Bolt ... **33.7%** 
2. Transporte Público (bus) **30.2%** 
3. Transporte Público (metro) **25.6%** 
4. Coche alquilado **17.4%** 

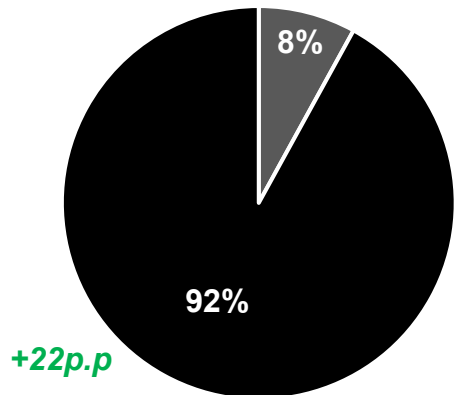
P: En los días de MADCUP, cuál es el medio de transporte que ha utilizado mayoritariamente para llegar al recinto? Muestra: In-situ | Bases: Madrid, R.España, Internacional



Perfil del Asistente

Alojamiento (I) - Generalidades

Turistas vs Excursionistas



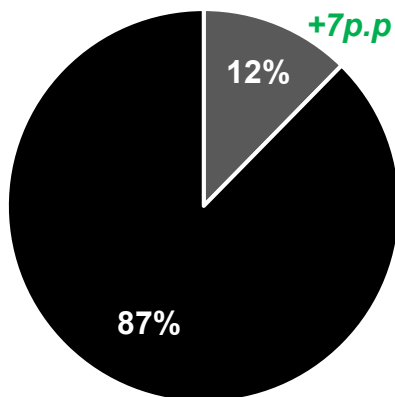
Del total de encuestados, un **7.6%** **no pernocta** en Madrid a causa del evento porque se desplaza durante el día, mientras que el **92.4%** **sí pernocta** en Madrid.

Según los asistentes encuestados, la media de pernoctación en Madrid es:

7.4 NOCHES

+1.9 NOCHES

Alojamiento MADCUP



Un **12.3%** del alojamiento de los encuestados **ha sido provisto** por MADCUP, y el **87.3%** restante se ha contratado **de forma independiente**.

RESTO DE ESPAÑA (FUERA DE MADRID)

82% SI +16p.p

18% NO

pernocta en Madrid

La media de noches pernoctadas en Madrid es **3.9 noches**.

-1.4 NOCHES

INTERNACIONAL

100% SI

0% NO

pernocta en Madrid

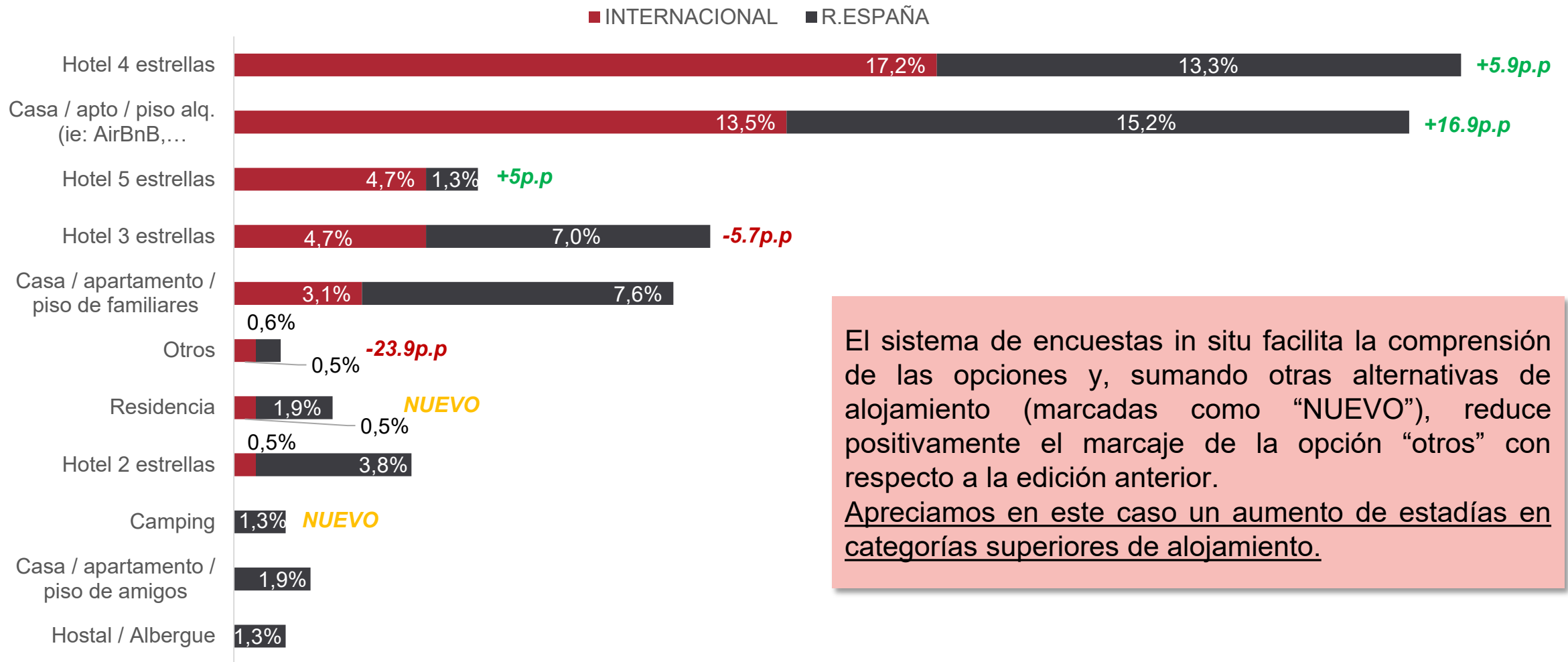
La media de noches pernoctadas en Madrid es **9.8 noches**.

+2.3 NOCHES

P: ¿Cuántas noches pernocta el club en la CA de Madrid por su asistencia a MADCUP? // El alojamiento en el que se queda ha sido provisto por MADCUP? | Muestra: In-situ | Bases: R.España, Internacional

Perfil del Asistente

Alojamiento (II) – Tipo de Alojamiento



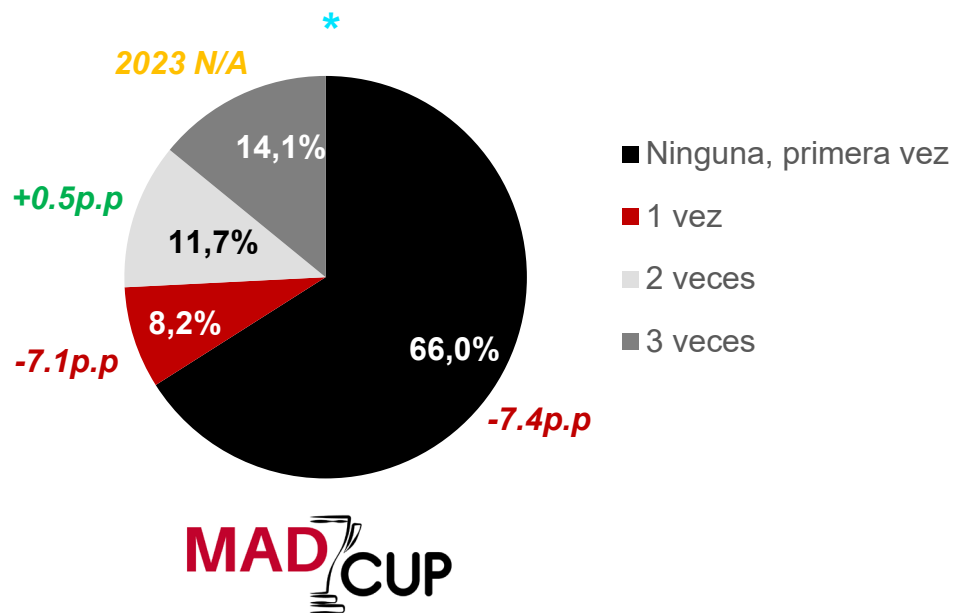
El sistema de encuestas in situ facilita la comprensión de las opciones y, sumando otras alternativas de alojamiento (marcadas como “NUEVO”), reduce positivamente el marcaje de la opción “otros” con respecto a la edición anterior.

Apreciamos en este caso un aumento de estadías en categorías superiores de alojamiento.

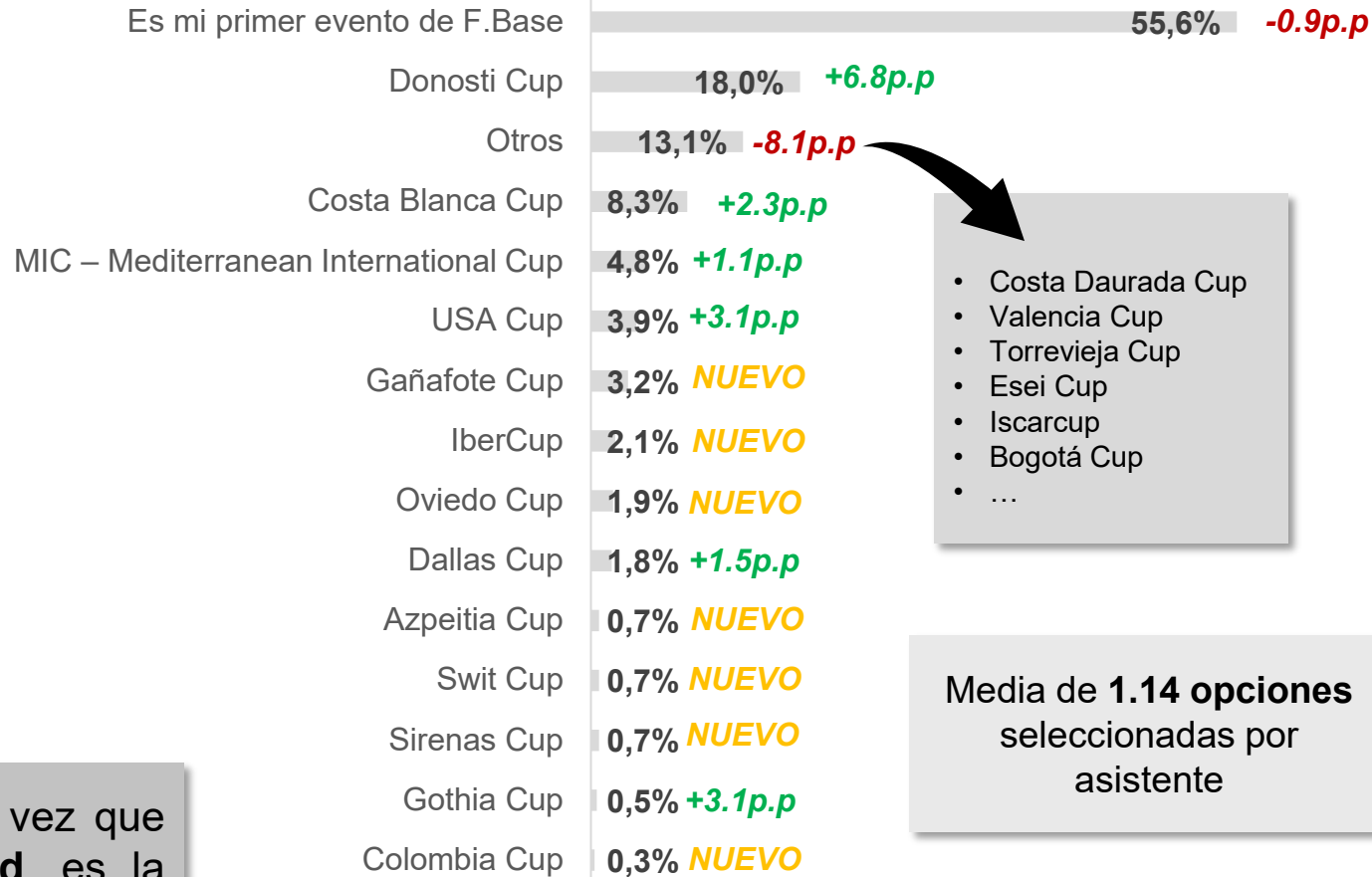
P: ¿En qué tipo de alojamiento se queda durante su estancia en Madrid? | Muestra: In-situ | Bases: R.España, Internacional

Perfil del Asistente

Ediciones Anteriores y Otros Eventos



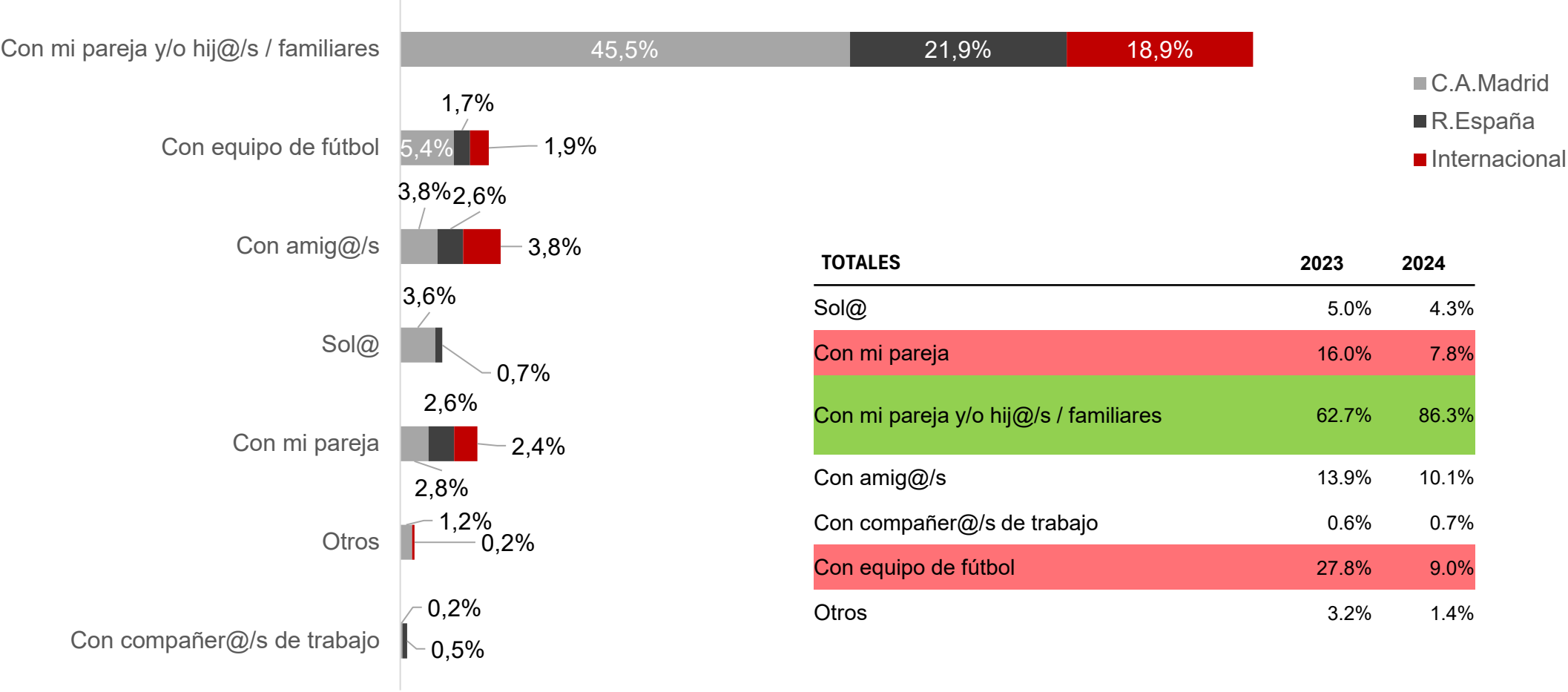
Para el 66% de los asistentes, es la primera vez que asisten a MADCUP, y para más de la mitad, es la primera vez que asisten a un torneo de fútbol base. Se aprecia **elevado porcentaje de permanencia**.



P: ¿A cuántas ediciones de la MADCUP, sin contar esta, ha asistido presencialmente? // De los siguientes eventos de fútbol base, ¿a cuáles ha asistido presencialmente en algún momento? | Muestra: In-situ | Bases: CM, R. España, Internacional

Perfil del Asistente

Asistencia a MADCUP - Compañía

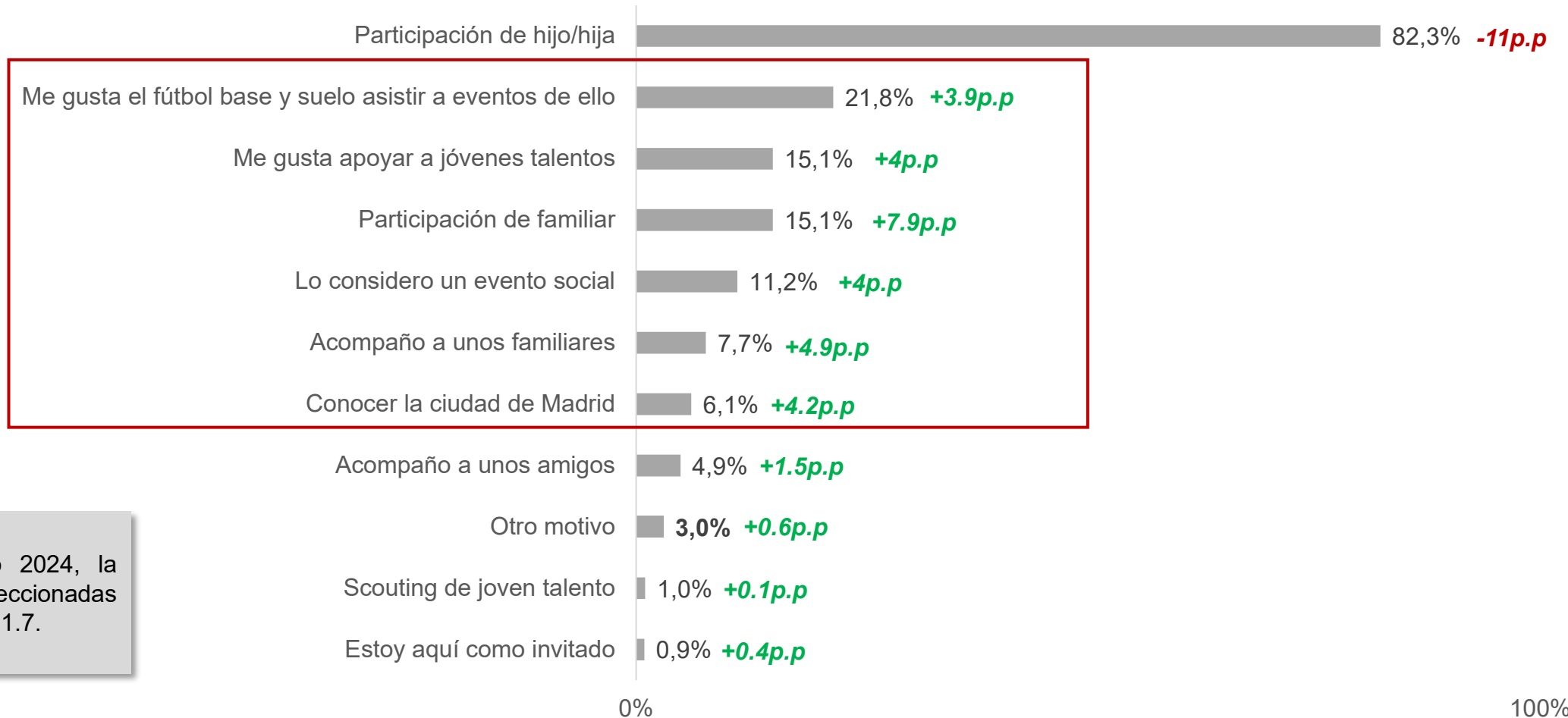


TOTALES	2023	2024
Sol@	5.0%	4.3%
Con mi pareja	16.0%	7.8%
Con mi pareja y/o hij@/s / familiares	62.7%	86.3%
Con amig@/s	13.9%	10.1%
Con compañer@/s de trabajo	0.6%	0.7%
Con equipo de fútbol	27.8%	9.0%
Otros	3.2%	1.4%

P: ¿Con quién ha asistido a MADCUP? Máximo 3 respuestas. | Muestra: In-situ | Bases: CM, R. España, Internacional

Perfil del Asistente

Asistencia a MADCUP - Motivos

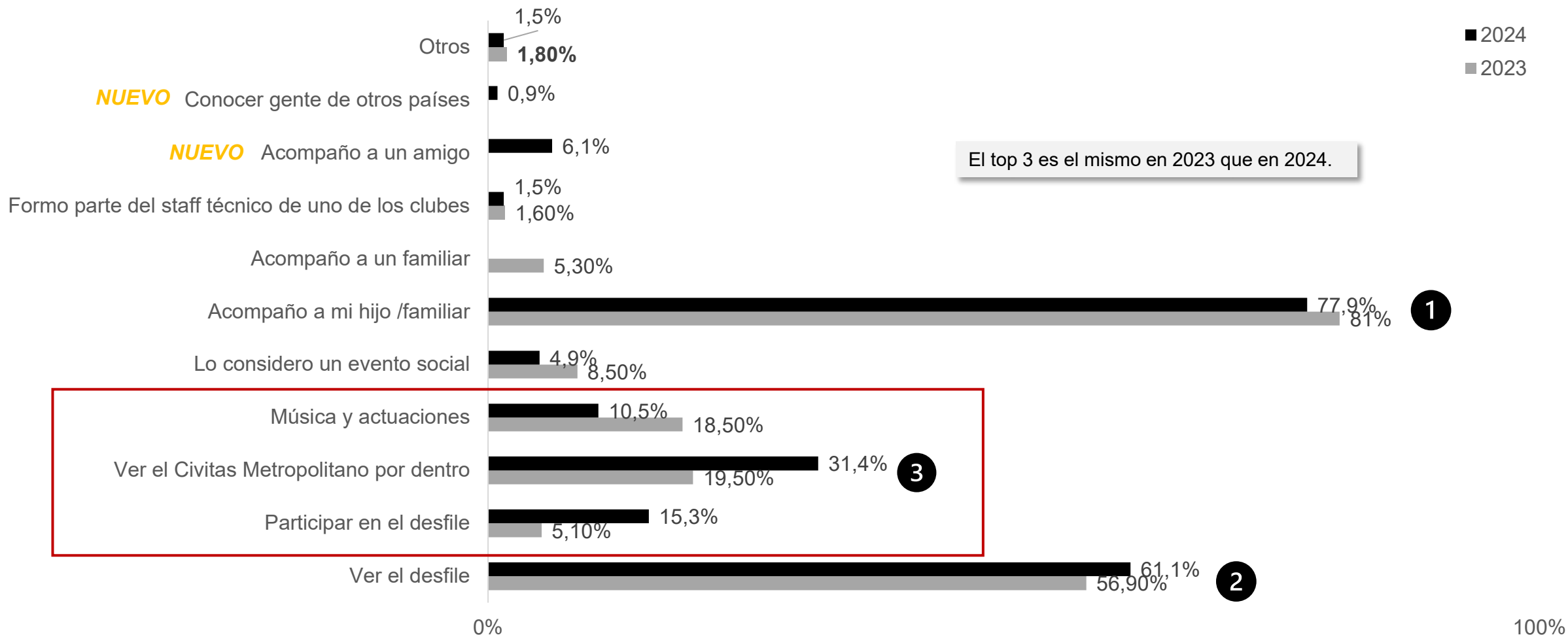


Tanto en 2023 como 2024, la media de opciones seleccionadas por asistente ronda las 1.7.

P: ¿Cuáles son los 3 principales motivos por los que ha asistido a MADCUP? - multirrespuesta | Muestra: In-situ | Bases: CM, R. España, Internacional

Perfil del Asistente

Asistencia a Fiesta de Celebración - Motivos



NS/NC: 6.9%

P: ¿Cuáles son los 3 principales motivos por los que ha asistido a MADCUP? - multirrespuesta | Muestra: In-situ | Bases: CM, R. España, Internacional

Perfil del Asistente

Asistencia a Fiesta de Celebración – Motivos – DESGLOSE TOP 4

Top Madrid:

1. Acompaño a mi hijo / familiar **81.6%**
2. Ver el desfile **57.9%**
3. Ver el Cívitas Metropolitano por dentro **28.1%**
4. Participar en el desfile **9.6%**

Top Internacional:

1. Acompaño a mi hijo / familiar **72.2%**
2. Ver el desfile **60.8%**
3. Ver el Cívitas Metropolitano por dentro **31.6%**
4. Participar en el desfile **24.1%**

Top R. España:

1. Acompaño a mi hijo / familiar **80.2%**
2. Ver el desfile **67.4%**
3. Ver el Cívitas Metropolitano por dentro **37.2%**
4. Música y Actuaciones **11.6%**
Participar en el desfile

- Aumenta notablemente, con respecto a 2023 el porcentaje de **madrileños** que dicen ir al desfile para ver el Cívitas Metropolitano por dentro (+13p.p).
- “Participar en el desfile” relega a posiciones inferiores a “música y actuaciones”, como razón en general.

