

Metrópolis
comunicación

Octubre 2022 - Marzo 2023

INFORME

CN Tenerife
Echeyde **ROI**



IDECO



ÍNDICE

01 **Introducción**

02 **Valor publicitario
equivalente**

03 **Resultados
globales:**
3.1 Mancha informativa.
3.2 V.P.E.
3.3 V.C.
3.4 Audiencia.

04 **Análisis específico
por soporte**

05 **Consideraciones
generales**

06 **Metodología**

07 **Glosario**

Introducción

El presente informe presenta el análisis y valoración del retorno económico (ROI) que el patrocinio de la **participación del CN ECHEYDE en la competición europea Len Euro Cup y Challenge Cup 2022**, supone para la marca **Tenerife Despierta Emociones**.

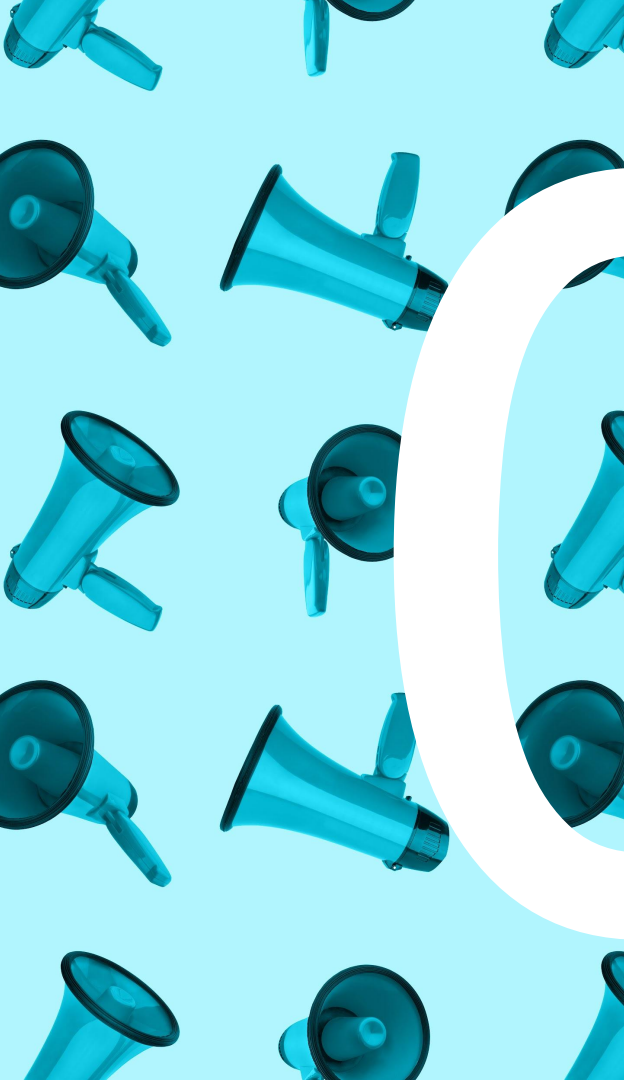
El informe incluye los impactos registrados en los diferentes canales: **prensa, radio, televisión, medios digitales y redes sociales**, siguiendo los estándares del sector y datos del Estudio General de Medios.

El análisis también calcula la cifra total del **Valor de la Comunicación (VC)** a través de la equivalencia **x3** del **VPE** obtenido a través de nuestra plataforma de medición **Metrópolis Analytics**, ya que esta cifra tiene en consideración la presencia, el tipo de medio, la credibilidad, contenido, alcance y los atributos de la marca.

Esta competición europea se celebra a partir de octubre de 2022 y hasta abril de 2023, incorporando el análisis del arranque de la participación del club hasta su eliminación:

- *Fase 1 ronda de clasificación-*
- *hasta semifinales Fase 5.*

No obstante, este análisis ha ampliado los intervalos de búsqueda para detectar cualquier posible impacto en periodos pre o post celebración del evento.



02

Valor Publicitario Equivalente

Valor Publicitario Equivalente

El Valor Publicitario Equivalente (VPE) total de la presencia de la marca **Tenerife Despierta Emociones** en los elementos de imagen, en base a la cobertura y frecuencia de publicación de informaciones en el periodo analizado, asciende a:

237.458€

GRACIAS A LOS IMPACTOS

TOTALES:

1.400

En función del importe del patrocinio (total 30.000 euros), el ROI es 6,91%.

ROI POSITIVO

Por su parte, el Valor de
Comunicación (VC) asciende a:

712.374€

A través de la presencia de marca en los
distintos soportes, se estima una audiencia
potencial de personas:

11.502.808



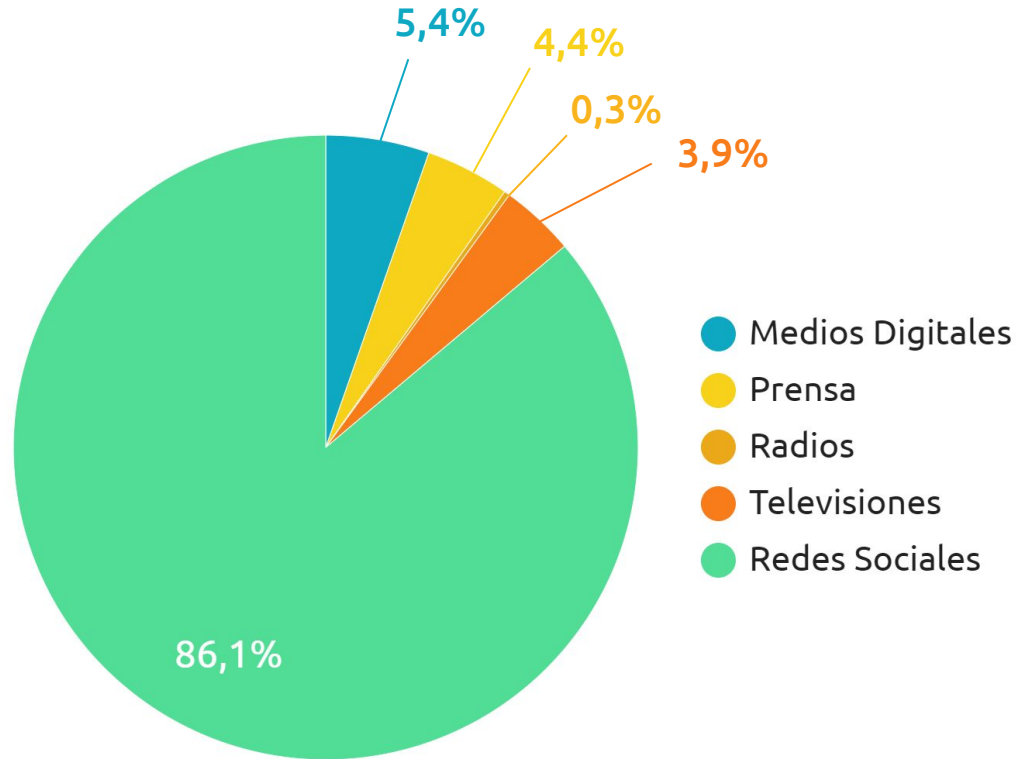
Resultados globales:

- 3.1 Mancha informativa.
- 3.2 V.P.E.
- 3.3 V.C.
- 3.4 Audiencia.