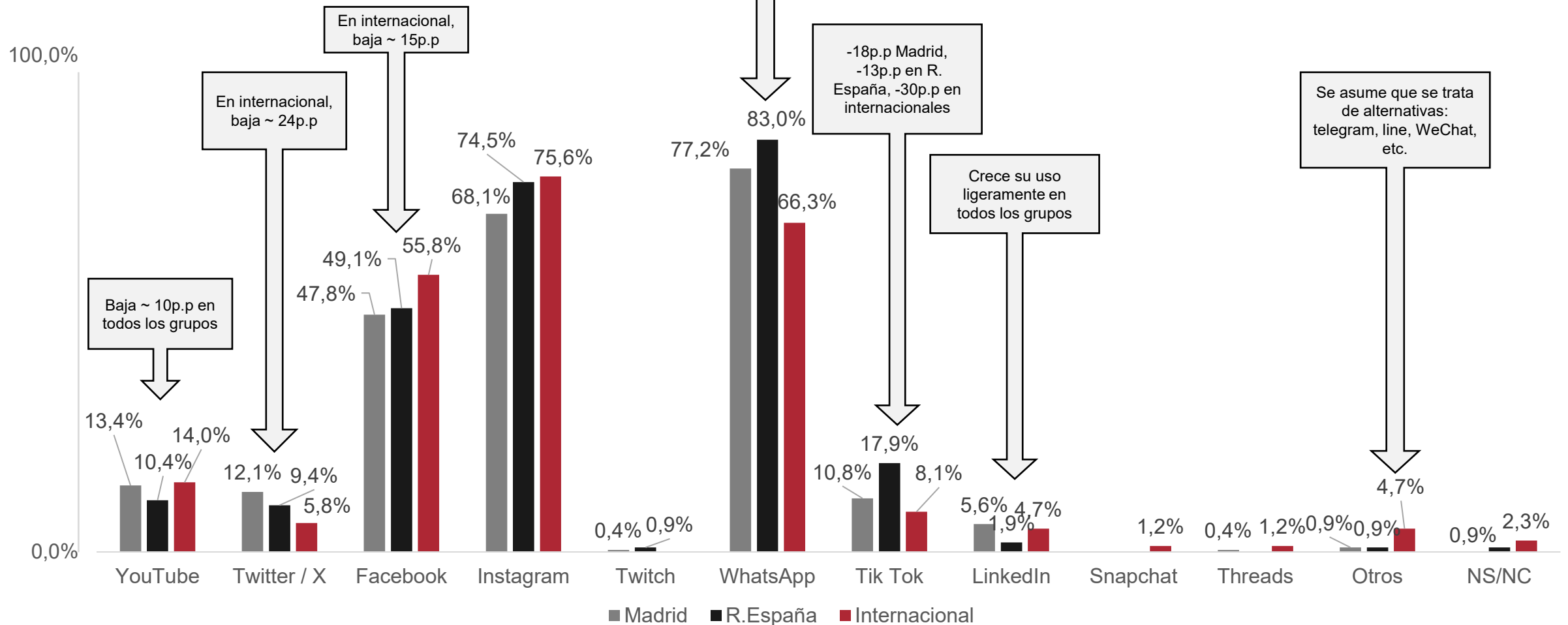
P: ¿Cuáles son los 3 principales motivos por los que ha asistido a MADCUP? - multirrespuesta | Muestra: In-situ | Bases: CM, R. España, Internacional

3.3. Hábitos de Consumo



Hábitos de Consumo

Plataformas de Comunicación



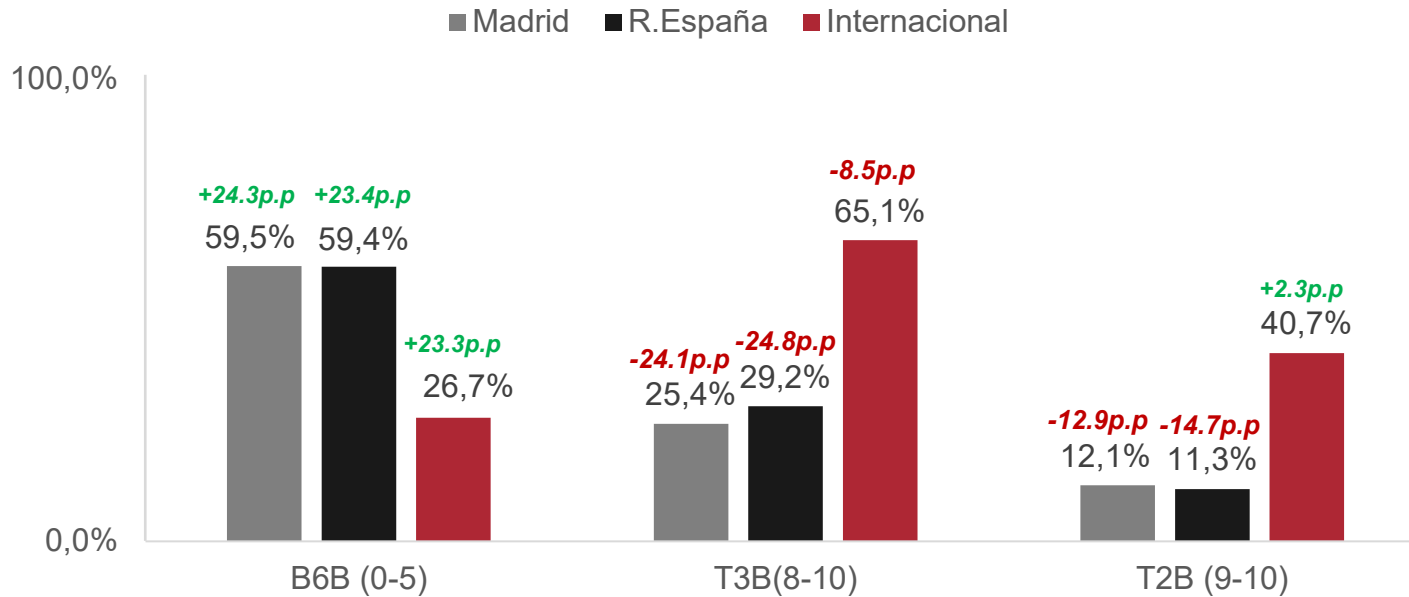
P: ¿Qué RRSS utiliza con mayor frecuencia? Pregunta multirespuesta.

Muestra: Encuesta in situ | Base: Madrid, R.España, Internacional.



Hábitos de Consumo

Disposición a pagar por ver partidos MADCUP

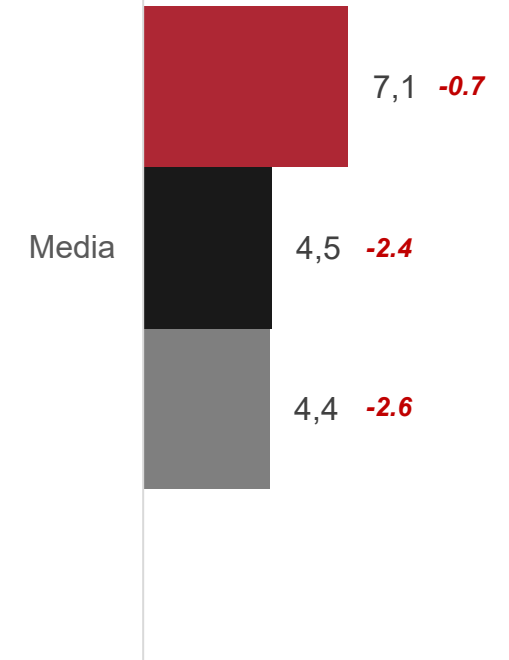


% de encuestados que indicaron entre 0-5, 8-10 y 9-10.
Los porcentajes no deben sumar 100%

B6B: Bottom 6 Bracket | T3B: Top 3 Bracket | T2B: Top 2 Bracket

⁻²
Media: 5.1

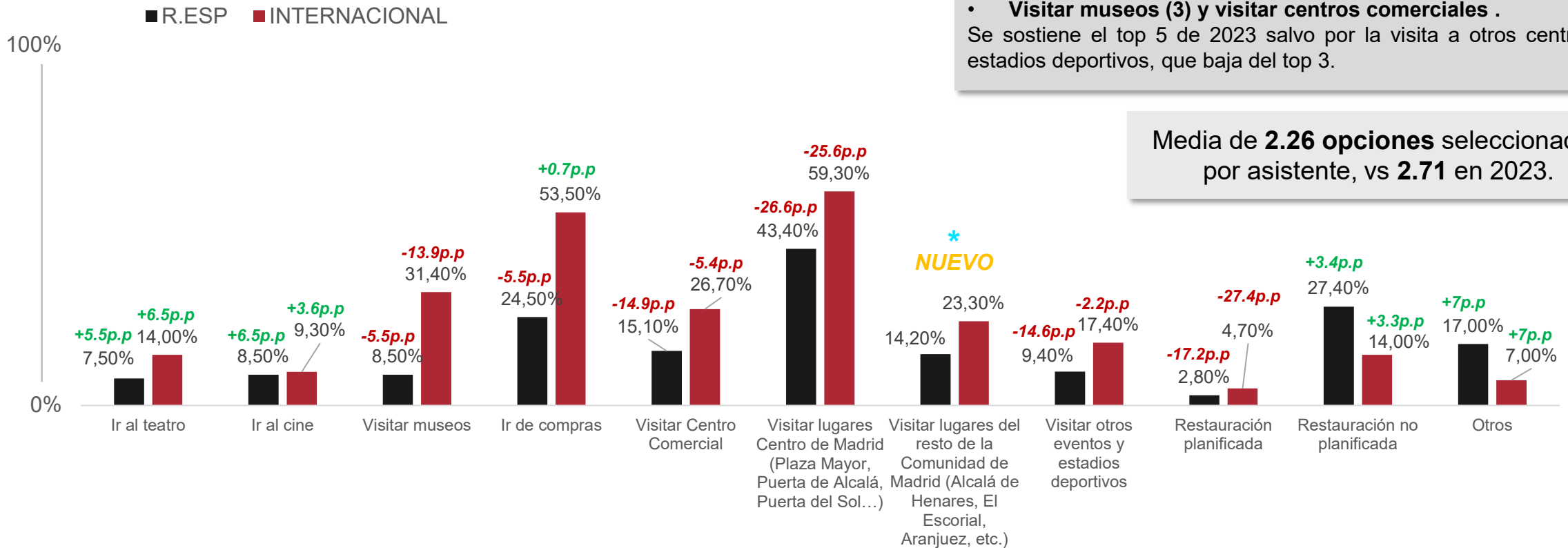
MEDIAS



P: En una escala de 0-10, ¿cuán dispuesto estaría a pagar por ver Partidos MADCUP?
Muestra: Encuesta in situ | Base: Madrid, R.España, Internacional.

Hábitos de Consumo

Actividades en Madrid



Las actividades que más se hicieron en Madrid según los encuestados fueron:

- Visitar lugares emblemáticos (1)
- Ir de compras (2)
- Visitar museos (3) y visitar centros comerciales .

Se sostiene el top 5 de 2023 salvo por la visita a otros centros y estadios deportivos, que baja del top 3.

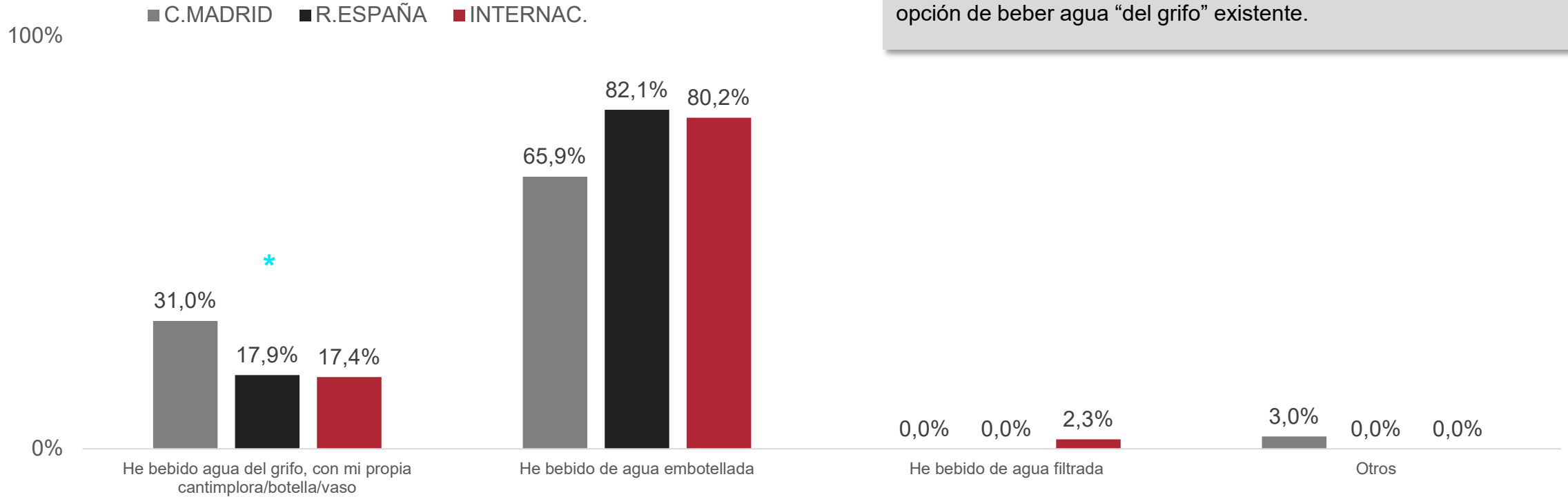
Media de **2.26 opciones** seleccionadas por asistente, vs **2.71** en 2023.

P: ¿Cuáles de las siguientes actividades tiene pensado realizar / ha realizado en la ciudad de Madrid? - multirespuesta.

Muestra: Encuesta in situ | Base: R.España, Internacional.

Hábitos de Consumo

Consumo de Agua **NOVEDAD EN INFORME**



Se aprecia, positivamente, una proporción relativamente alta de personas que bebió agua durante el torneo del grifo. Por otro lado, se puede añadir, en la próxima edición, la opción “he bebido agua directamente de una fuente”, aunque posiblemente se solape con la opción de beber agua “del grifo” existente.

P: ¿Cómo has bebido agua mayoritariamente durante el torneo MADCUP? .

3.4. Satisfacción



Satisfacción Asistentes

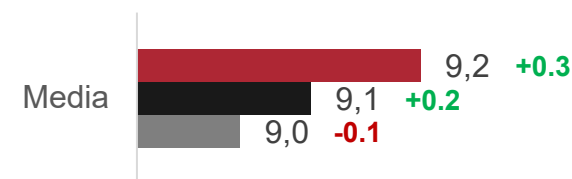
Compra de Entradas

100,00%

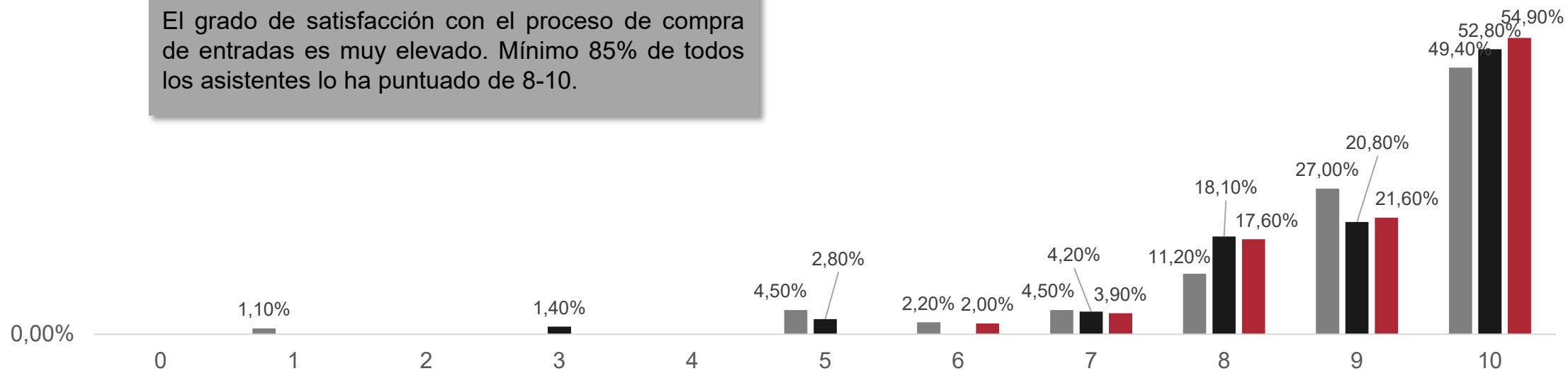
■ Madrid ■ R.España ■ Internacional

+0.1
Media: 9.1

MEDIAS



El grado de satisfacción con el proceso de compra de entradas es muy elevado. Mínimo 85% de todos los asistentes lo ha puntuado de 8-10.



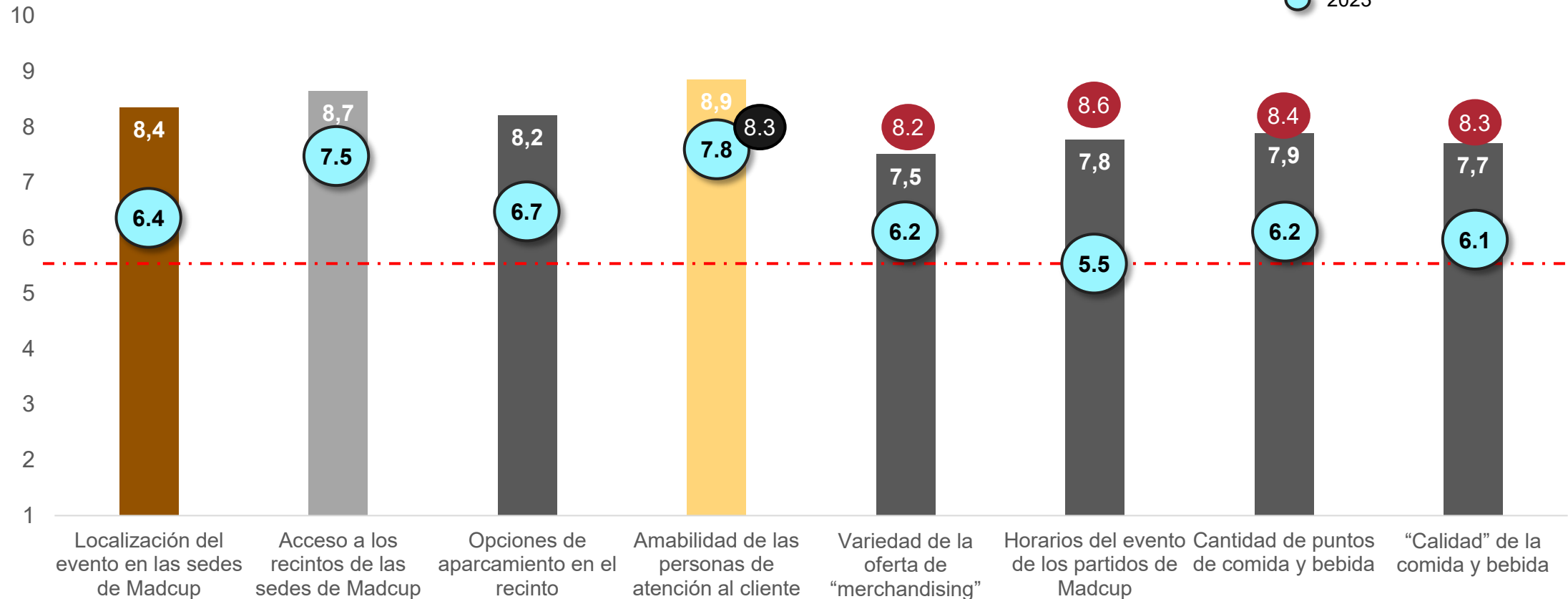
P: Valore, en una escala de 0 - 10, su satisfacción con el proceso de compra de entradas

Muestra: In situ | Bases: Madrid, R.España, Internacional

Satisfacción Asistentes

Aspectos Organizativos

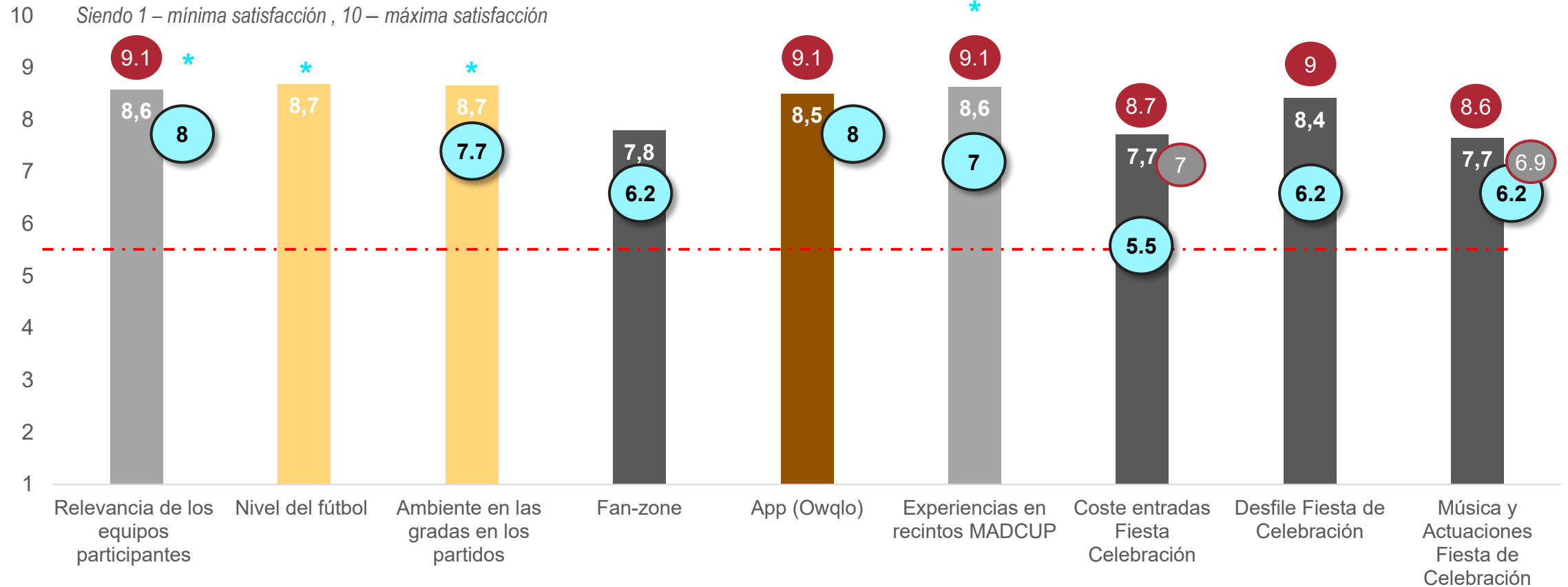
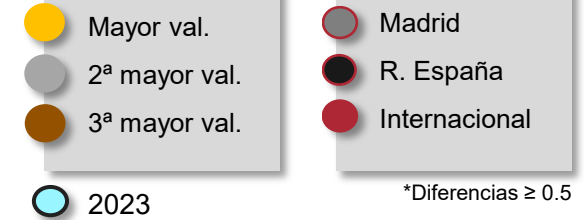
Siendo 1 – mínima satisfacción , 10 – máxima satisfacción



P: Por favor, de los siguientes aspectos que se le citan, determina la satisfacción que tiene el club respecto al evento de MADCUP Muestra: In-situ | Bases: CM, R. España, Internacional

Satisfacción Asistentes

Aspectos Futbolísticos y Torneo



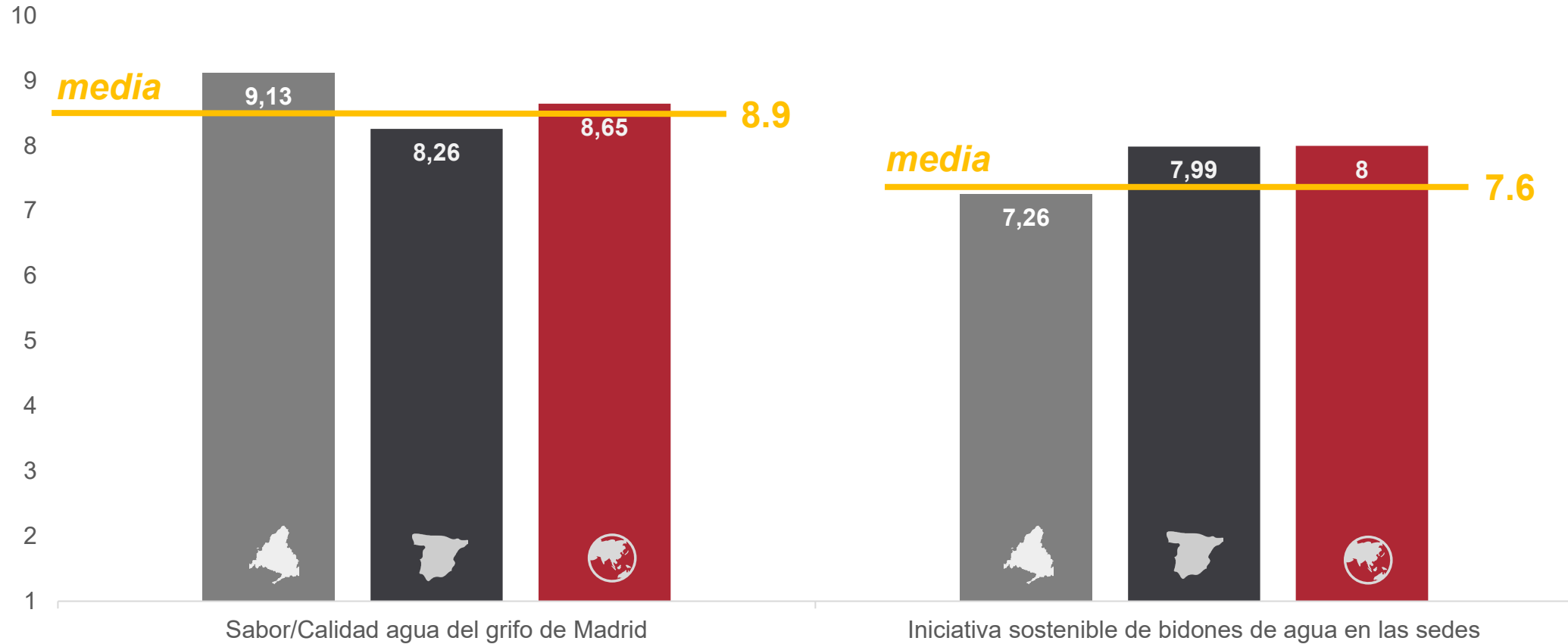
P: Por favor, de los siguientes aspectos que se le citan, determina la satisfacción que tiene el club respecto al evento de MADCUP

Muestra: In-situ | Bases: CM, R. España, Internacional

Satisfacción Asistentes

Agua de Madrid **NOVEDAD EN INFORME**

Siendo 1 – mínima satisfacción , 10 – máxima satisfacción

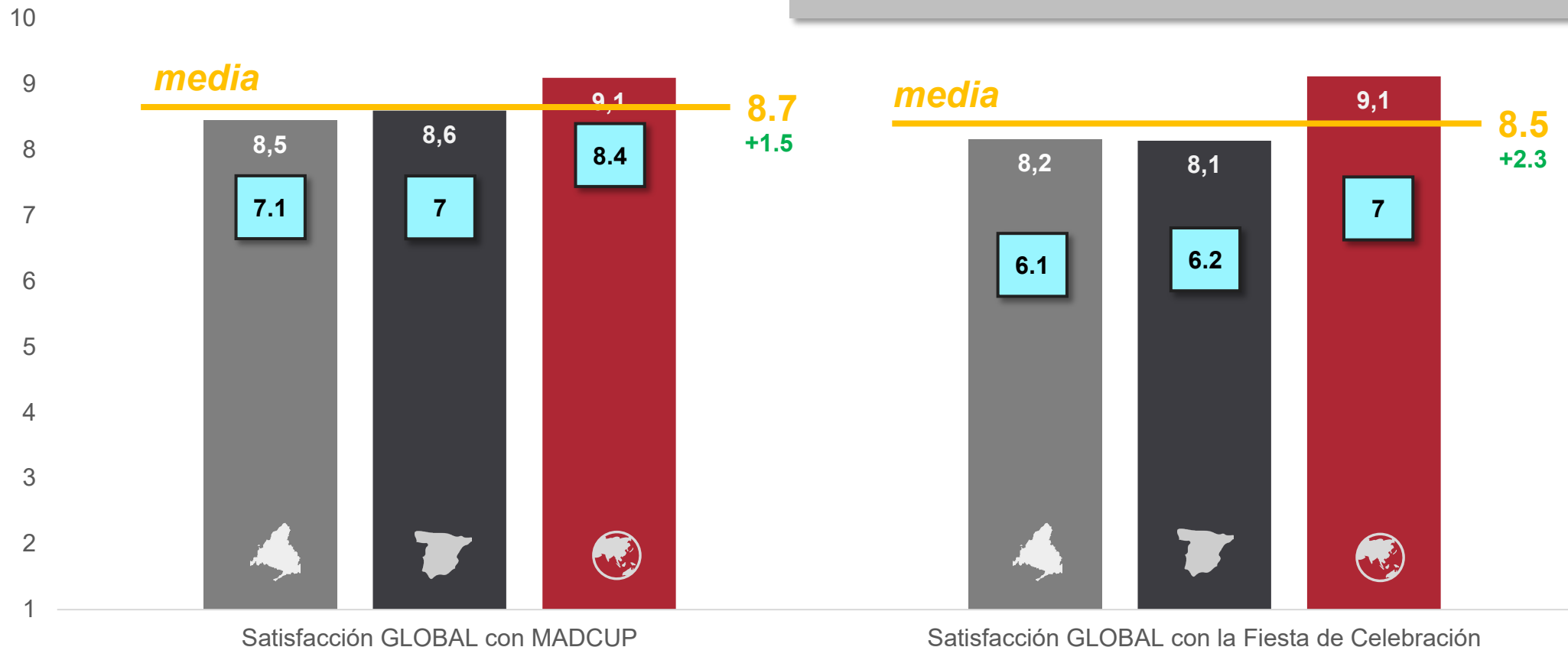


P: Por favor, de los siguientes aspectos que se le citan, determina la satisfacción que tiene el club respecto al evento de MADCUP Muestra: In-situ | Bases: CM, R. España, Internacional

Satisfacción Asistentes

GLOBAL

Siendo 1 – mínima satisfacción , 10 – máxima satisfacción



El grado de satisfacción global con MADCUP es alto, redondeando a sobresaliente, destacando la valoración superior de los asistentes Internacionales. En esta edición, se iguala la valoración global de todos los colectivos.

La satisfacción con la Fiesta de Celebración se acerca a la satisfacción global de MADCUP, y ha mejorado significativamente en todos los grupos con respecto a la pasada edición.

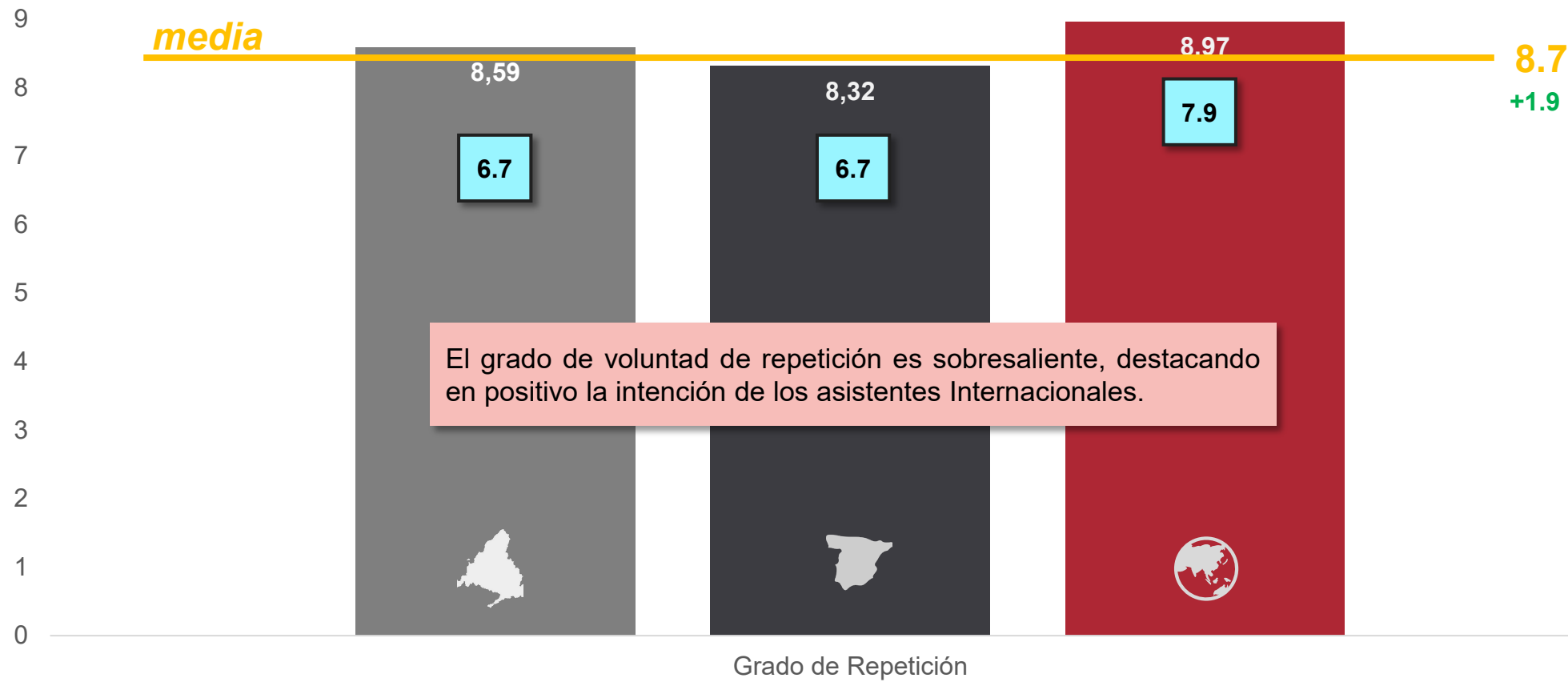
P: Por favor, de los siguientes aspectos que se le citan, determina la satisfacción que tiene el club respecto al evento de MADCUP Muestra: In-situ | Bases: CM, R. España, Internacional



Satisfacción Asistentes

Repetición MADCUP

10 Siendo 1 – no repetiría, 10 – sin duda repetiría



P: ¿En qué grado repetiría la asistencia al evento de MADCUP en otro año? Muestra: In-situ | Bases: CM, R. España, Internacional

Satisfacción Asistentes

Organización MADCUP Comparada con otros Eventos

Medias: de 1 (peor) – 5 (mejor organizado)

Por Procedencia

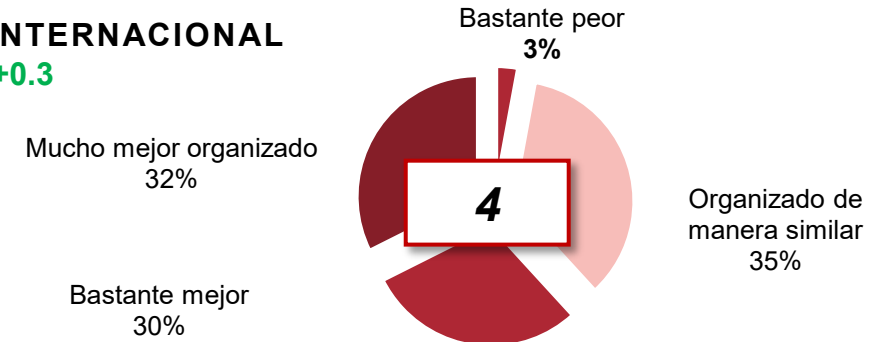
MADRID

+0.2



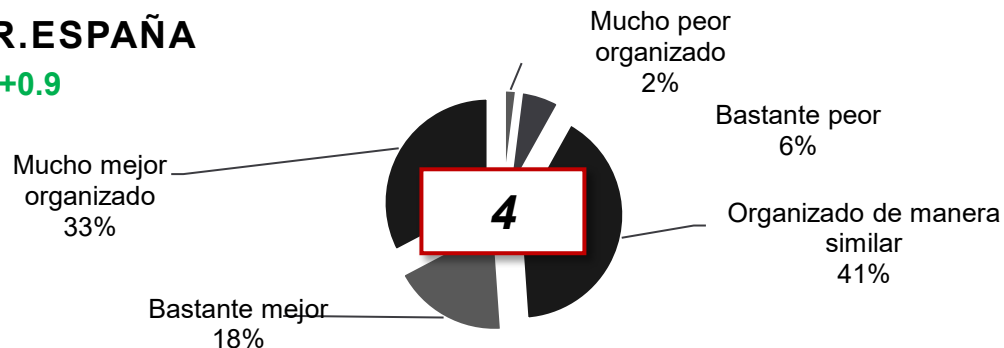
INTERNACIONAL

+0.3



R. ESPAÑA

+0.9



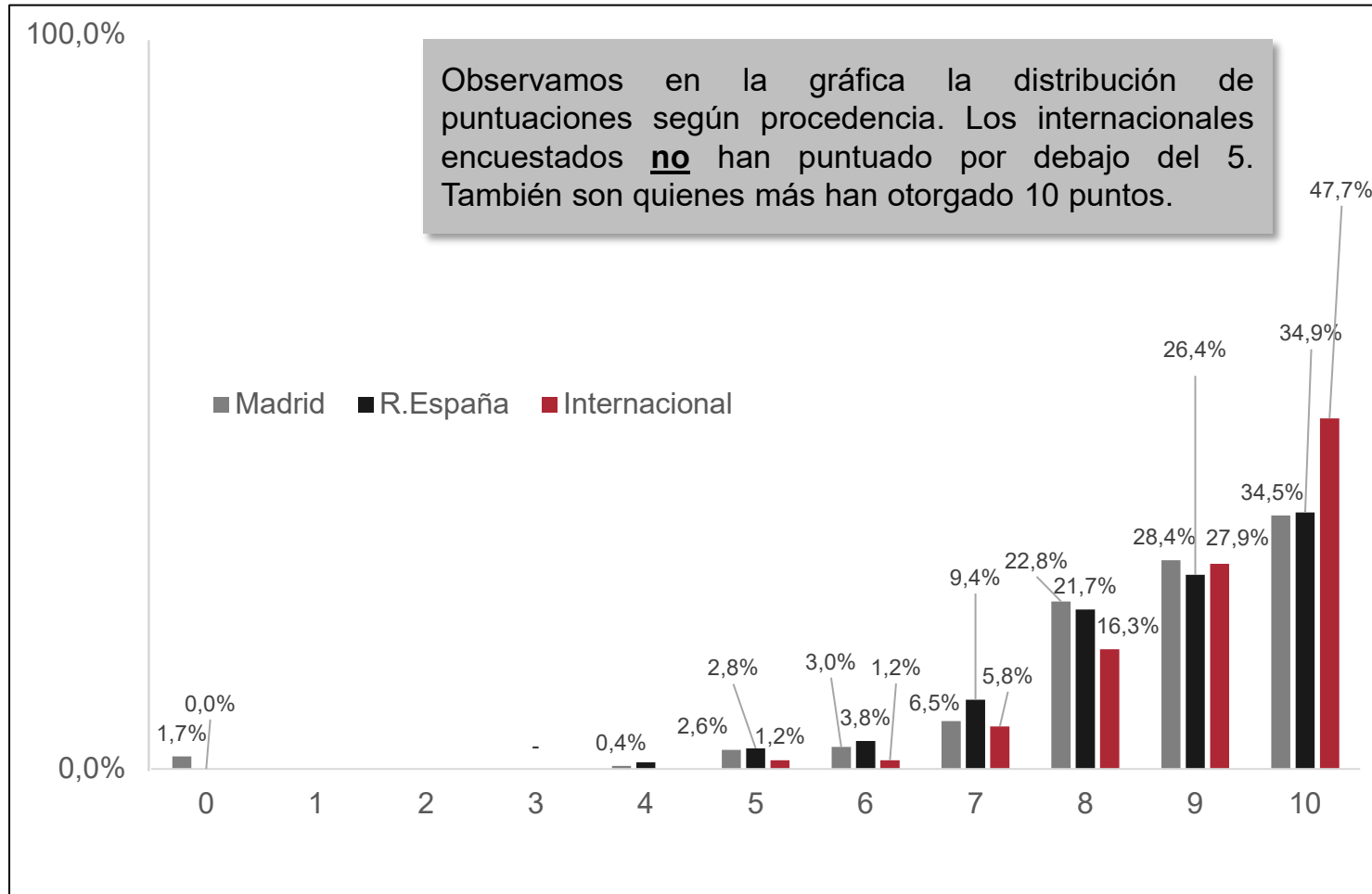
Internacionales y del resto de España igualan su puntuación media del evento, aunque las opiniones se distribuyen de forma distinta.

Baja 4p.p la puntuación más baja otorgada por los asistentes de **Madrid** (de 5.1% a 1%) y la segunda más baja (15% a 10%). Dicho esto, cambia la distribución en los dos segmentos de valoración positiva (bastante mejor y mucho mejor), acumulándose el grueso de opiniones en la opinión más moderada, contrario a la pasada edición. Los asistentes del **R. España están más satisfechos**: sube la puntuación más alta en 27p.p.

Muestra: Encuesta in situ | Base: Madrid, R.España, Internacional (únicamente aquellos que habían ido a otros eventos).

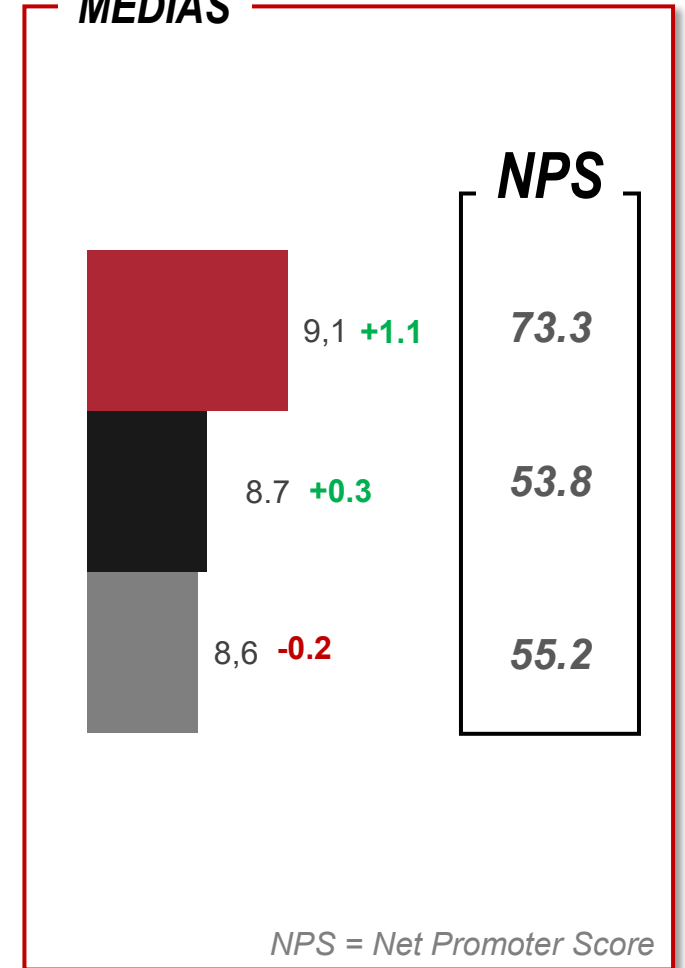
Satisfacción Asistentes

Recomendación - Amigos / Familiares residentes en Madrid



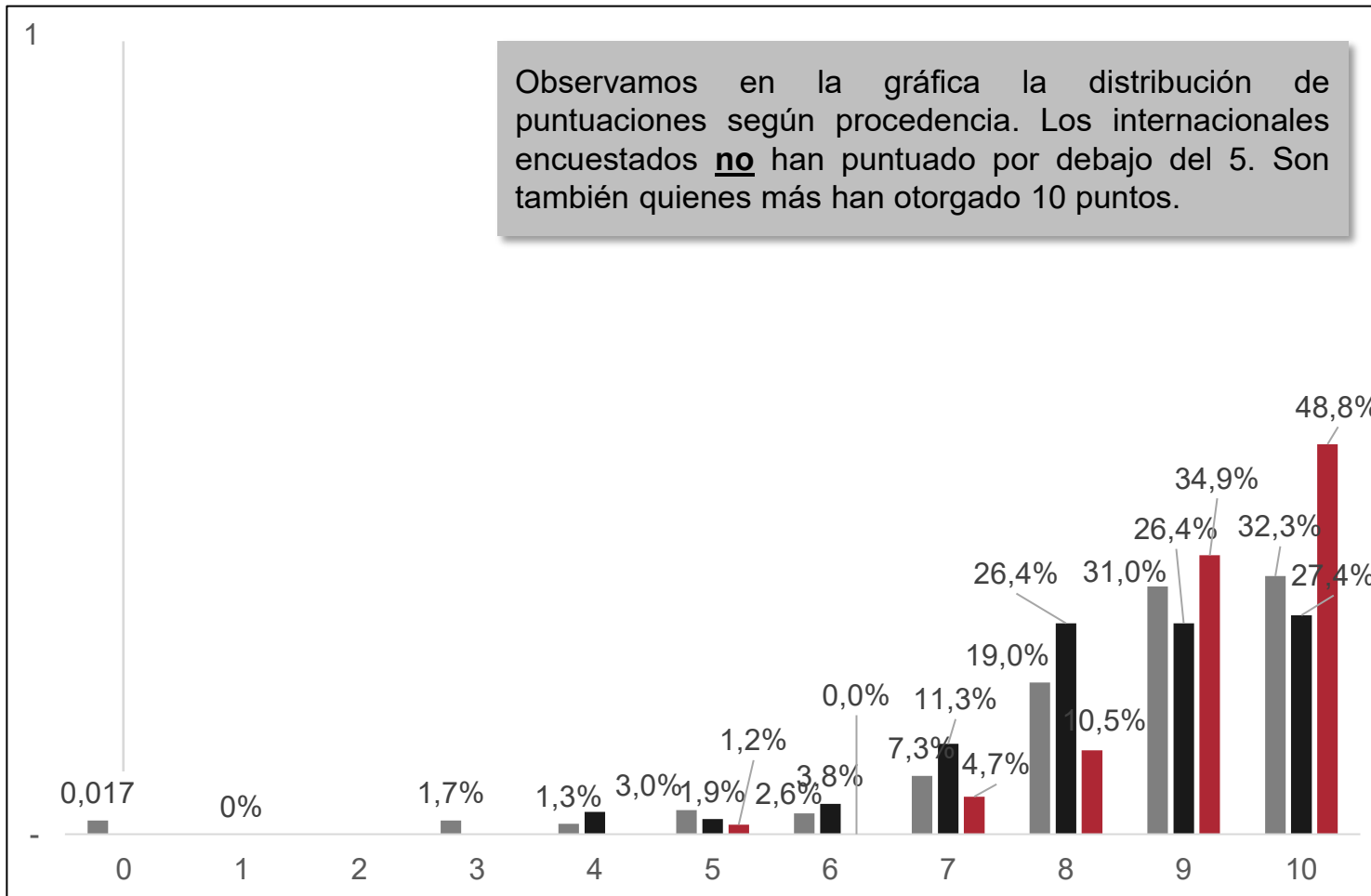
Muestra: Encuesta in situ | Base: Madrid, R.España, Internacional.

MEDIAS +0.2
Media: 8.8



Satisfacción Asistentes

Recomendación - Amigos / Familiares NO residentes en Madrid

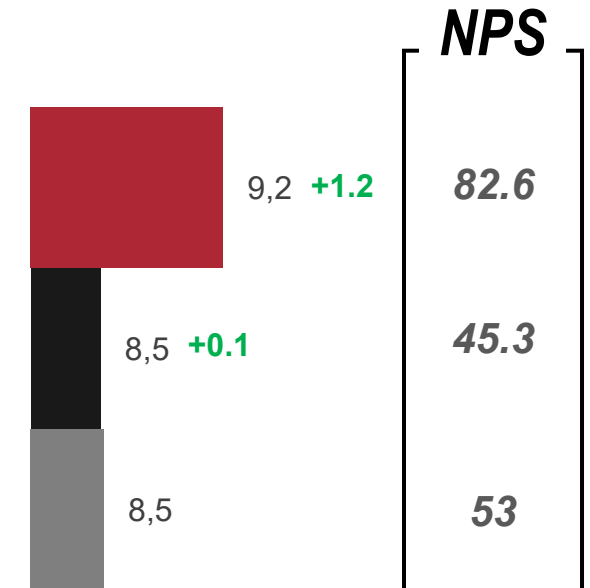


P: EN una escala del 1-10 ¿Recomendaría MADCUP a amigos / familiares residentes en Madrid?.

Muestra: Encuesta in situ | Base: Madrid, R.España, Internacional.

MEDIAS

+0.3
Media: 8.7



El NPS se sostiene en general, subiendo de forma significativa únicamente en internacionales.

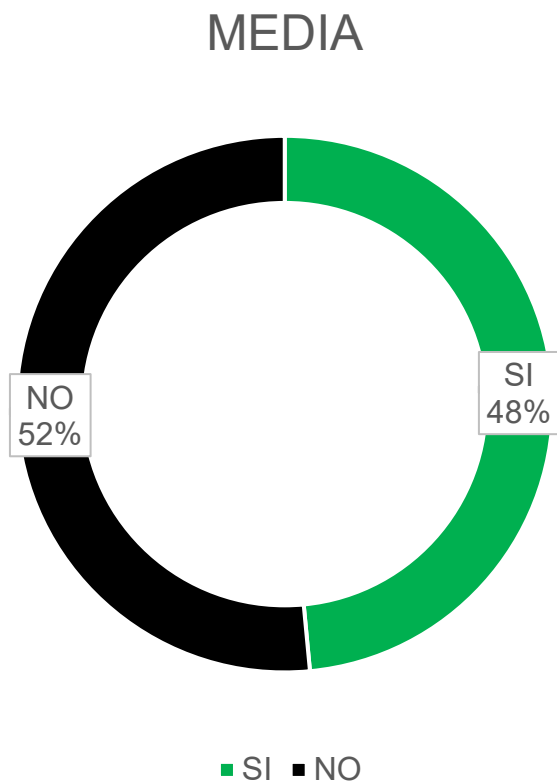
3.5. Organización y Repercusión en Madrid



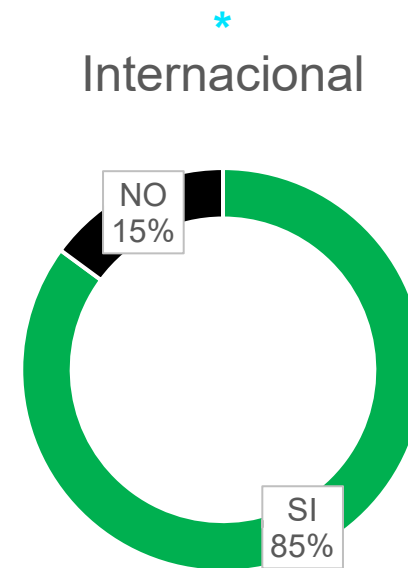
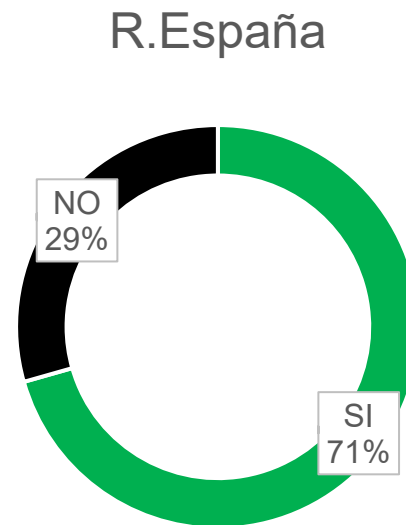
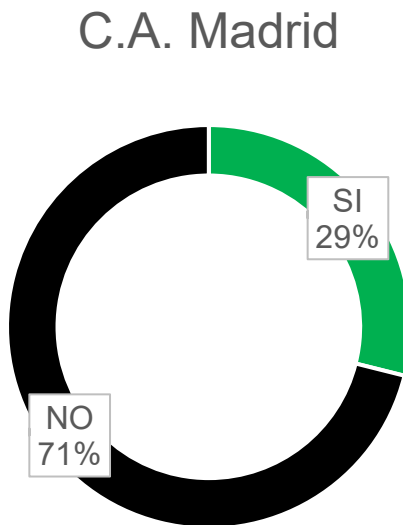
Organización y Repercusión en Madrid

Asistencia a Fiesta de Celebración **NOVEDAD EN INFORME**

No se incluye la muestra de la Fiesta de Celebración en el Cívitas Metropolitano. De incluirse, la **media** ascendería a **66.1% Sí, 33.9% No.**



Desglose por Procedencia



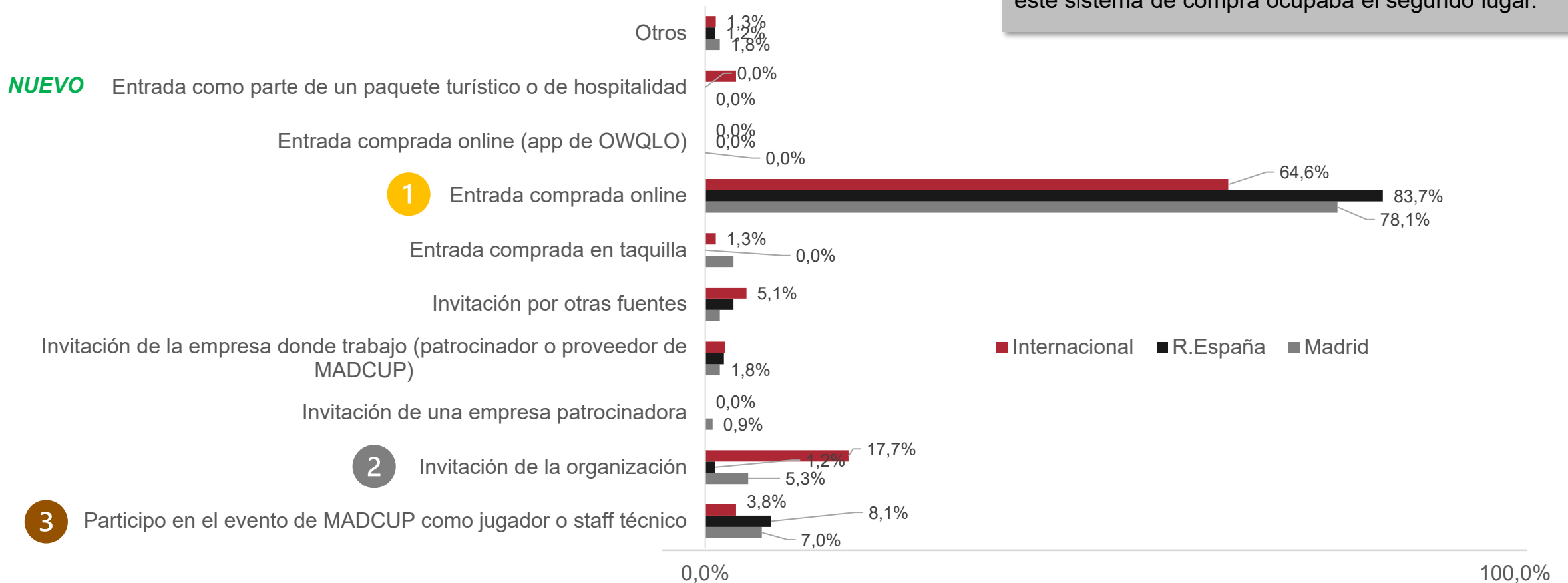
P: ¿Asistió a la Fiesta de Celebración?

Muestra: Encuesta in situ – NO Incluida la muestra del Cívitas metropolitano | Base: Madrid, R.España, Internacional.

Organización y Repercusión en Madrid

Compra de Entradas - Medios

Las entradas se han comprado a través la web de MADCUP principalmente. Los asistentes no identificaron haber comprado entradas a través de OWQLO, en comparación con la edición anterior: este sistema de compra ocupaba el segundo lugar.



P: ¿Cómo ha adquirido las entradas para MADCUP?

Muestra: In situ | Bases: Madrid, R.España, Internacional

Organización y Repercusión en Madrid

Compra de Entradas - Medios

TOP 3 2023

1. Entrada comprada en web MADCUP
2. Entrada comprada en OWQLO
3. Invitación de la organización

TOP 3 2024

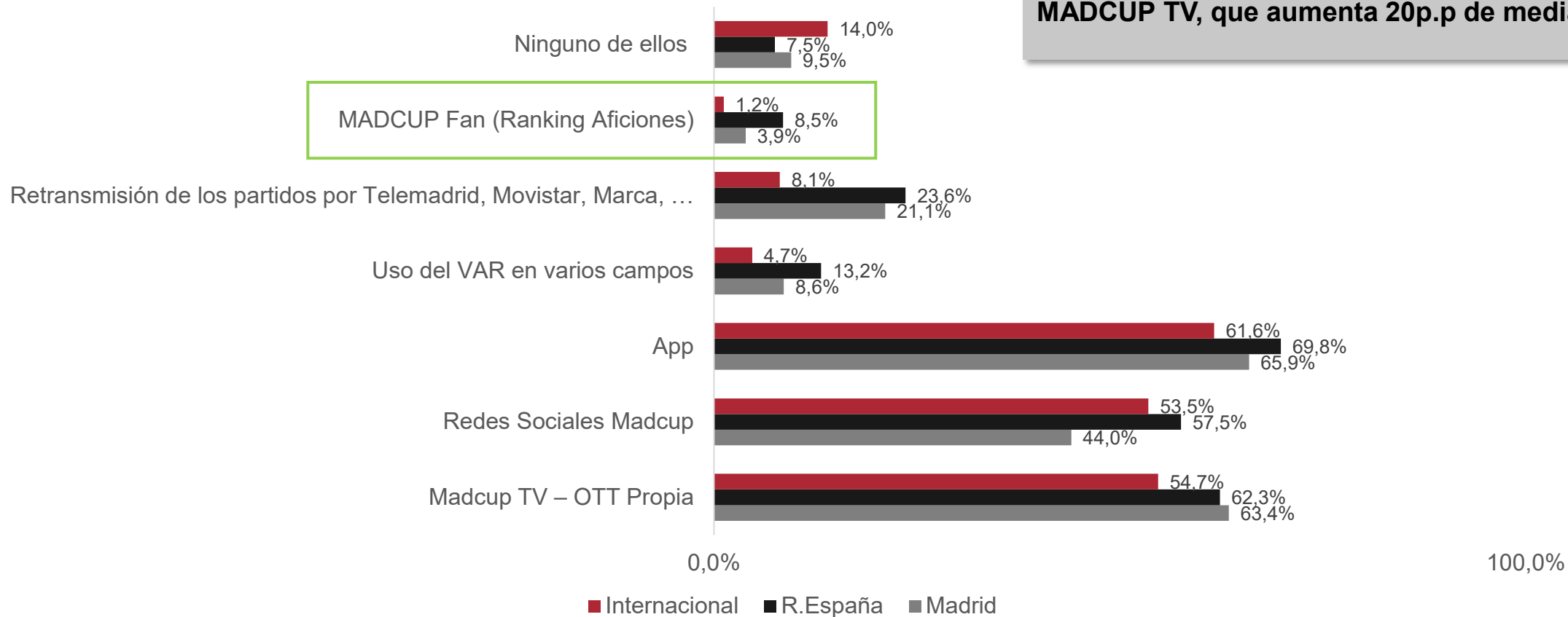
1. Entrada comprada en web MADCUP
(mínimo +13p.p. en todas procedencias)
2. Invitación de la organización
3. Trabajo en el evento MADCUP

Organización y Repercusión en Madrid

Conocimiento de Actividades / Servicios

Desglose por Procedencia

Los porcentajes se sostienen – sin cambios significativos - en todos los productos, excepto en el conocimiento de la **existencia** de **MADCUP TV**, que aumenta 20p.p de media.



P: De las siguientes actividades / proyectos de MADCUP, ¿de cuáles tiene conocimiento?

Muestra: In situ | Bases: Madrid, R.España, Internacional

Organización y Repercusión en Madrid

Conocimiento de Actividades / Servicios

TOP 3 2023

1. App MADCUP
2. RRSS MADCUP
3. MADCUP TV

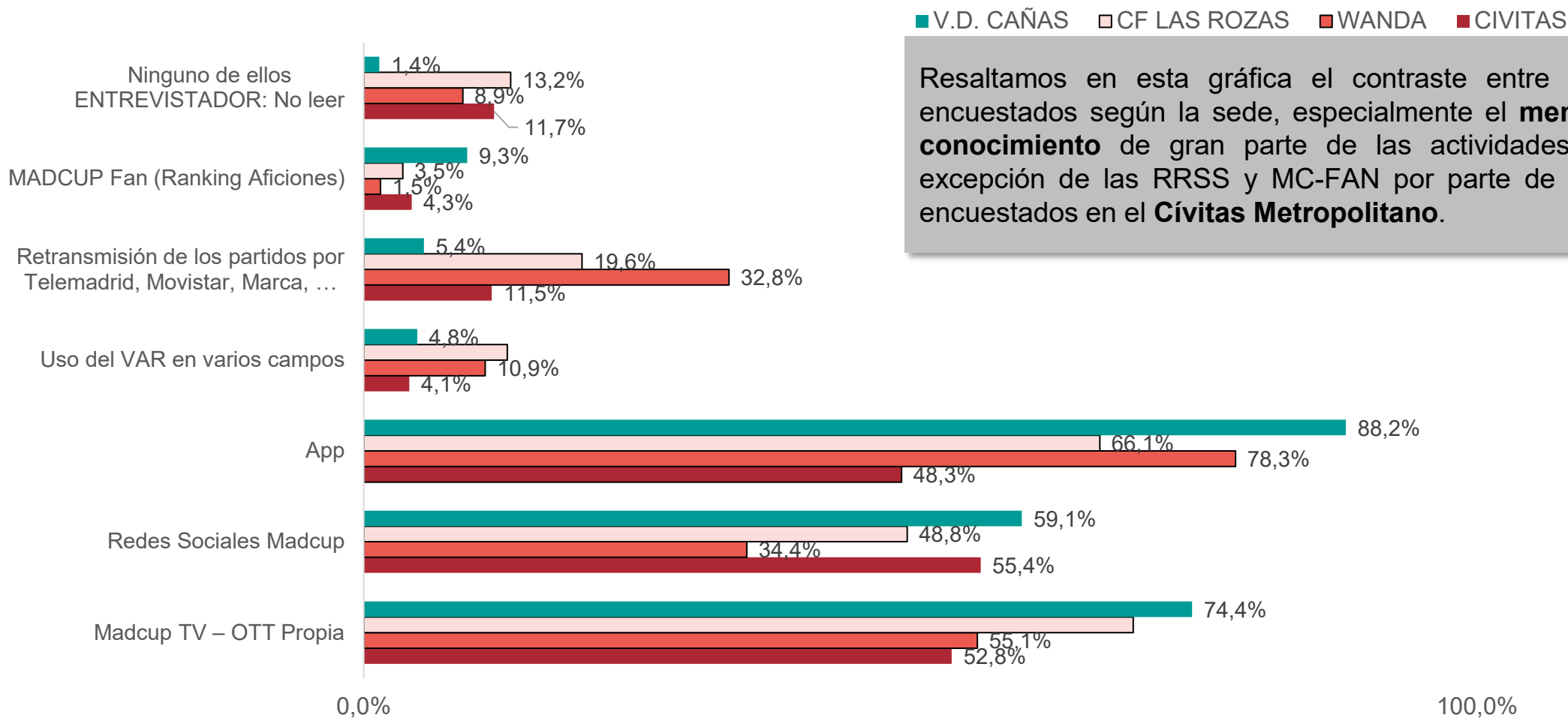
TOP 3 2024

1. App MADCUP
2. MADCUP TV
2. RRSS MADCUP

Organización y Repercusión en Madrid

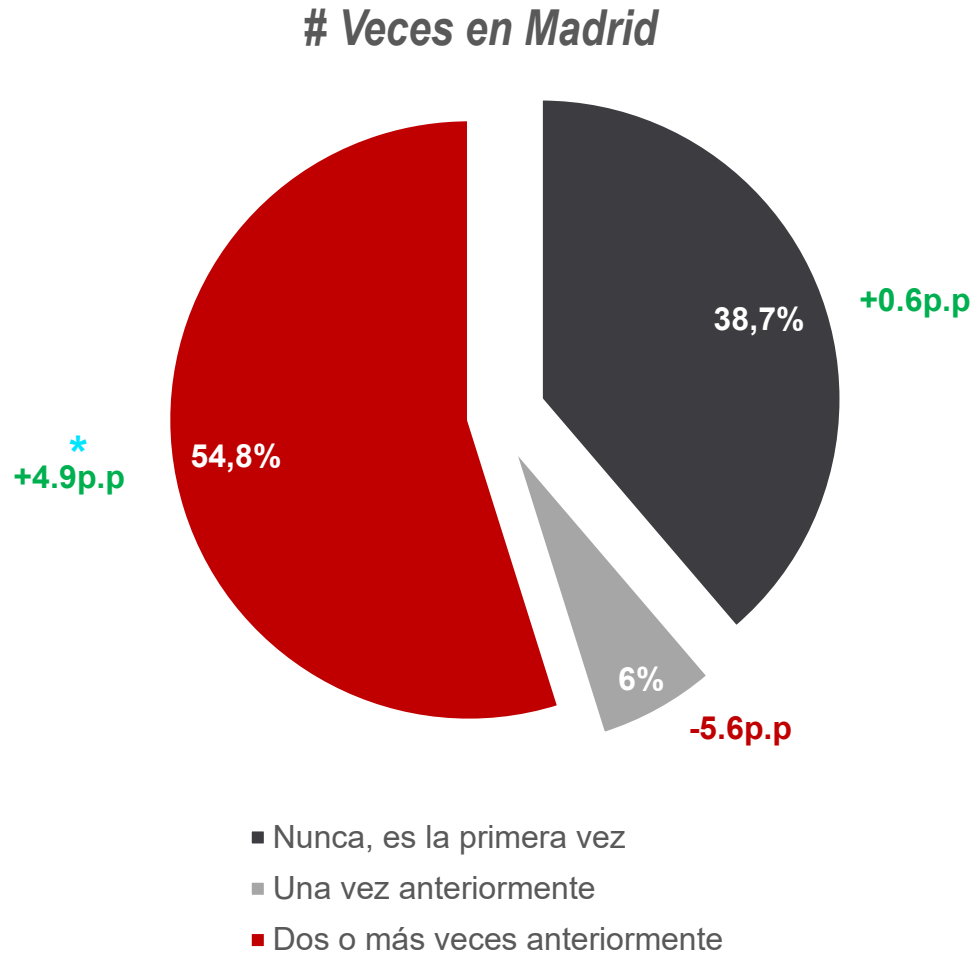
Conocimiento de Actividades / Servicios

Desglose por Sede



Resaltamos en esta gráfica el contraste entre los encuestados según la sede, especialmente el **menor conocimiento** de gran parte de las actividades a excepción de las RRSS y MC-FAN por parte de los encuestados en el **Cívitas Metropolitano**.

Organización y Repercusión en Madrid

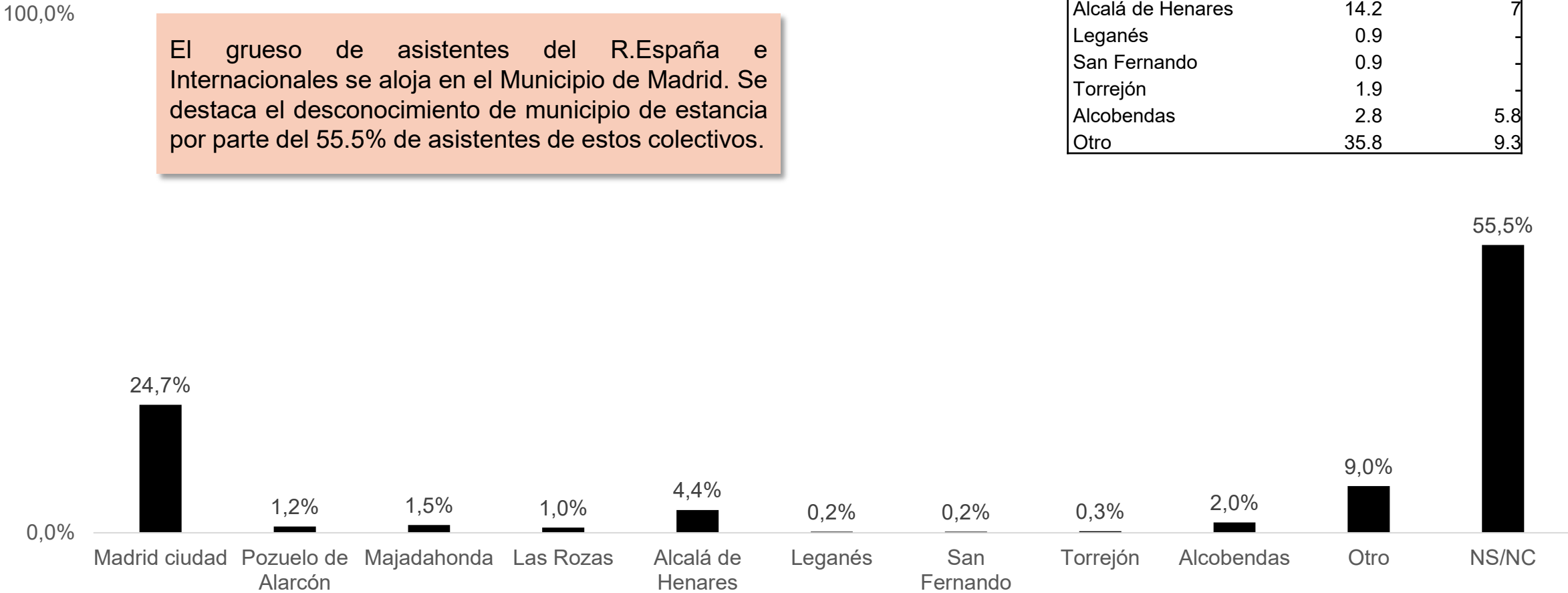


Para aproximadamente un 40% de los asistentes nacionales e internacionales es la primera vez que visitan Madrid/CM. Este aspecto pone en valor la contribución, año tras año, de MADCUP a la generación de nuevo flujo turístico hacia la Comunidad de Madrid.

P: ¿Cuántas veces con anterioridad ha estado en la Comunidad de Madrid? | Muestra: In-situ | Bases: R.España, Int.

Organización y Repercusión en Madrid

Municipio de Estancia



P: ¿En qué municipio de la Comunidad de Madrid se aloja? | Muestra: In-situ | Bases: R.España, Int.

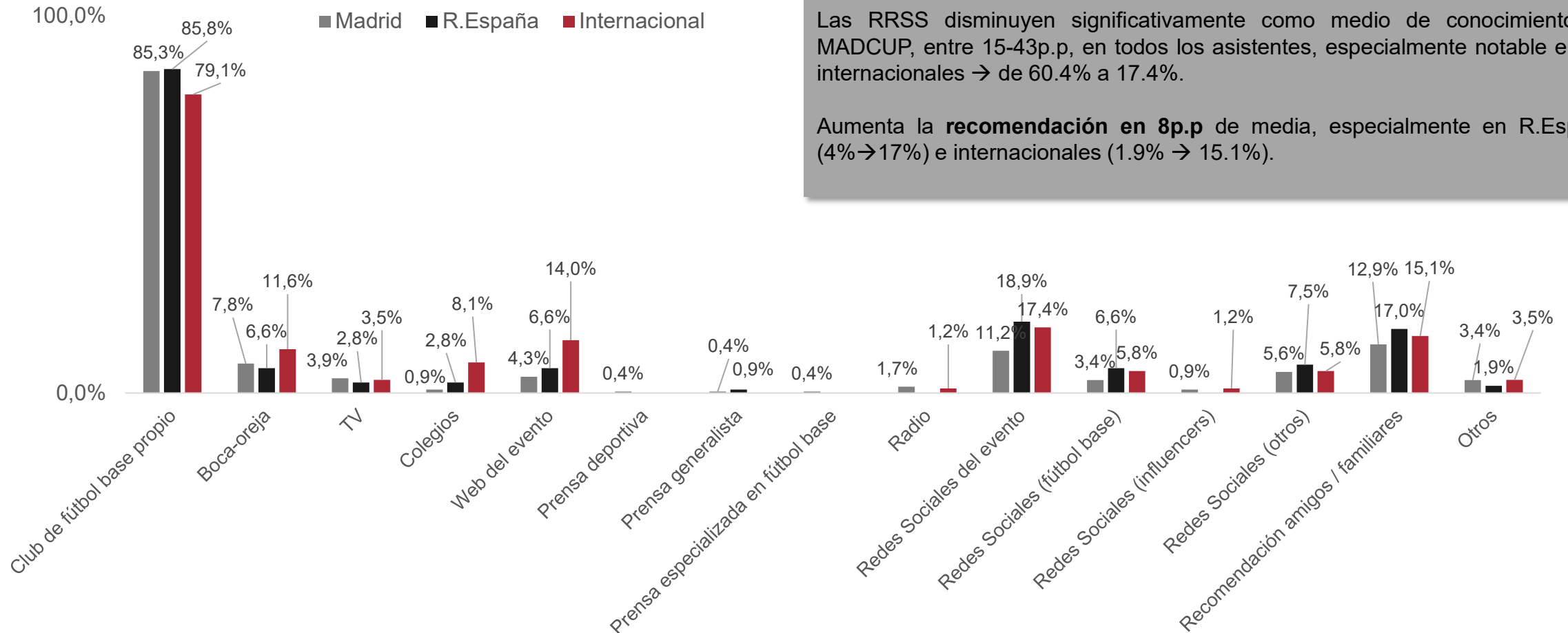
Organización y Repercusión en Madrid

Conocimiento MADCUP

El **boca-oreja** desciende como método de conocimiento de MADCUP en todos los colectivos con respecto a los encuestados la pasada edición. En los internacionales, **aumenta por aprox. 5p.p** el conocimiento a través de los **colegios y web del evento**.

Las RRSS disminuyen significativamente como medio de conocimiento de MADCUP, entre 15-43p.p, en todos los asistentes, especialmente notable en los internacionales → de 60.4% a 17.4%.

Aumenta la **recomendación en 8p.p** de media, especialmente en R.España (4%→17%) e internacionales (1.9% → 15.1%).



P: ¿A través de qué medio conociste MADCUP? – Multirespuesta. | Muestra: In-situ | Bases: CM, R.España, Int.

Organización y Repercusión en Madrid

Conocimiento MADCUP

TOP 3 2023

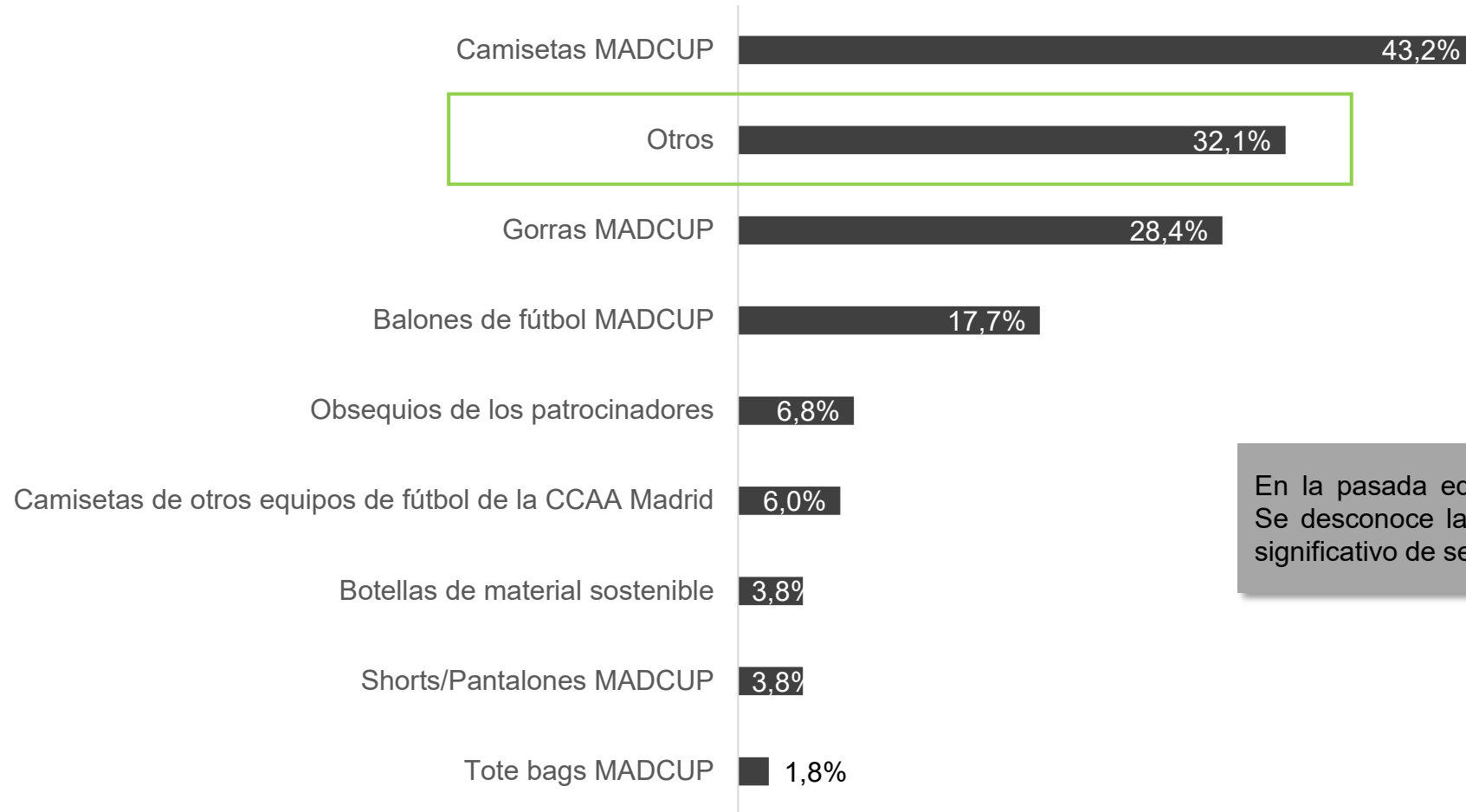
1. Club de Fútbol Base propio
2. RRSS del evento
3. Boca-Oreja

TOP 3 2024

1. Club de Fútbol Base propio
2. RRSS del evento Y Recomendación de amigos/familiares
3. Boca-oreja

Interés en Merchandising MADCUP

Aspectos ASISTENTES



En la pasada edición, “**otros**” tenía un 7.1%. Se desconoce la razón detrás del aumento tan significativo de selecciones de esta opción.

P: ¿Qué merchandising os gustaría comprar en futuras ediciones de MADCUP? Multi-respuesta | Muestra: In-situ | Bases: Madrid, R.España, Internacional

3.6. Patrocinadores



Recordatorio Patrocinadores – TOP 15

2023

1. Atlético de Madrid
2. OWQLO
3. Burger King
4. Bristol Meyers Squibb
5. Comunidad de Madrid
6. Oasiz Madrid
7. R.Federación de Fútbol de Madrid
8. Cinesa
9. Marca
10. Iberia
11. Telemadrid
12. Kromex
13. Solán de Gabras
14. EMT Madrid
15. Volvo

2024

- | | | |
|------|-----|-----------------------|
| = | 1. | Atlético de Madrid |
| = | 2. | OWQLO |
| NT15 | 3. | Canal Isabel II |
| +6 | 4. | Iberia |
| +7 | 5. | Kromex |
| +2 | 6. | Cinesa |
| +2 | 7. | Marca |
| +6 | 8. | EMT Madrid |
| NT15 | 9. | Barceló Hotel Group |
| +5 | 10. | Volvo |
| NT15 | 11. | Veo |
| NT15 | 12. | Movistar |
| -2 | 13. | Telemadrid |
| -10 | 14. | Bristol Meyers Squibb |
| -10 | 15. | Comunidad de Madrid |

36% NS/NC



4. Clubes

Impacto y Satisfacción



MAD CUP



Metodología Información Clubes

METODOLOGÍA: CAWI

- *Encuestas autoadministradas por ordenador.*

UNIVERSO: Encuesta enviada a la **base de datos** de clubes participantes en **MADCUP F.2024**

MUESTRA: Total de **58 clubes encuestados (235 clubes participantes).**

- *Error estadístico: 11%*

CUESTIONARIO: **10** minutos aprox.

- Todas las preguntas se muestran en la parte inferior de la diapositiva

Adicionalmente, se hacen **10 entrevistas cualitativas (30-60min)** para entender en más profundidad la experiencia de los clubes.

+3

4.1. Estimación Impacto Clubes



Estimación Impacto

Gasto Medio – Madrid | Resumen



Media Global:

576.6 €

2023 - 473.2 €

Transporte – llegar a Madrid



Media Global:

48.9 €

2023 - 42.6 €

Comida y bebida - Madrid



Media Global:

32.4 €

2023 - 29.5 €

Actividades Ocio



Media Global:

98.2 €

2023 - 117.4 €

Alojamiento



Media Global:

32.5 €

2023 - 30.3 €

Transporte – por la Ciudad



Media Global:

23.31 €

2023 - 17.2 €

Merchandising, souvenirs...



Media Global:

20.6 €

2023 - 15.6 €

Otros

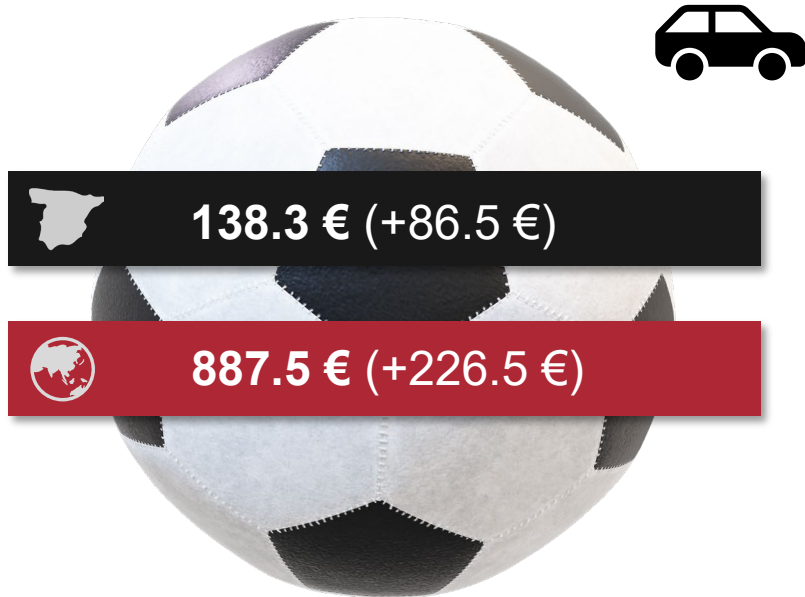
Fondo **blanco** → por persona.

Fondo **gris** → por persona por día.

P: Por favor, indique (aunque sea de forma aproximada) el gasto en EUROS que ha realizado o piensa realizar POR PERSONA y POR DÍA en CA Madrid (pero fuera del recinto del evento de MADCUP) durante su estancia en los siguientes conceptos. Base= R. España e Internacional

Estimación Impacto

Gasto Medio – Transporte para llegar a Madrid



Observaciones:

min. 5 € - max. 315 €

min. 300 € - max. 1800 €

Media Global:

576.6 € por persona
2023 - 341.3 €

En su ida y vuelta a Madrid

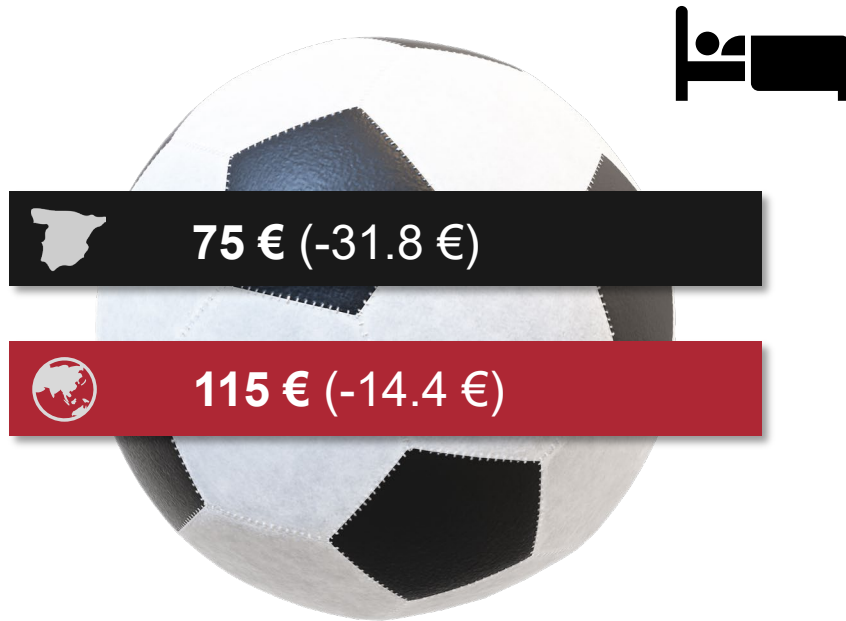
*** GASTO TOTAL EN TRANSPORTE PARA LLEGAR A MADRID: 3,980,631 €**

2023 - 1,605,941 €

P: Por favor, indique (aunque sea de forma aproximada) el gasto en EUROS que ha realizado o piensa realizar POR PERSONA y POR DÍA en CA Madrid (pero fuera del recinto del evento de MADCUP) durante su estancia en los siguientes conceptos. Base= R. España e Internacional

Estimación Impacto

Gasto Medio – Madrid | Alojamiento



Observaciones:

min. 0 € - max. 200 €

min. 30 € - max. 300€

Media Global:

98.2 € por persona por día
2023 - 117.4 €

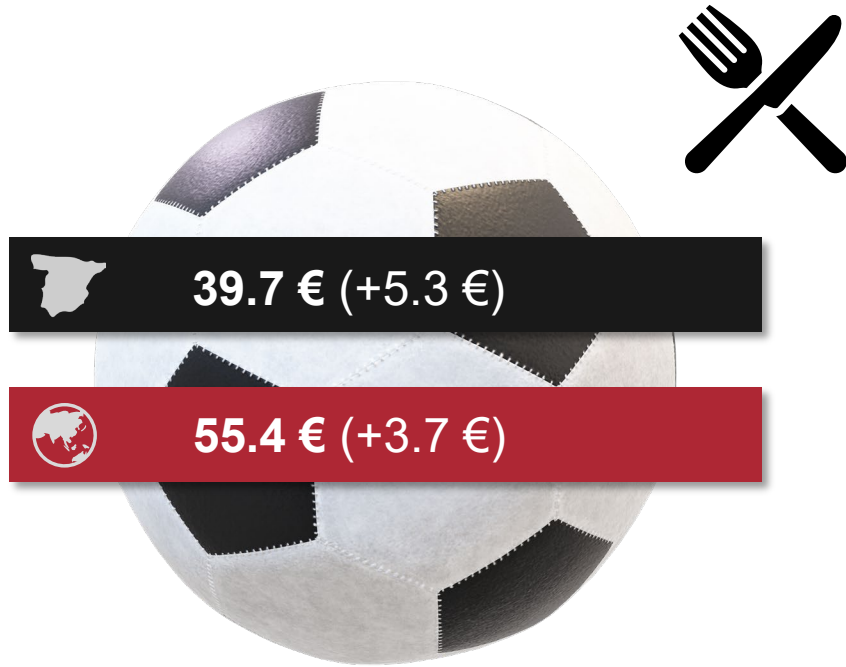
GASTO TOTAL ALOJAMIENTO CLUBES : 4,718,669 €

2023 - 3,387,889 €

P: Por favor, indique (aunque sea de forma aproximada) el gasto en EUROS que ha realizado o piensa realizar POR PERSONA y POR DÍA en CA Madrid (pero fuera del recinto del evento de MADCUP) durante su estancia en los siguientes conceptos. Base= R. España e Internacional

Estimación Impacto

Gasto Medio – Madrid | Restauración (comida y bebida)



Observaciones:

min. 0 € - max. 100 €

min. 13 € - max. 200 €

Media Global:

48.9 € por persona por día
2023 - 42.6 €

GASTO TOTAL RESTAURACIÓN CLUBES : 2,323,121 €

*Se tienen en cuenta las pensiones completas en alojamiento

2023 - 1,270,523 €

P: Por favor, indique (aunque sea de forma aproximada) el gasto en EUROS que ha realizado o piensa realizar POR PERSONA y POR DÍA en CA Madrid (pero fuera del recinto del evento de MADCUP) durante su estancia en los siguientes conceptos. Base= R. España e Internacional

Estimación Impacto

Gasto Medio – Madrid | Transporte por la Ciudad



Observaciones:

min. 0 € - max. 100 €

min. 0 € - max. 150€

Media Global:

32.5 € por persona por día
2023 - 30.3 €

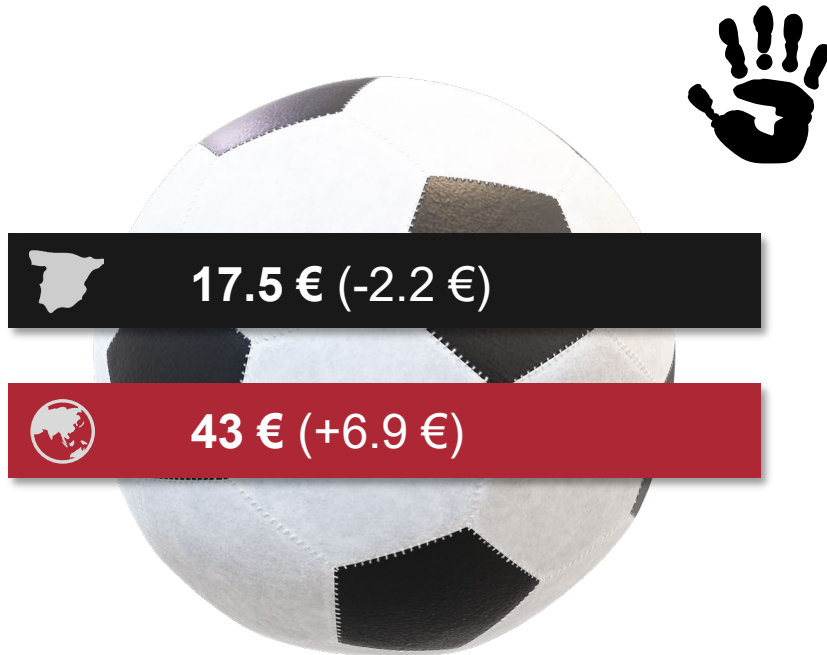
GASTO TOTAL TRANSPORTE “INTERNO” CLUBES : 1,609,039 €

2023 - 965,341 €

P: Por favor, indique (aunque sea de forma aproximada) el gasto en EUROS que ha realizado o piensa realizar POR PERSONA y POR DÍA en CA Madrid (pero fuera del recinto del evento de MADCUP) durante su estancia en los siguientes conceptos. Base= R. España e Internacional

Estimación Impacto

Gasto Medio – Madrid | Actividades de Ocio



Observaciones:

min. 0 € - max. 50 €

min. 0 € - max. 120€

Media Global:

32.4 € por persona por día
2023 – 27.5 €



GASTO TOTAL ACTIVIDADES DE OCIO CLUBES : 1,633,817 €

2023 - 842,847 €

P: Por favor, indique (aunque sea de forma aproximada) el gasto en EUROS que ha realizado o piensa realizar POR PERSONA y POR DÍA en CA Madrid (pero fuera del recinto del evento de MADCUP) durante su estancia en los siguientes conceptos. Base= R. España e Internacional

Estimación Impacto

Gasto Medio – Madrid | Merchandising, souvenirs & otros



 **12.5 € (+1.6 €)**

 **31 € (+6.8 €)**



Observaciones:

min. 0 € - max. 100 €

min. 0 € - max. 100€

Otros



Media Global:

20.6 € por persona
2023 – 15.6 €

 **18.9 € (+7.1 €)**

 **22 € (+2.2 €)**

Media Global:

23.3 € por persona
2023 – 17.2 €

*** GASTO TOTAL MERCHANDISING, SOUVENIRS & OTROS CLUBES: 303,260 €**

2023 - 1,014,450 €

P: Por favor, indique (aunque sea de forma aproximada) el gasto en EUROS que ha realizado o piensa realizar POR PERSONA y POR DÍA en CA Madrid (pero fuera del recinto del evento de MADCUP) durante su estancia en los siguientes conceptos. Base= R. España e Internacional

Estimación Impacto

Gasto Medio – Recinto MADCUP | Transporte hasta recinto

Media Global:

27.5 € por persona por día
2023 – 24.4 €

Observaciones:

min. 0 € - max. 50 €

min. 0 € - max. 130€

min. 0 € - max. 180€



19.5 € (-0.4 €)



29.2 € (-4.5 €)



43.3 € (+8.4 €)

GASTO TOTAL TRANSPORTE HASTA EL RECINTO CLUBES: 2,332,536 €

2023 – 1,773,441 €

P: Por favor, indica (aunque sea de forma aproximada) el gasto en EUROS que ha realizado o piensa realizar POR PERSONA y POR DÍA durante su asistencia a MADCUP en los siguientes conceptos. Base=Clubes Completa

Estimación Impacto

Gasto Medio – Recinto MADCUP | Comida en recinto y alrededores

Media Global:

16.9 € por persona por día
2023 – 13.3 €

Observaciones:

min. 0 € - max. 50 €

min. 0 € - max. 50€

min. 0 € - max. 80€



GASTO TOTAL COMIDA EN EL RECINTO CLUBES: 1,040,863 €

2023 – 770,881 €

P: Por favor, indica (aunque sea de forma aproximada) el gasto en EUROS que ha realizado o piensa realizar POR PERSONA y POR DÍA durante su asistencia a MADCUP en los siguientes conceptos. Base=Clubes Completa

Estimación Impacto

Gasto Medio – Recinto MADCUP | Bebida en recinto y alrededores

Media Global:

8.3 € por persona por día
2023 – 7.1 €

Observaciones:

min. 0 € - max. 20 €

min. 0 € - max. 20€

min. 0 € - max. 25€



7.6 € (+0.3 €)



9.0 € (+3.2 €)



9.3 € (+1.8 €)

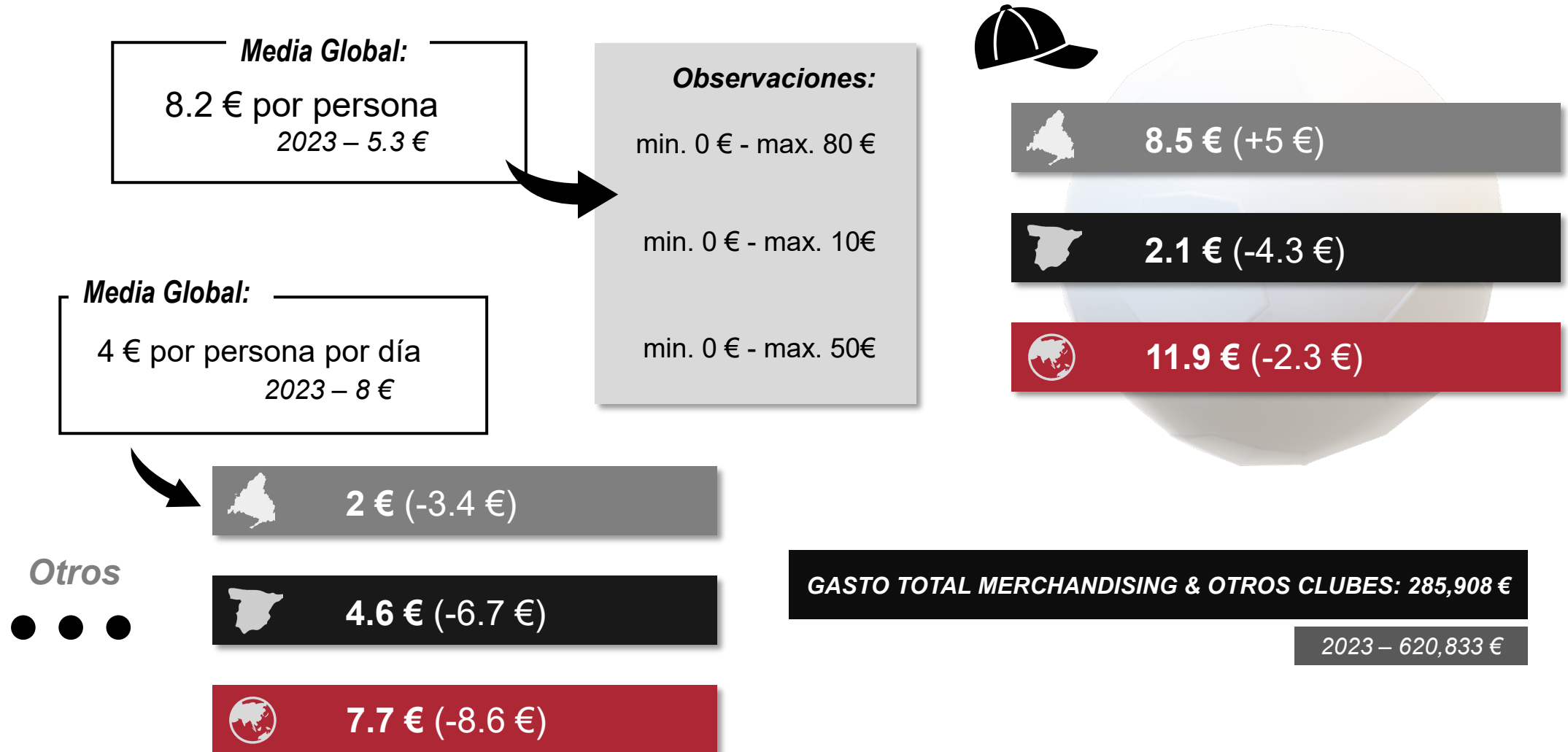
GASTO TOTAL BEBIDA EN EL RECINTO CLUBES: 510,460 €

2023 – 419,758 €

P: Por favor, indica (aunque sea de forma aproximada) el gasto en EUROS que ha realizado o piensa realizar POR PERSONA y POR DÍA durante su asistencia a MADCUP en los siguientes conceptos. Base=Clubes Completa

Estimación Impacto

Gasto Medio – Recinto MADCUP | Merchandising y Otros



P: Por favor, indica (aunque sea de forma aproximada) el gasto en EUROS que ha realizado o piensa realizar POR PERSONA y POR DÍA durante su asistencia a MADCUP en los siguientes conceptos. Base=Clubes Completa



Estimación Impacto

Gasto Medio – Recinto MADCUP | RESUMEN



Media Global:

27.5 €

2023 – 24.4 €

Transporte al recinto.



Media Global:

16.9 €

2023 – 13.3 €

Comida en recinto



Media Global:

8.3 €

2023 – 7.1 €

Bebida en recinto



Media Global:

8.2 €

2023 – 5.3 €

Merchandising, souvenirs...



Media Global:

4 €

2023 – 8 €

Otros

- **Nota:** todo es por persona por día, a excepción de *merchandising*.

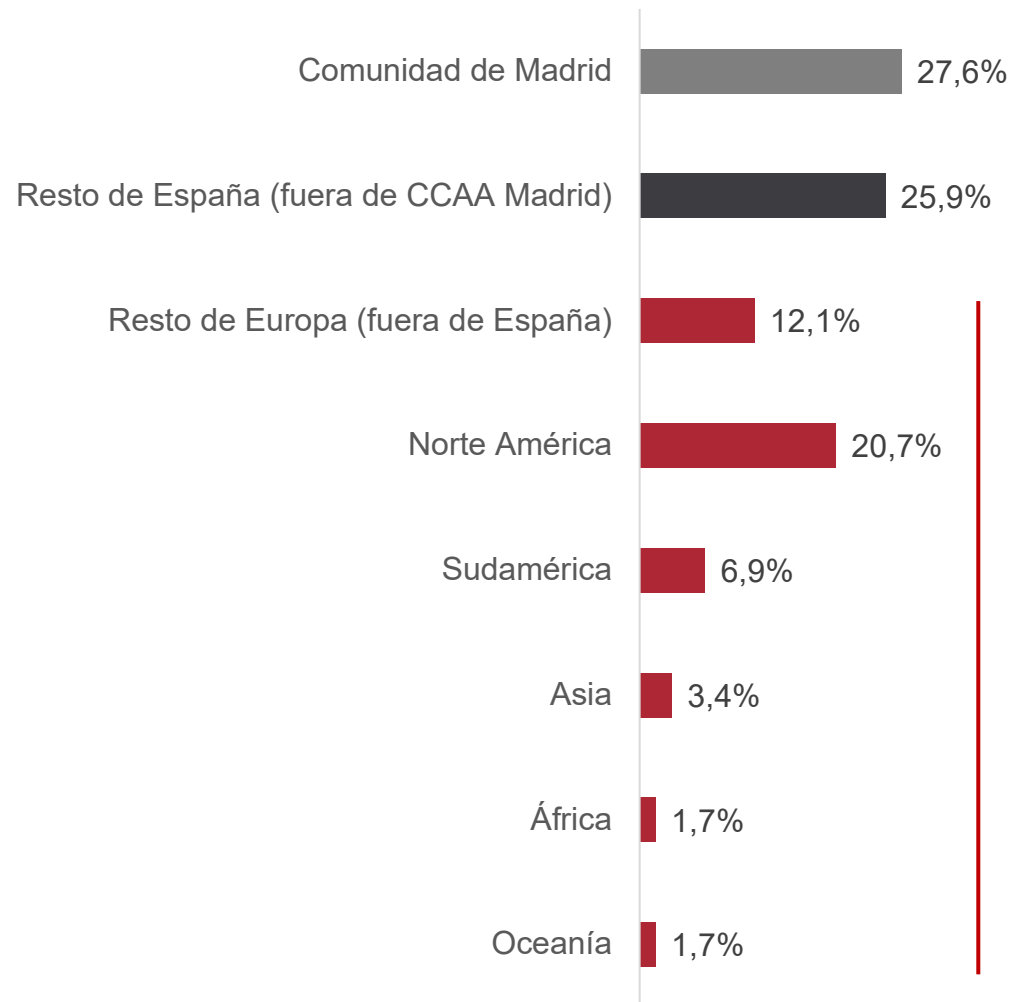
P: Por favor, indica (aunque sea de forma aproximada) el gasto en EUROS que ha realizado o piensa realizar POR PERSONA y POR DÍA durante su asistencia a MADCUP en los siguientes conceptos. Base=Clubes Completa

4.2. Perfil y Hábitos



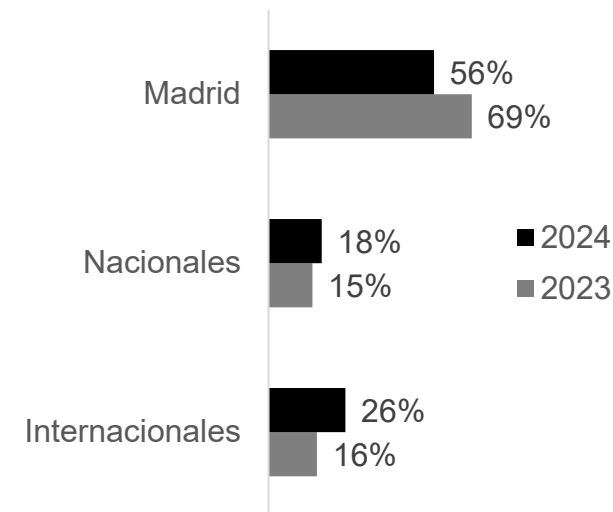
Perfil y Hábitos

Procedencia



46.5% Internacionales
+15.5p.p.

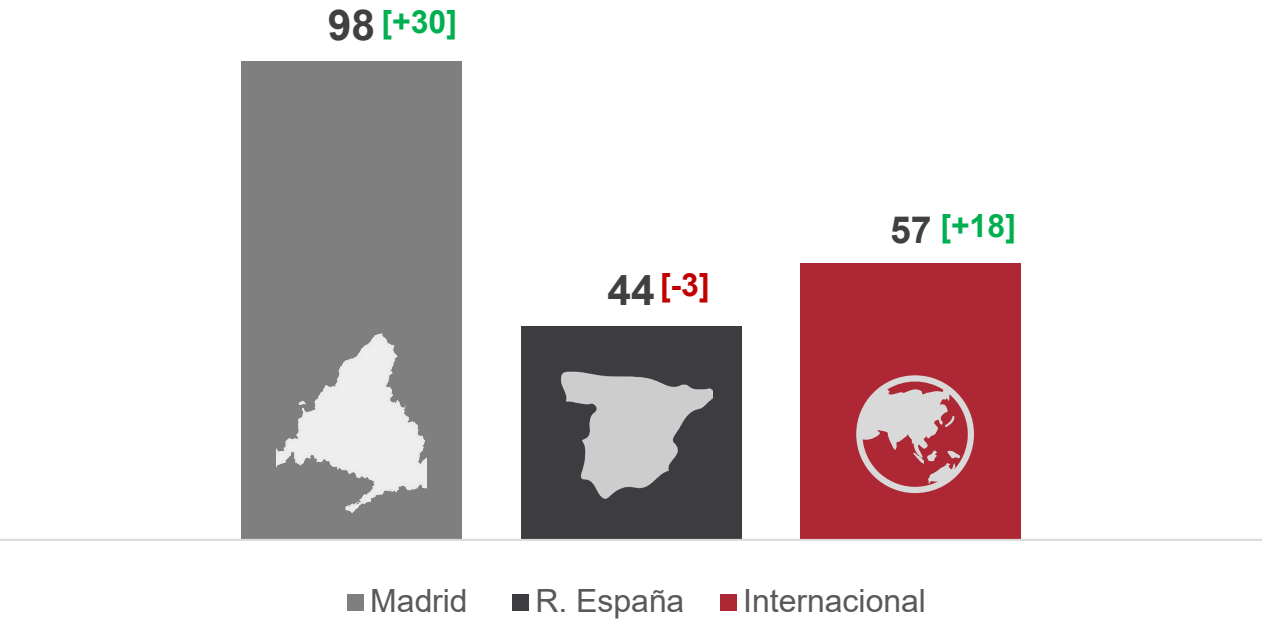
Comparación con datos internos MADCUP:



P: Por favor, indique la procedencia del club

Perfil y Hábitos

Nº de participantes – Media por procedencia



Media Global:

78

Participantes
por Club

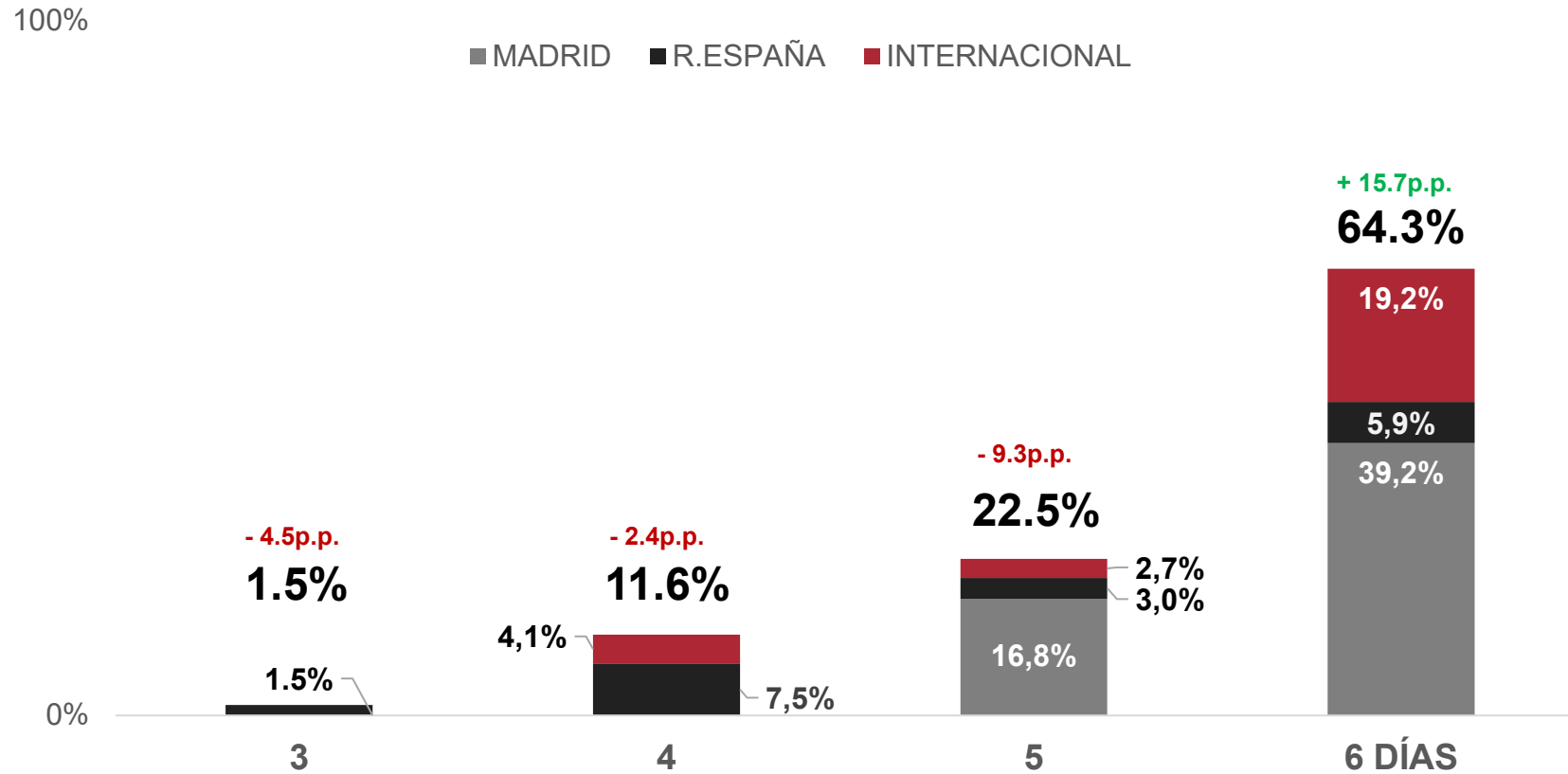
[+18] +29%

Q1	53	22	20
MEDIANA	68	40	42
Q3	116	56	69
Q4	320	115	215

P: ¿Cuántas personas (jugadores, entrenadores, técnicos, etc) del club, asisten al torneo de MADCUP?

Perfil y Hábitos

Días de Torneo - Participación



Media Global:

*
5.5 Días
de MADCUP
[+0.3 días]

*Nota: porcentajes globales no suman 100% debido al redondeo.

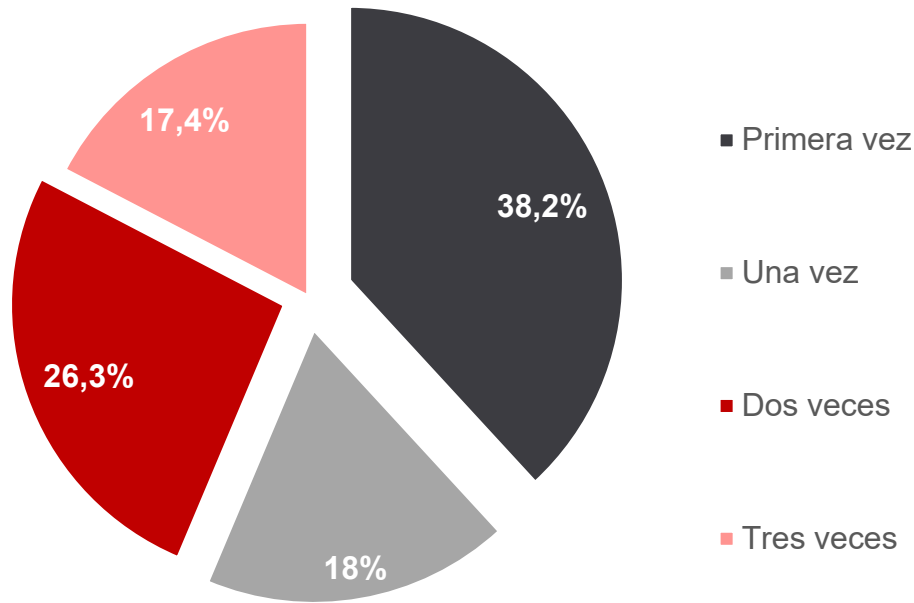
P: ¿Cuántos días tiene pensado asistir/ha asistido su club a MADCUP 2024? Base= Clubes Completa

Perfil y Hábitos

Ediciones de MADCUP

NOVEDAD EN INFORME

Veces en MADCUP – Medias ponderadas



	MADRID	R.ESPAÑA	INTERNACIONAL
Primera vez	18.8%	46.7%	74.1%
Una vez	18.8%	26.7%	11.1%
Dos veces	37.5%	13.3%	11.1%
Tres veces	25.0%	13.3%	3.7%

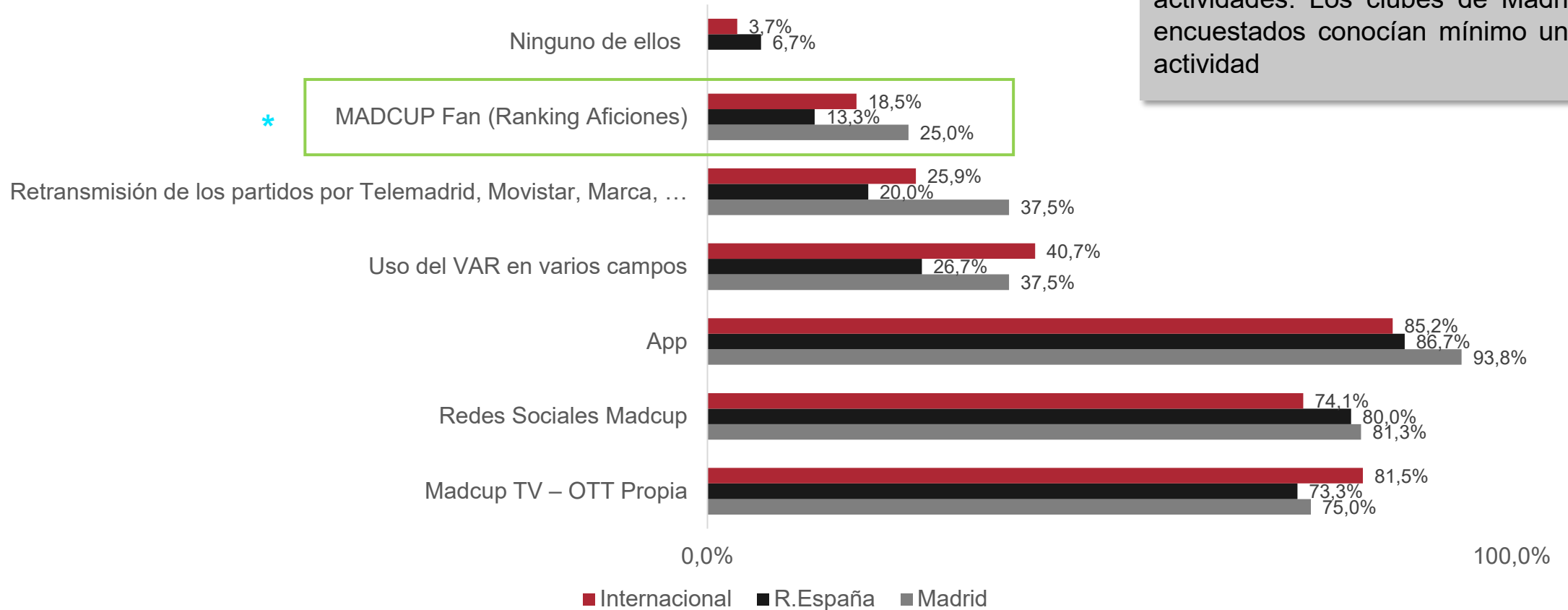
Más del 50% de los Clubes de Madrid que respondieron la encuesta participaron en MADCUP dos o más veces, mientras que el grueso de internacionales, y casi la mitad de clubes del resto de España que contestan son “primerizos”.

P: ¿En cuántas ediciones de la MADCUP, sin contar esta, ha participado el Club?

Perfil y Hábitos

Conocimiento de Actividades / Servicios **NOVEDAD EN INFORME**

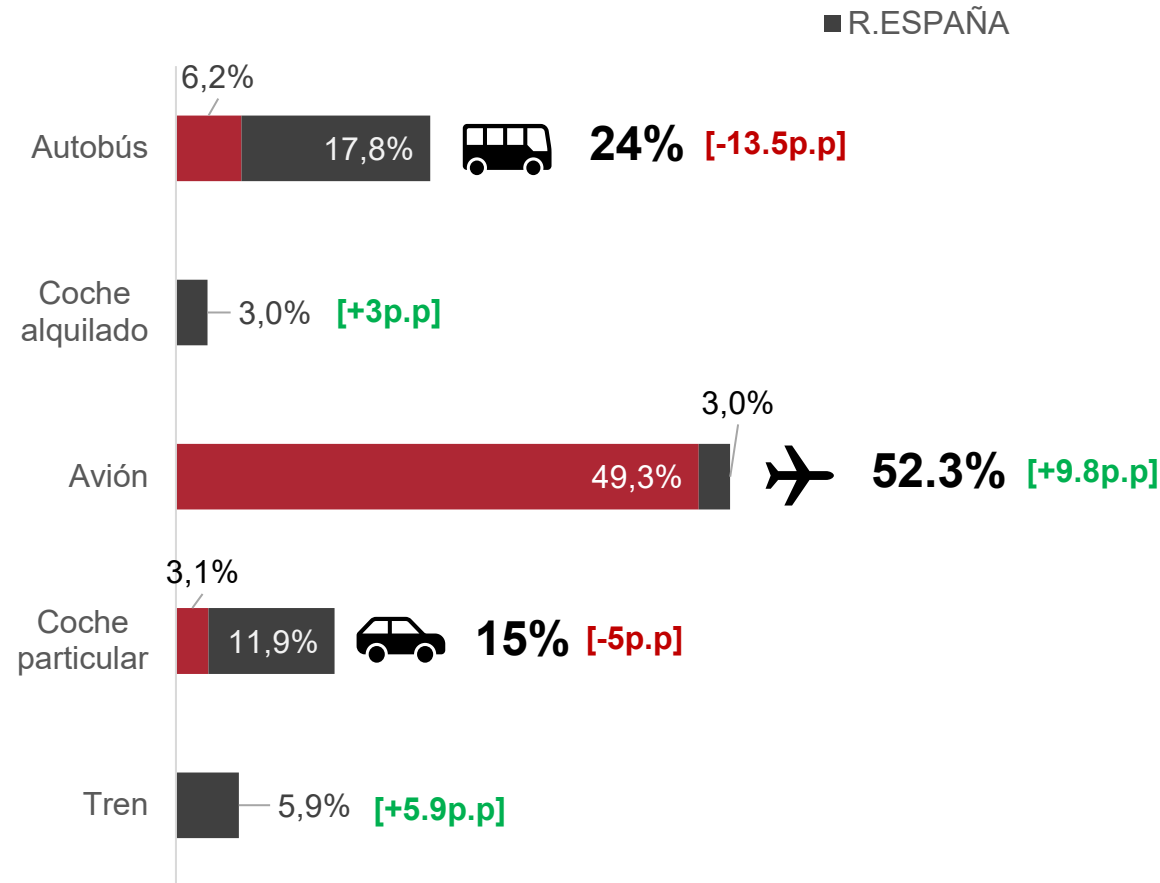
Comparado con los asistentes, los clubes encuestados tenían mayor conocimiento de todas las actividades. Los clubes de Madrid encuestados conocían mínimo una actividad



P: De las siguientes actividades / proyectos de MADCUP, ¿de cuáles tiene conocimiento?

Perfil y Hábitos

Transporte – Para llegar a Madrid



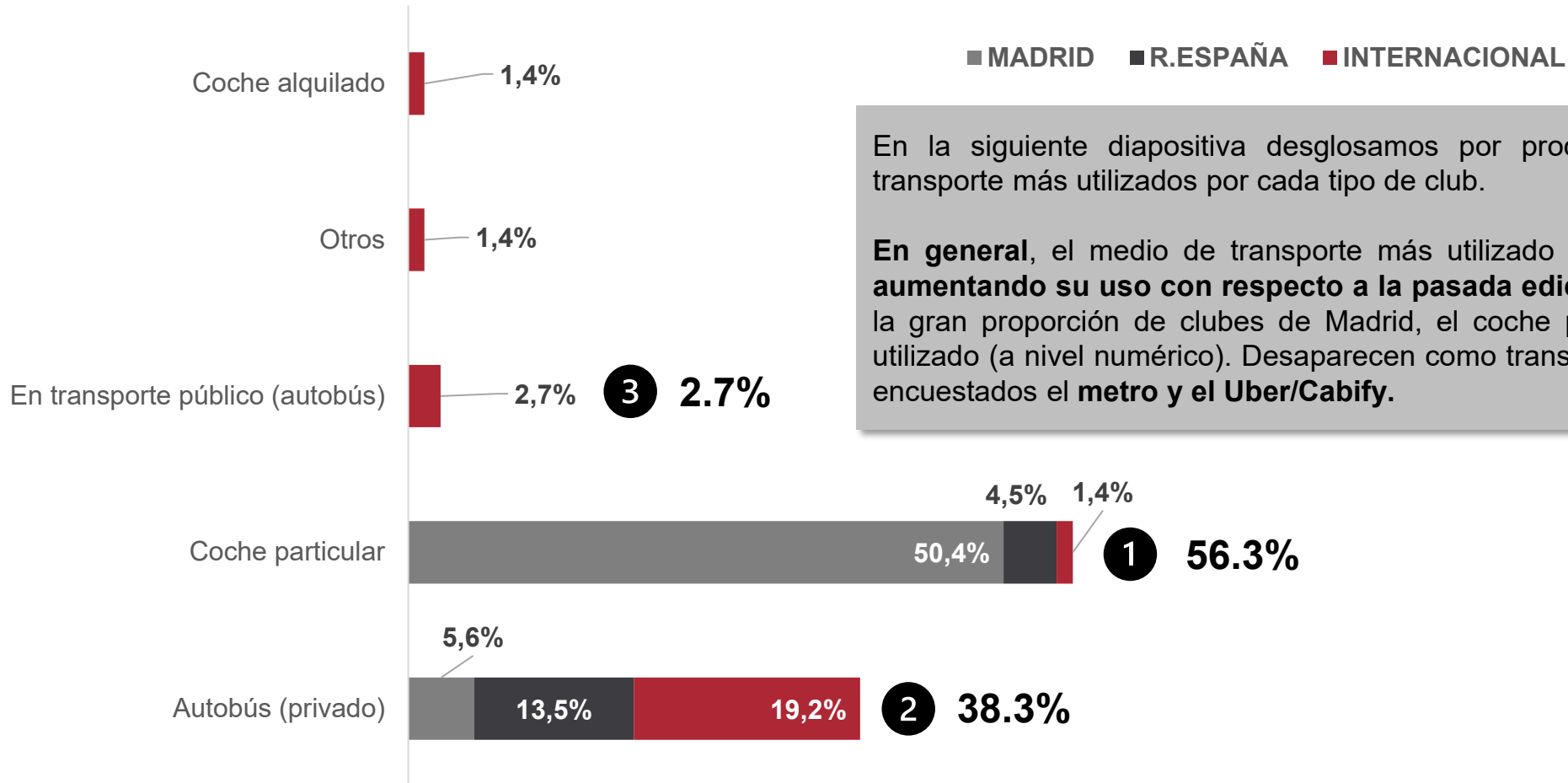
Los tres medios de transporte utilizados para llegar a Madrid han sido, en orden de más utilizados: avión, autobús y coche particular, **igual que la edición pasada**. Este año, **aumenta la variedad de formas de llegar por parte de los encuestados del R. de España**: el coche alquilado y el tren aparecen.

*Nota: porcentajes globales no suman 100% debido al redondeo.

P: ¿Qué medio de transporte ha utilizado el club (o la mayoría) para llegar a Madrid? | Base: R.España, Internacionales

Perfil y Hábitos

Transporte – Para llegar a recinto MADCUP



En la siguiente diapositiva desglosamos por procedencia los medios de transporte más utilizados por cada tipo de club.

En general, el medio de transporte más utilizado fue el **autobús privado**, aumentando su uso con respecto a la pasada edición un **11.1%**. Debido a la gran proporción de clubes de Madrid, el coche privado es el medio más utilizado (a nivel numérico). Desaparecen como transporte mencionado por los encuestados el **metro y el Uber/Cabify**.

P: En los días de MADCUP, ¿cuál es el medio de transporte que ha utilizado mayoritariamente para llegar al recinto? Base = Clubes Completa

Perfil y Hábitos

Transporte – Para llegar a recinto MADCUP

Observaciones

Según los clubes entrevistados, **no** se han utilizado: cercanías, *carsharing*, ir a pie, taxi, chófer privado, bicicleta, patinete eléctrico.



Top Madrid:

1. Coche particular  =
2. Autobús privado  =

Top R. España:

1. Autobús privado  =
2. Coche Particular  =

Top Internacional:

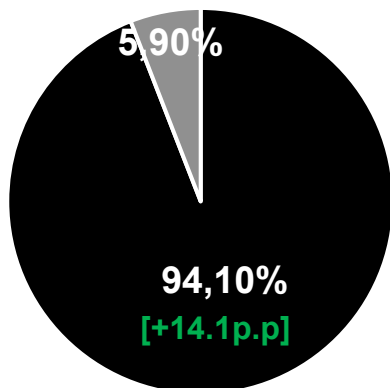
1. Autobús privado  =
2. Transporte público (autobús)  =
3. Coche particular Y coche alquilado  
-1 -1

P: En los días de MADCUP, ¿cuál es el medio de transporte que ha utilizado mayoritariamente para llegar al recinto? Base = Clubes Completa



Perfil y Hábitos

Alojamiento - Generalidades



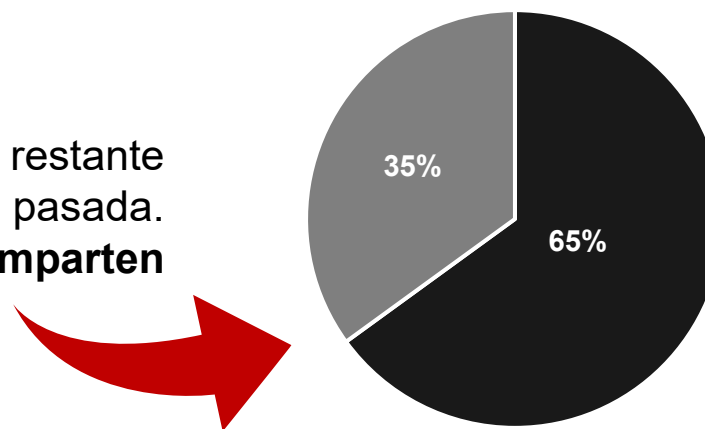
Un **5.9%** **no pernocta** en Madrid a causa del evento porque se desplaza durante el día, mientras que un **94.1%** **sí pernocta en Madrid**.

Según los clubes encuestados, la media de pernoctación en Madrid es:

6.6 NOCHES

[+0.3 NOCHES]

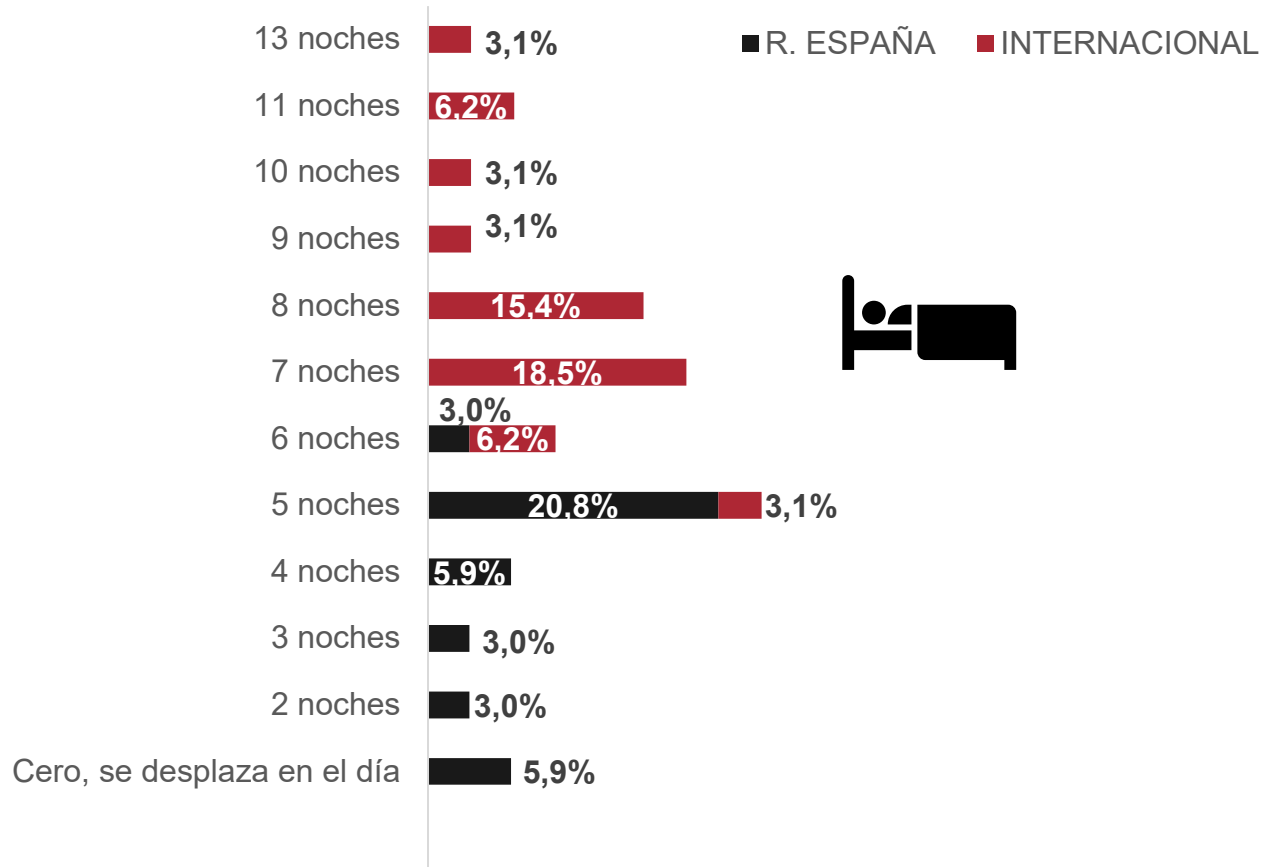
Un **65%** del alojamiento **ha sido provisto** por MADCUP, y el restante **35%** **no ha sido provisto** por MADCUP. Igual que la edición pasada. Tanto encuestados del R.España como Internacionales comparten estos porcentajes de la media.



P(S): ¿Cuántas noches pernocta el club en la CA de Madrid por su asistencia a MADCUP? // El alojamiento en el que se queda ha sido provisto por MADCUP? Bases = R. España e Internacional

Perfil y Hábitos

Alojamiento - Noches



Media por procedencia

4.5 NOCHES

* [-0.5 NOCHES]

8.1 NOCHES

[+0.3 NOCHES]

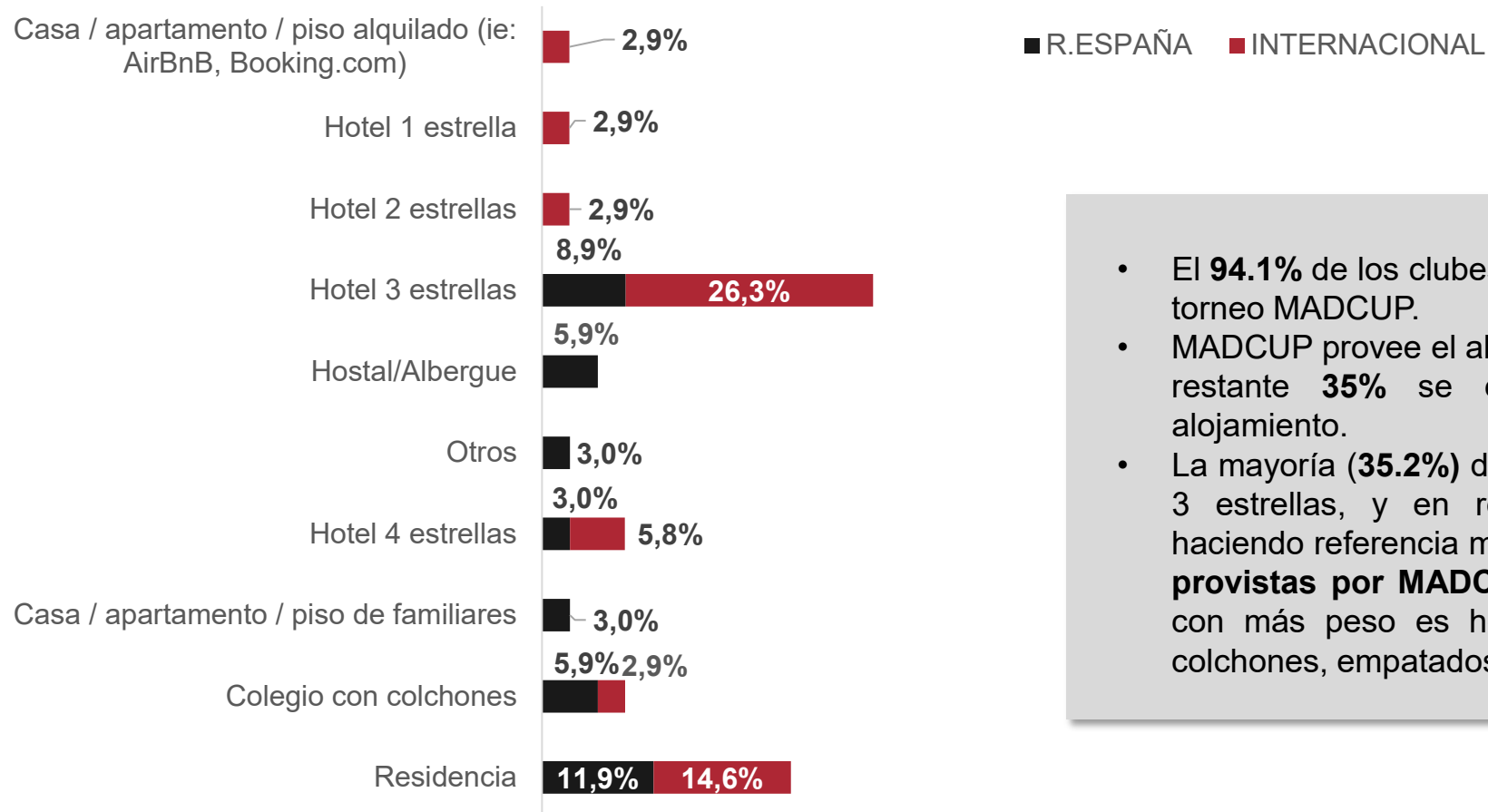
En esta edición, aparecen clubes del resto de España que pernoctaron menos de 4 noches. En 2023, ninguno de los clubes encuestados de esta base pernoctó menos de 4 noches en Madrid, a excepción de aquellos que se desplazaban en el día.

49.4% [+21.9p.p] de los clubes encuestados estuvieron **7 o más noches** en Madrid, la totalidad de los cuales son **internacionales**, igual que la pasada edición.

P: ¿Cuántas noches pernocta el club en la CA de Madrid por su asistencia a MADCUP? Base= R. España e Internacional

Perfil y Hábitos

Alojamiento – Tipo de alojamiento



- El **94.1%** de los clubes pernoctan en Madrid a causa del torneo MADCUP.
- MADCUP provee el alojamiento al **65%** de los clubes. El restante **35%** se encarga de buscar su propio alojamiento.
- La mayoría (**35.2%**) de los clubes se quedan en hoteles 3 estrellas, y en residencias (26.5%), éste último haciendo referencia mayoritariamente a las **residencias provistas por MADCUP**. El tercer tipo de alojamiento con más peso es hotel de 4 estrella y colegio con colchones, empatados.

P: ¿En qué tipo de alojamiento se queda durante su estancia en Madrid? Base= R. España e Internacional

Perfil y Hábitos

Alojamiento – Tipo de alojamiento

TOP 3 2023:

1. Hostal
2. Otros / Residencias
3. Hotel 1 Estrella

TOP 3 2024:

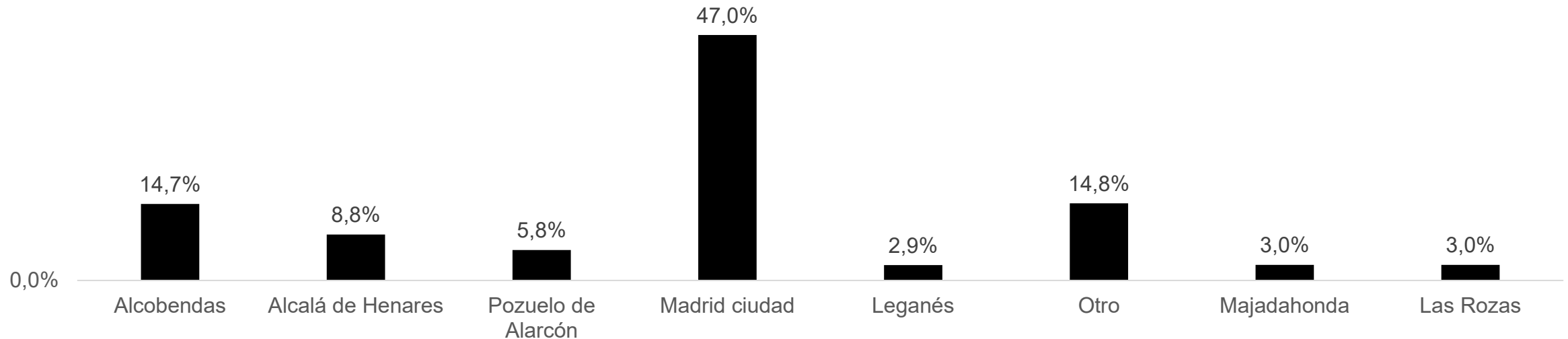
1. Hotel 3 Estrellas
2. Residencia
3. Colegio con Colchones Y Hotel 4 Estrellas

Perfil y Hábitos

Municipio de Estancia **NOVEDAD EN INFORME**

100,0%

El grueso de clubes del R.España e Internacionales se aloja en el Municipio de Madrid. Se destaca Alcobendas en segundo lugar como municipio nombrado.



P: ¿En qué municipio de la Comunidad de Madrid se aloja? | Muestra: In-situ | Bases: R.España, Int.

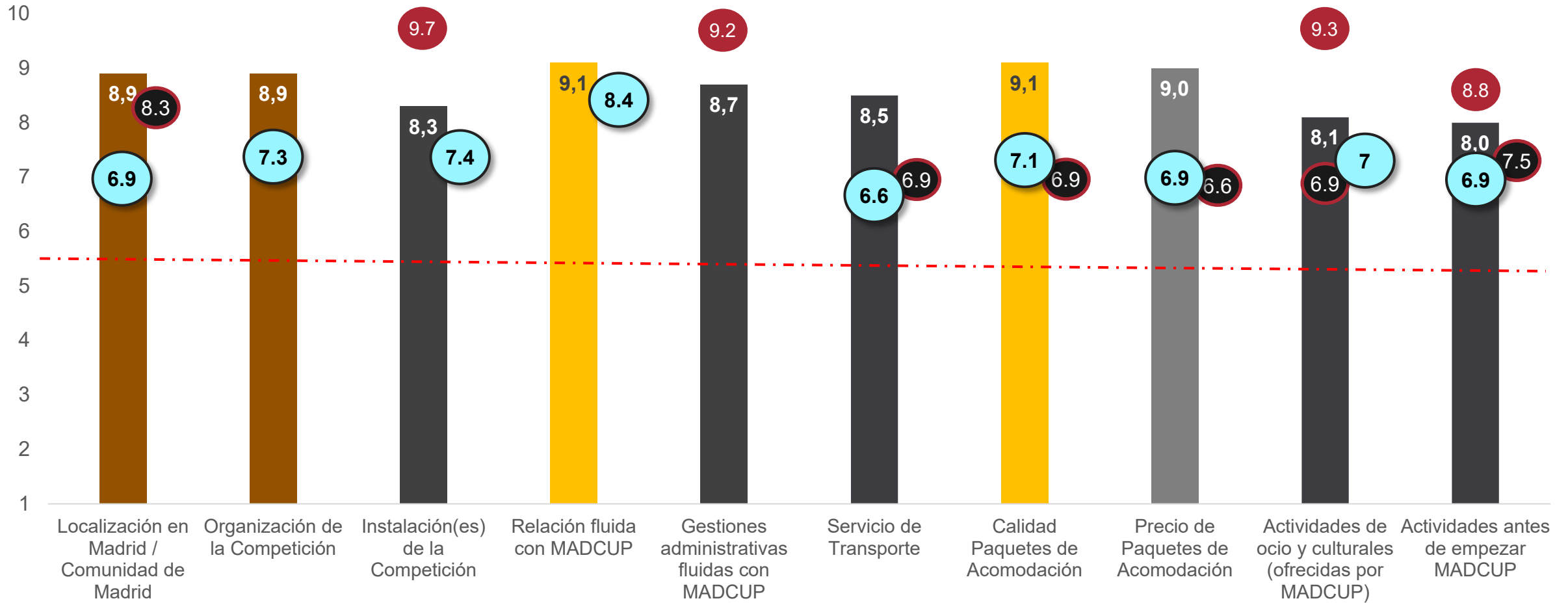
4.3. Satisfacción



Satisfacción

Aspectos Organizativos

Siendo 1 – mínima satisfacción , 10 – máxima satisfacción



P: Por favor, de los siguientes aspectos que se le citan, determina la satisfacción que tiene el club respecto al evento de MADCUP Base= Media Global

Satisfacción

Aspectos Organizativos

TOP 3 2023:

1. Gestiones Administrativas Fluidas con MADCUP (8.6pt.)
2. Relación fluida con MADCUP (8.4pt.)
3. Instalación(es) de la Competición (7.4pt.)

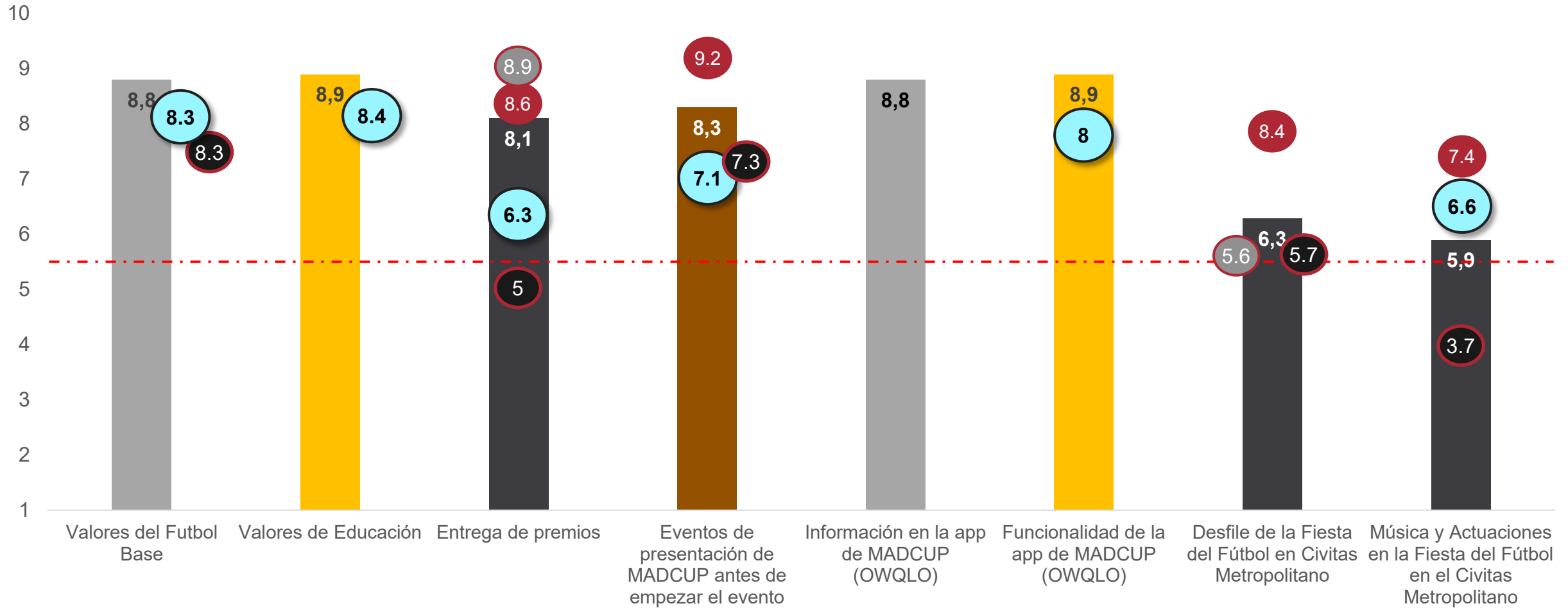
TOP 3 2024:

1. Relación Fluida con MADCUP Y Calidad Paquetes de Acomodación (9.1pt.)
2. Precio de Paquetes de Acomodación (9.0pt.)
3. Localización en Madrid Y Organización de la Competición (8.9pt.)

Satisfacción

Aspectos Futbolísticos y del Torneo

Siendo 1 – mínima satisfacción , 10 – máxima satisfacción



P: Por favor, de los siguientes aspectos que se le citan, determina la satisfacción que tiene el club respecto al evento de MADCUP



Satisfacción

Aspectos Futbolísticos y del Torneo

TOP 3 2023:

1. Información en la App de MADCUP (8.6pt.)
2. Valores de Educación (8.4pt.)
3. Valores del Fútbol Base (8.3pt.)

La satisfacción de **internacionales con el desfile subió 1 punto** con respecto a 2023. La música y actuaciones es el único aspecto que ha bajado en puntuación media de todos los específicos (de 6.6 a 5.9 puntos).

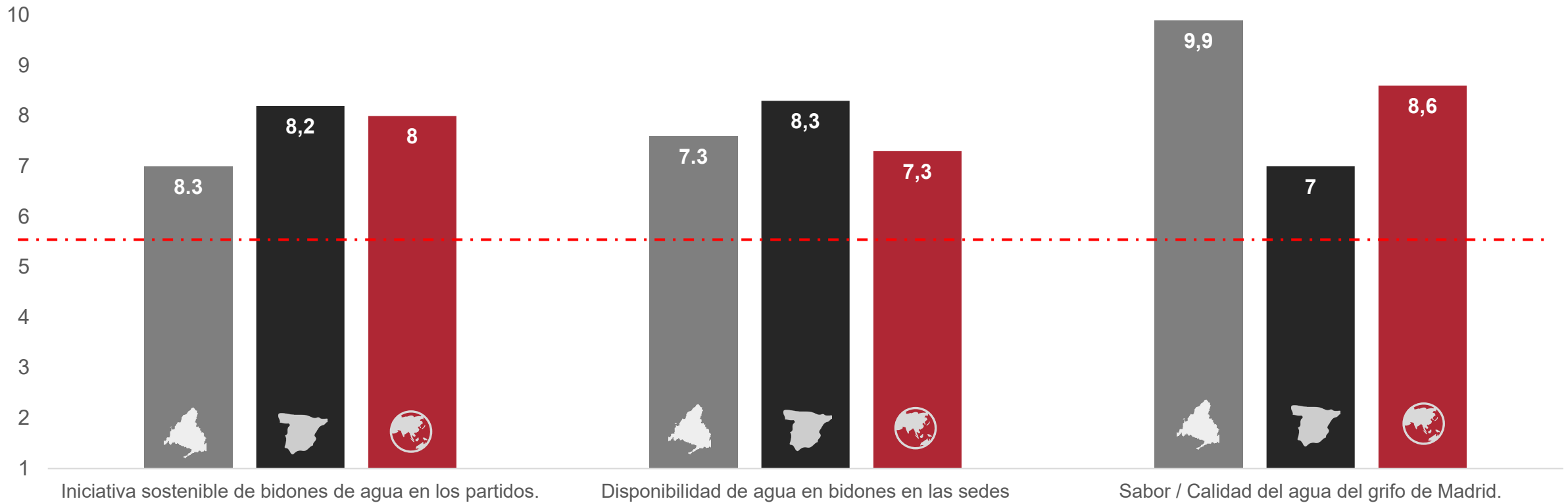
TOP 3 2024:

1. Valores de Educación Y Funcionalidad de la App de MADCUP (8.9pt.)
2. Información en la app de MADCUP Y Valores del Fútbol Base (8.8pt.)
3. Eventos de presentación de MADCUP antes de empezar el torneo (8.4pt.)

Satisfacción

Agua de Madrid **NOVEDAD EN INFORME**

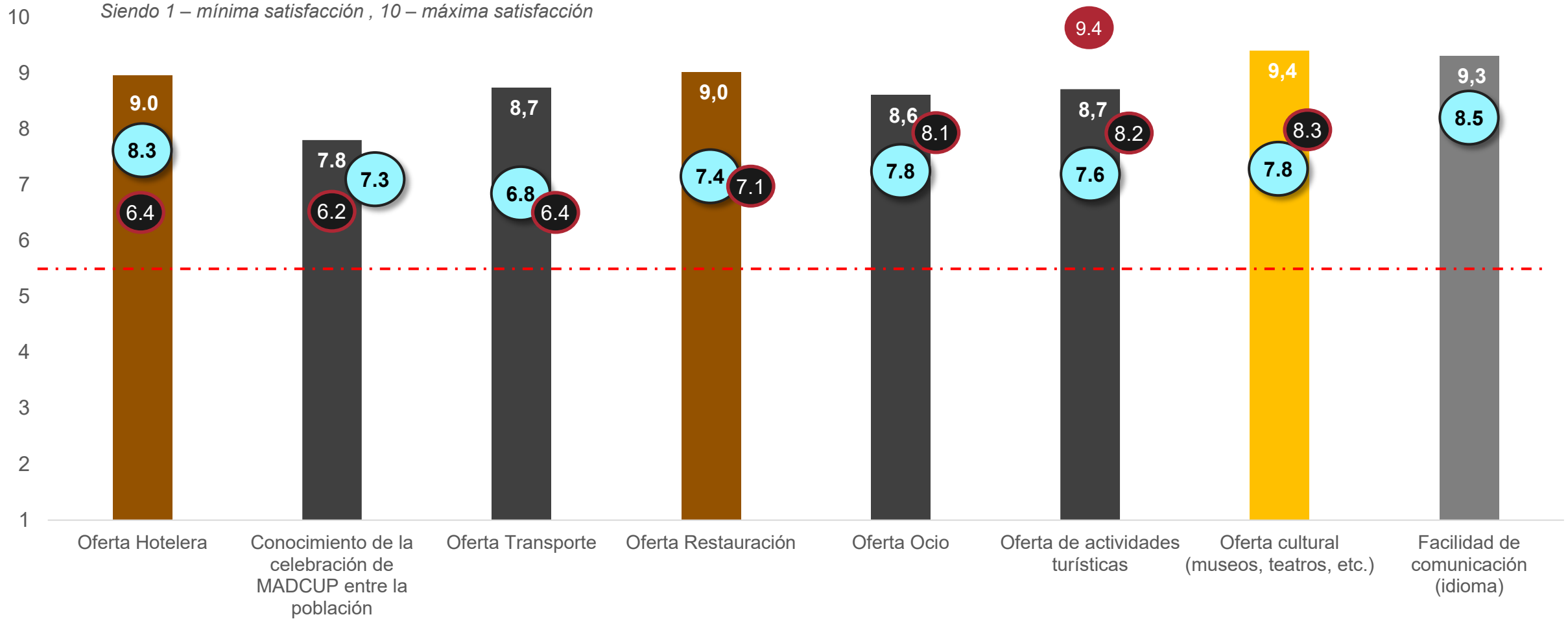
Siendo 1 – mínima satisfacción , 10 – máxima satisfacción



P: Por favor, de los siguientes aspectos que se le citan, determina la satisfacción que tiene el club respecto a los siguientes aspectos que se citan

Satisfacción

Comunidad de Madrid



P: Por favor, de los siguientes aspectos que se le citan, determina la satisfacción que tiene el club respecto a la Comunidad de Madrid

Satisfacción

Comunidad de Madrid

TOP 3 2023:

1. Facilidad de Comunicación (8.5pt.)
2. Oferta Hotelera (8.3pt.)
3. Oferta Ocio Y Oferta Cultural (7.8pt.)

TOP 3 2024:

1. Oferta Cultural (9.4pt.)
2. Facilidad de Comunicación (9.3pt.)
3. Oferta hotelera Y Oferta Restauración (9pt.)

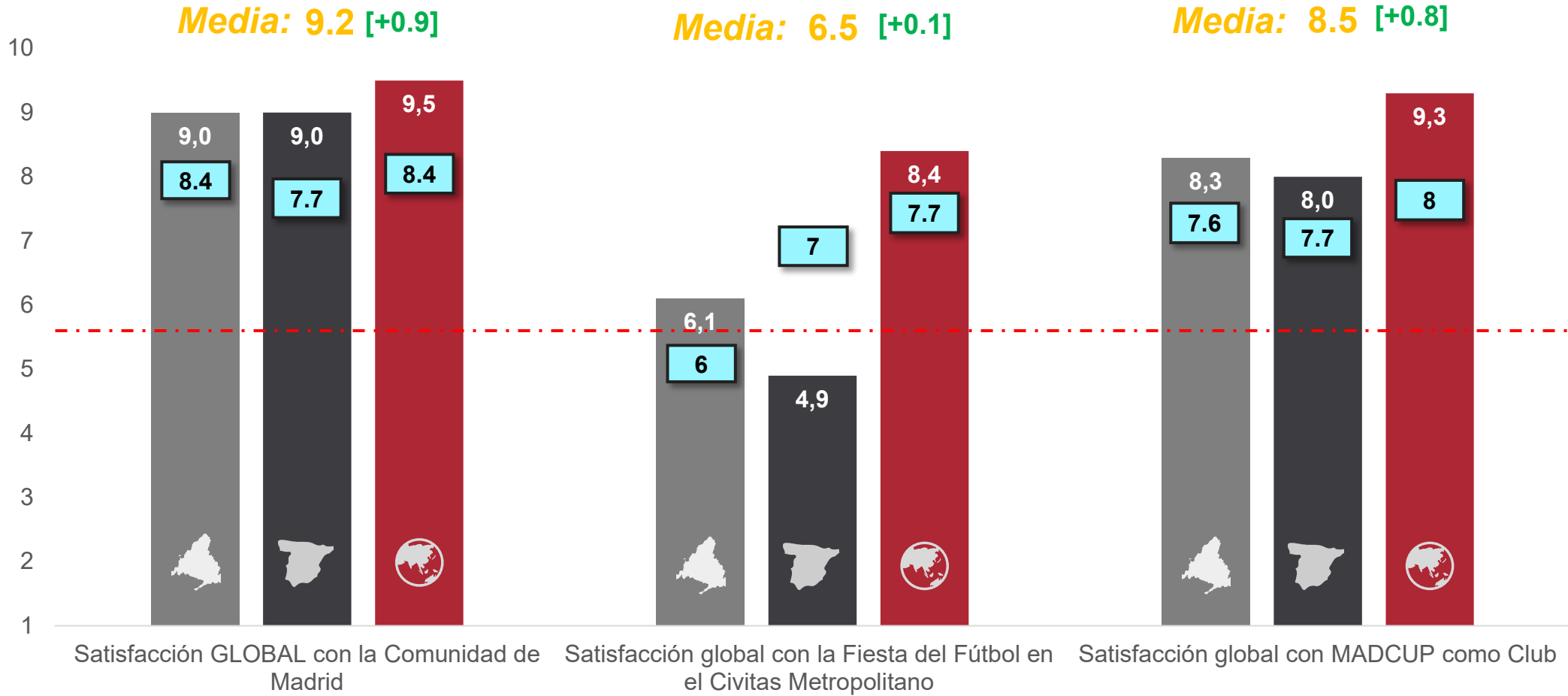
Se aprecian **niveles significativamente más bajos de satisfacción** con la Comunidad de Madrid por parte de los encuestados del **Resto de España** en diversos aspectos, comparado con los demás encuestados.



Satisfacción

GLOBAL

La satisfacción por parte de los Clubes con MADCUP es **sobresaliente, notable-alto**. El elemento con menor satisfacción es la Fiesta de Celebración, especialmente por parte de los asistentes provenientes del resto de España, que bajan 2.1pt. su valoración. Este año, **todos los equipos encuestados tienen mayores niveles de satisfacción en general**.



P: Por favor, de los siguientes aspectos que se le citan, determina la satisfacción global



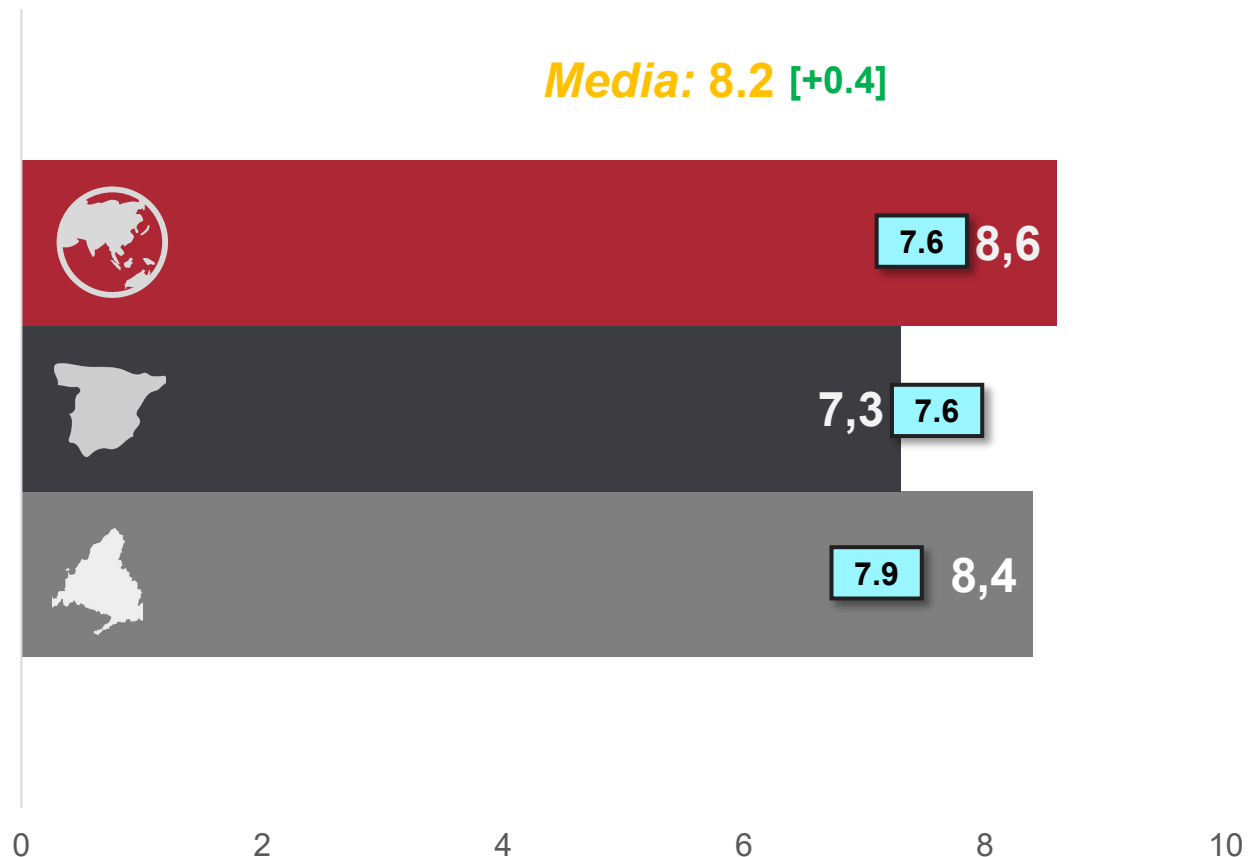
Satisfacción

Repetición MADCUP

Siendo 0 – no repetiría, 10 – sin duda repetiría

¿Repetirías, como club, la participación el evento de MADCUP?

Los promotores (9-10), detractores (0-6) y neutros (7-8) en clubes encuestados del resto de España son 3 partes iguales.



NPS Global:
45.9 [+19]

NPS
47.4 [+18.2]
0 [-25]
60 [+41.2]

P: En una escala del 0 al 10 (siendo 0 el nivel inferior y 10 el máximo nivel), ¿repetiría, como club, la participación en el evento?

Satisfacción

Sugerencias y Comentarios

- Mejora de calidad de césped en algunos campos + falta de tiempo/material de calentamiento en casos puntuales.
- Arbitraje:
 - comentarios en calidad de cantidad de árbitros
 - compromiso y actitud
 - edad de árbitros
- Fiesta de celebración:
 - Desorden en desfile para los clubes
 - Megafonía
 - Monotonía y falta de dinamismo (proponen fan zone en estadio)
 - Fecha de la Fiesta (sugieren cambiar fecha al inicio de torneo)
- Comida (calidad) en alojamiento
- Cambiar a campo “más espectacular” las finales + que se genere más ambiente (centralizar oro, plata y bronce).
- Antideportividad, racismo y xenofobia en casos puntuales.
- Transporte:
 - Tiempos de espera
 - Comunicación entre empresa de transportes y sedes
 - Fiabilidad
- Bidones: agua más fría y botellas más grandes
- (puntual) Recuerdo para participantes que no lleguen a finales + mejores welcome packages

P: OPCIONAL - Por favor, comparta con nosotros sugerencias de mejora del evento:

5. Entrevistas Clubes

Cualitativas

MAD CUP



Entrevistas Clubes

Clubes Entrevistados

1. EDUSPORT (México)
2. SPARK SPORT (Kuwait)
3. Nagaja Ground (Agencia [4 clubes] - Korea del Sur)
4. Talentos Vinotintos (Venezuela)
5. DSM (Tanzania)
6. C10 (Venezuela)
7. Venados Fuerzas Básicas (México)
8. América (México)
9. Shaba (Azerbaiyán)
10. Atlético Carajás



Entrevistas Clubes

Takeaways por pregunta

1. ¿Cómo describirías la experiencia general del club en MADCUP?

La mayoría de los clubes describieron la experiencia como **muy buena, enriquecedora**, en varios casos espectacular. Varios clubes destacaron la **competitividad y la multiculturalidad** del torneo.

2. ¿Qué crees que aportan torneos como MADCUP a los clubes y sobre todo a los niños?

La oportunidad de **competir** contra equipos internacionales, lo que ayuda a los niños a **mejorar su juego** y conocer diferentes estilos de fútbol. **Experiencia única** para los niños. **Aprendizaje** a nivel club y a nivel individual, en casos incluso una lección de **humildad**.

3. Puntos fuertes y aspectos a mejorar (MADCUP):



Organización general, puntualidad de los encuentros, competitividad, calidad de instalaciones. Además, se elogió el nivel de seguridad y la retransmisión de los partidos. Iniciativa de bidones, un equipo no recibió botellas. Atención de sanitarios.



Arbitraje: actitud de los árbitros (no se movían, muy jóvenes y tono a veces subido, un empujón). Transporte: retrasos en llegadas de autobús a recoger jugadores.

Entrevistas Clubes

Takeaways por pregunta

4. Puntos fuertes y aspectos a mejorar (Madrid):



Oferta turística, hospitalidad de la gente, variedad de actividades, clima, instalaciones deportivas.
Transporte público.



Actitudes de aficionados locales, trato de personal de algunas sedes, transportistas o de hoteles.

5. Nivel de Satisfacción...

- **Competición:** Muy alta en general, con elogios a nivel, a disposición de coordinadores, a puntualidad de encuentros.
- **Organización:** Muy positiva en general, comentarios en ocasiones sobre aspectos de transporte y comida.
- **Fiesta de Celebración:** Positiva en general, todos señalaron problemas de acústica. Se sugiere cambio de fecha o formato para no interferir con partidos ni horarios.
- **Relación con MADCUP:** Muy positivos, con comentarios sobre la amabilidad y disposición de todo el staff.
- **App de OWQLO:** Clara y útil, varios quieren implementarla en su club.
- **Paquetes:** buena relación calidad-precio, algunos clubes tuvieron problemas al no contratar el paquete completo a tiempo.

Entrevistas Clubes

Takeaways por pregunta

6. Sugerencias de Mejora adicionales:

Adicional a lo expuesto anteriormente, algunos quedaron muy satisfechos con la posibilidad de llevarse **formación técnica** y red de contactos internacionales (o la potencialidad de ello).

Arbitraje: varios equipos internacionales observaron tendencias “localistas” en los árbitros.

Aficiones, conductores de autobús, fuerzas de seguridad (no en MADCUP) con **comentarios xenófobos** hacia los clubes entrevistados de Latinoamérica.

Apuntes en particular

- **Chequear los jugadores** en mesa técnica de cada partido sería interesante (como pasar la lista). Metieron un jugador que no estaba registrado en OWQLO en otro equipo.
- Algunos equipos no tuvieron ni un solo partido emitido en **MADCUP.TV**, o por lo menos no lo detectaron.
- Es **aspiracional**, en el buen sentido de la palabra.
- Varios clubes mencionaron querer ver **leyendas del fútbol en la Fiesta de Celebración**
- Organizar **excursiones** (u ofrecerlas) en los paquetes.

6. Resumen Impacto y Perfil

One-pager

MAD CUP



Resumen

ASISTENCIA

- **Asistencia a Fiesta de Celebración:** 26,604
- **Asistencia total:** estimación 30,283 personas | 809 equipos
- **Estancia media en Madrid (Asistentes | Clubes):** 5.5 | 6.6
 - Resto España: **3.9 días** | Clubes: **4.5**
 - Internacionales: **9.8 días** | Clubes: 8.1
- **Número medio de días en evento (Asistentes | Clubes):** 4.8 | 5.5
 - Madrid: 4.5 días | Clubes: **5.7**
 - Resto España: 4.6 días | Clubes: **4.8**
 - Internacional: 5.5 días | Clubes: 5.6

GASTO

- **Gasto en Madrid por persona y estancia (Asist. | Clubes):**
 - Resto España: **742.6 €** | **853.8 €**
 - Internacionales: **3,975.7 €** | **3,024.7 €**
- **Gasto en Recinto por persona y días asistidos (Asist. | Clubes):**
 - Madrid / CM: **125 €** | **269.9 €**
 - Resto España: **183.7 €** | **313.3 €**
 - Internacionales: **393.4 €** | **513.12 €**
- **Gasto total Madrid:** **50,009,081 €**
- **Gasto total Recinto:** **10,206,439 €**

Se marcan en rojo (+bajo) o verde (+alto) valores que han variado.

- **Satisfacción media MADCUP (Asistentes | Clubes):** **8.7/10** | **8.5/10**
 - Madrid: **8.5** | **8.3**
 - Resto España: **8.6** | 8
 - Internacionales: **9.1** | **9.3**
- **Satis. media Fiesta de Celebración (Asistentes | Clubes):** **8.5/10** | 6.5/10
 - Madrid: **8.2** | 6.1
 - Resto España: **8.1** | **4.9**
 - Internacionales: **9.1** | **8.4**
- **Repetición de MADCUP (Asistentes | Clubes):** **8.7/10** | 8.2/10
- **Recomendación de asistir al evento (Asistentes):**
 - A amigos / familiares en España: 8.8/10
 - A amigos / familiares no-España: 8.7/10

Se marcan en rojo (+bajo) o verde (+alto) valores que han variado igual o más de 0.5 (puntos/noches).

SATISFACCIÓN

IMPACTO ECONÓMICO
60.2 Millones €



7. Conclusiones y Recomendaciones

Retrospectivas y Prospectivas

MAD CUP

* Resumen

- Se reafirma el impacto **económico** y **turístico** significativo que tiene MADCUP en la Comunidad de Madrid, que va más allá del evento en sí. Los asistentes y clubes participantes (especialmente los internacionales) siguen aprovechando el viaje para disfrutar de las atracciones turísticas y generar un impacto significativo.
- Los clubes y asistentes **internacionales** generan un mayor impacto económico, por lo que su satisfacción e impulso de participación ha de ser primordial.
- Con respecto al análisis de la pasada edición, se **duplica el impacto y aumenta la satisfacción** notablemente en la gran mayoría de aspectos, denotando un progreso positivo general por parte de la organización del torneo.



- Los niveles más elevados de satisfacción son los pertinentes a:
 - La ciudad de Madrid / CA Madrid como sede.
 - La relación con MADCUP (organización, aspectos administrativos, etc.)
 - La aplicación de MADCUP.
 - El nivel de fútbol del evento.



- Aspectos a mejorar:
 - La Fiesta de Celebración: aspectos específicos (elaborados en sugerencias de mejora).
 - Transporte de clubes
 - Ligeró margen de mejora en entrega de premios

MADCUP – VISIÓN ESTRATÉGICA



- Limitar el crecimiento de MADCUP (Football Madrid)
- Potenciar la participación de clubes-equipos internacionales (impacto económico, impacto turístico, promoción CM, identificación de talento para clubes españoles-europeos, desarrollo de negocio y marca, etc.)
- Analizar la viabilidad de desarrollar MADCUP Asia, MADCUP Africa, etc.

MADCUP – EVENTO



- ~~Estructurar MADCUP en dos fases (facilitando, también, la logística, y elevando la homogeneidad):~~
 - ~~Fase 1: preliminar (clubes-equipos de Madrid / CM)~~
 - ~~Fase 2 (MADCUP): equipos destacados Fase 1 + clubes-equipos nacionales + internacionales~~
- App OWQLO → creación de filtros (sedes, días)
- Creación de *fan-zone* más atractiva
- Foro sobre deporte base y valores, durante MADCUP IV (jornada de 3-4 horas para profesionales) → POSTPUESTO A 2025
- Habilitar una zona para feria comercial con marcas de equipamiento de fútbol, equipamientos, actividades, campus, etc. (generando ingresos) (origen de SSM)
- Registro de visitantes / control de accesos (al menos en las finales: torno, pulsera, código QR en app OWQLO, etc.)
- Fortalecer, impulsar, potenciar la internacionalización del torneo para elevar el nivel competitivo y aumentar el impacto económico/turístico del evento
- ~~Partidos de entrenadores~~
- ~~Partido de scouts/agentes~~
- ~~Posibilidad de creación de una mascota (proceso de votación involucrando a los participantes...)~~

MADCUP – MÁS ALLÁ DEL EVENTO



- Creación de la Comunidad MADCUP (aprovechando la base de datos de participantes, vía la app y otras fuentes de información)
- Desarrollo de proyectos “verticales” con patrocinadores, con el fin de desestacionalizar la activación de patrocinio del torneo
 - Hábitos saludables
 - Programa de voluntarios
 - Valores del fútbol
 - Proyectos STEM
- Fortalecer que las entidades públicas de turismo aprovechen mayormente MADCUP para promoción turística de Madrid/CM
- Iniciar antes la comercialización de los paquetes de patrocinio en referencia a la oferta de ocio, restauración, cine, cultura, entretenimiento, shopping, experiencias, etc.

Fiesta de Celebración



- Mejora general – uso de pantallas del propio Civitas, acústica, mayor internacionalización, actividades/invitados, ...)
- *Fan-zone* y activación de patrocinadores
- Presentadores bilingües
- Mayor uso de banderas de los países participantes
 - Dentro del recinto
 - En los accesos al Civitas Metropolitano
- Mayor fluidez en los accesos

Verde: Ok, en buena línea

Marrón: Se puede seguir mejorando

Rojo: No hay progreso conocido | ~~Tachado:~~ Se descartó implementación



Recomendaciones Adicionales para 2024 *(exclusivas a MADCUP Football 2024)*

MADCUP - Organización

- Comunicación por parte de los municipios más coordinada: saber dónde se quedan los asistentes y clubes para sugerir actividades en su zona de influencia y generar más conocimiento de zona geográfica (ya que solo 53.9% de los visitantes pudieron nombrar el municipio en el que se quedaban).
- Estructurar la comunicación general, con especial foco en el área digital: web y RRSS.
 - Calendarizar desde Septiembre todas las comunicaciones para asegurar máximo conocimiento de todas las actividades de MADCUP y la no-saturación de publicaciones de “baja calidad” para el algoritmo en RRSS.
 - Integrar los acuerdos con patrocinadores de forma pautada y con antelación en el calendario de comunicación:
 - Calidad antes que cantidad
 - Singularizar el mensaje de cada patrocinador con acuerdo de contenido en RRSS
 - Asegurarse de aportación de valor del mensaje de patrocinador, para evitar *shadow bans* por bajo engagement.
 - Asegurar mayor antelación.
- MADCUPTV: Mejorar acceso y navegación en plataforma. Resultó poco intuitiva y dificultó a numerosos familiares la visión de los partidos.

Añadimos a lo que se marca con margen de mejoría o sin progreso conocido las recomendaciones de la presente diapositiva, separando los aspectos más generales de MADCUP, ya que dado el crecimiento de la empresa se consideran de forma separada.

MADCUP - Impacto

- Decidir incentivo a clubes para cuestionario online en próxima edición y así facilitar su cumplimentación.

MADCUP - Fiesta

- Mejorar acústica de gradas en las que se encuentren los clubes.
- Focalizar la fiesta en el club “internacional”:
 - mantener presentador en inglés
 - incorporar más “folklore” español de atractivo turístico
 - invitar a algún artista de conocimiento internacional (no únicamente hispanohablantes), etc.)
 - No repetir el formato exacto: paracaídas, embajadores, etc.
 - Replantearse forma de organizar desfile para los clubes y tiempo en campo de niños

MADCUP - Otros

- Merchandising: comunicar nuevas líneas con mayor antelación y facilitar navegación a stands de venta de merchandising para los clubes.

MADCUP - Patrocinio

- Conversación con patrocinadores en materia de visibilidad de patrocinio:
 - Fomentar interés por activación.

Takeaways del informe

1. Continuar potenciando el **nivel deportivo y competitivo** de MADCUP.
2. Incrementar la **comunicación e información a nivel turístico** para asistentes y clubes (especialmente internacionales).
3. Diseñar la **fiesta de celebración** con el público internacional de MADCUP en mente.
4. Estructurar el **calendario de comunicación** de competiciones, patrocinio y verticales asociados con antelación
5. Mejorar las **activaciones de patrocinio y las Fan Zones** on-site
6. Continuar con el reforzamiento del **posicionamiento FAN**, valores, inclusión... etc y expandirlo a nivel comunicativo
7. Potenciar la **oferta y partnerships de actividades de ocio, shopping y culturales**

Reflexiones estratégicas

Crecimiento de MADCUP (Football + Inc)

- Mayor impacto económico
- Constatación del éxito de MADCUP
- Positiva respuesta a la confianza de las instituciones
- Favorece la estrategia de expansión de MADCUP Inc.
 - Ámbito internacional
 - Ámbito multi-deporte
 - Ámbito líneas de negocio
- Se identifican algunas áreas de mejora que es necesario cubrir para que el éxito sea sostenible a largo plazo (transporte interno, plataforma digital, etc.)
- Requiere consolidar la estructura de MADCUP Inc, manteniendo, al mismo tiempo, el dinamismo actual
 - Organización y procesos (sin caer en “burocracia” ni procesos que dificulten la agilidad de las decisiones, ni el aprovechamiento de las oportunidades de desarrollo)
 - Integración de equipos y talento (considerando una cierta estacionalidad de la actividad)
 - Eventualmente, espacio físico / oficinas más adecuado
 - Mejor planificación de la comunicación (con y entre todos los stakeholders del ecosistema de MADCUP: MADCUP, clubes, deportistas, asistentes, sedes, patrocinadores, voluntarios, etc.
 - Generar sinergias y complementariedades entre las distintas líneas de “actividad – negocio” de MADCUP Inc. para incrementar la productividad y los resultados, tanto a corto como a largo plazo.

Mayor peso de clubes y asistentes internacionales

- Mayor impacto económico y turístico (aspecto muy positivo para las instituciones de la Comunidad y el Ayuntamiento – principales valedores del proyecto-)
- Mayor oportunidad para patrocinadores e instituciones (con voluntad internacional)
- Mayor oportunidad para la oferta turística y comercial de Comunidad Madrid
- Favorece la expansión internacional de MADCUP
- Requiere mayor “dedicación” por parte de MADCUP (idioma, singularidades culturales, procesos administrativos – logísticos, comunicación con clubes, etc.)
- Conlleva:
 - Necesidad de reforzar el área internacional de MADCUP
 - Necesidad de estructurar procesos y procedimientos

8. Anexos

Otros resultados

MAD CUP

Cuestionario Clubes*

*Solo se incluye feedback constructivo y/o negativo.

CRGuindalera	Escoger mejor los campos de celebracion del torneo, el cesped dejaba mucho que desear en El Juncal
CD Barajas	LA MEGAFONIA DE LA FIESTA ES MUY MEJORABLE
EDM San Blas	Que la fiesta en el Civitas no sea tan larga y más amena
ACD Entiergal mostoles	El arbitraje consideramos k no está al nivel de esta competición, incluso nos ha dado la sensación tanto a cuerpo técnico como a padres k existe cierto favoritismo hacia los equipos extranjeros. La competición es larga y agotadora aunque somos conscientes de lo excepcional de esta. El pack que se da en la acreditación este año deja mucho que desear. La fiesta del civitas en la parte de los acompañantes se escuchaba bien, en la zona de jugadores no se entendía nada. No hubo ninguna actuación para los niños, tardaron mucho en bajar a los niños y ya casi no quedaba tiempo de disfrutar, se hizo larga y aburrida. Queremos dejar constancia también del descontento por la expulsión de la competición de un Benjamín sub 10 cuando en normativa federativa no existe la expulsión, tarjeta ni sanción en esta categoría, si debe castigarse un comportamiento así pero no de una manera tan dura siendo algo puntual tanto del club como del jugador, no dejar a un niño terminar el torneo privado con sus compañeros ha sido muy exagerado, tampoco las normas están claras, en ese partido se le saco roja, salió y a los dos minutos le dejo entrar el árbitro para un minuto después decirme k tenia k salir otro jugador pk este ya no podía, después que estaba sancionado dos partidos para terminar con un correo de expulsión de la competición. Lo positivo la hermandad que incluso mantenemos posteriormente en redes sociales para equipos extranjeros, una bonita experiencia.
CD San Fernando	Este año la megafonía del Civitas fue Pesima, ademas resulta muy monotono todos los años lo mismo, necesitaria darse una vuelta a la celebracion, la organizacion para el desfile ha sido un poco caotica.
CDE DR Academy Sport	Conseguir más sedes en la zona sur de Madrid
EFMO BOADILLA	La fiesta de celebración es muy mejorable. La megafonia no se oye, salvo imaginamos en la grada principal. Mucho tiempo de espera para desfilar y muy poca información de lo que se va a hacer.
EMF Azuqueca de Henares	Hay que perseverar en eliminar comportamientos antideportivos desde los banquillos. No todo es ganar a cualquier precio. El nivel del arbitraje nos ha parecido muy bueno.
UD POBLENSE	LLEVAMOS 3 AÑOS VINIENDO Y LA PRESENTACION TENDRIA QUE CAMBIAR DE DIA YA QUE SINO POR EJEM NOSOTROS NO LLEGAMOS EL VIERNES Y NO JUGAMOS NI EL LUNES SOLO FUE EL SABADO, DOMINGO Y MARTES, HAY MUCHO TIEMPO DESPERDICIAO Y NO SABEMOS QUE HACER CON LOS NIÑOS YA QUE LOS PAQUES ABREN A LAS 12 DEL MEDIODIA Y NO TE DA TIEMPO A NADA, ES SUGERENCIA QUE TENGAMOS MÁS OPCIONES DE QUE HAVER CON ELLOS PQ DE LAS 10H DE LA MAÑANA QUE TERMINA EL PARTIDO A LAS 20H DE LA NOCHE SE ABURREN EN EL HOTEL Y LUEGO SI NO HAY PARTIDO MÁS, EL BUS TENDRIA QUE ESTAR MAS DISPONIBLE PQ ESTUVIMOS EN EL COMPOSTELA Y PARA DESPLAZARSE ES COMPLICADO CON TANTOS NIÑOS.
Rayo Arriacense	El año pasado daban crema solar y fruta en los partidos. Y agua daban botellas que era más práctico,pero entiendo que lo cambiaron para ahorrar pero entonces deberían de regalar una botella mas grande para rellenarla.
CDF AVILA ATLETICO	MAL REPARTO DE EQUIPOS EN LA FASE DE GRUPOS
CD Aurrera de Vitoria	Presentación: actos más entretenidos para los jugadores y mejora de la megafonía. Una fanzone grande con actividades para que los equipos interactúen más. Hacer coincidir en todas las fases (no solo la de Oro) las finales para crear mayor ambiente.
Anonimo	Sedes más cerca para equipos que llevan más de una categoría
Escuela de Futbol Angel Pedraza	Colegio mayor padre Poveda esta dirigido por personas sin ninguna educacion ni miramiento a las niñas que se alojan, son inflexibles y maleducadas. Los campos se tendrías que arreglar y regar, hemos tenido muchas lesiones debido al estado del cesped y su falta de riego. La experiencia a nivel de alojamiento fue nefasta.
Astur C.F.	no se escucho nada en el estadio en la parte de los jugadores, que no nos den balones para calentar, el mantenimiento de uno de los campos era un peligro para los chicos, hubiese estado bien una medalla de recuerdo para todos los participantes.
Cd Villa de Albox	La fiesta de celebración en el Metropolitano no se escuchaba nada.
MAR CET FOOTBALL	HAY QUE MEJORAR EVENTO EL WANDA ACORTAR Y MEGAFONIA .QUE LAS FINALES NO SE HAN EN UN SITIO MAS ATRACTIVO ES UN PUNTO NEGATIVO
Dsm Soccer Academy	Have the celebration ceremony in the start or end of event
Zhengzhou No.9 High School, Zhengzhou Qing Da Fu Zhong	Evita racismo
AFC LAZIO CELESTI	1. Arbitraje - en fútbol 11 se necesitan mínimo 2 árbitros para poder ver las fueras de juego . 2. El agua en los partidos fue mucha veces imposible de tomar porque esta caliente , se necesita tener hielo dentro de los bidones .3. La comida que nos daron en el hotel es una comida en general no recomienda a los deportistas , además el desayuno estuvo el peor que hemos tomado de todos los torneos que hemos participado .
Scoala de Fotbal Rapid (Romania)	The sounding system at Civitas was horrible for the players, we couldn't understand a thing. But the pare ts from the other tribune said it was good. The food can be better, the taste was not so good
Big Talent	La fiesta de Celebración podría ser antes y mucho más vistosa y organizada. Las delegaciones no escuchamos nada y el desfile se convirtió en un desorden sin control
Selección Rx	Los tiempos del transporte, a veces llegaban muy temprano al partido, y comenzaba dentro de 2 horas. También luego era mucha la espera de regreso
EDUSPORT Mexico	Arbitraje lo sentimos con chicos muy jóvenes y creo que hace falta un poco más de temple al pitar
DSPFC	The transportation setup was extremely inconsistent and their lack of communication with the venues was appalling. Our final group game against Atletico Madrid, we didn't arrive to the field until 40 minutes AFTER scheduled time, we were told the MADCUP bus has communicated with the venue and upon our arrival, we were threatened with forfeit. No one had communicated anything. The referees walked off the field, the opponent walked off the field, the values that the MADCUP discusses were not present. They didn't want my team to do any warm ups and weren't concerned about the safety of the players at all. I had to argue with them for 10 minutes so my team could get a basic warmup in before kickoff. It was embarrassing from an organization standpoint and with Atletico begin a title sponsor of the event, their behaviors was surprising. MADCUP had outsourced the logistics, which is fine, but there must be better procedures in place for when transportation issues occur. We did not use the MADCUP transport for our knockout game because of the lack of reliability.
Team ISL	mejores welcome packages y mejorar la ceremony, fuegos artificiales, geu los jugadores no esten todo el rato en el cesped durante 1h30
N/A	Arbitraje más comprometido, no simplemente por pasar tramite de partidos

Otros Gastos de Interés - Asistentes **NOVEDAD EN INFORME**

Fuera del cómputo de impacto económico, se exploró el gasto de los asistentes en seguros, específicamente para la MADCUP. Incluyendo seguros de viaje, salud, etc.

Únicamente se exploró, por razones evidentes, en los colectivos del resto de España e Internacional.



0.6 € por persona.



19.4 € por persona.

156,225 € - Gasto Total en Seguros para MADCUP

Otros Gastos de Interés - Clubes **NOVEDAD EN INFORME**

Fuera del cómputo de impacto económico, se exploró el gasto de los **clubes** en **seguros**, específicamente para la MADCUP. Incluyendo seguros de viaje, salud, etc. Por otro lado, también se preguntó por el gasto en **Material deportivo/sanitario (M.D/S)**, tanto en Madrid como en el recinto MADCUP.

SEGUROS



4.6 € por persona.



39.1 € por persona.

171,104 € - Gasto Total en Seguros para MADCUP

Material deportivo / sanitario

En Madrid



21 € por persona.



22.5 € por persona.

155,245 € - Gasto Total en M.D/S en Madrid

En Recinto MADCUP



10 € por persona.



0.8 € por persona.



7.8 € por persona.

90,401 € - Gasto Total en M.D/S en Recinto MADCUP

GRACIAS

MAD CUP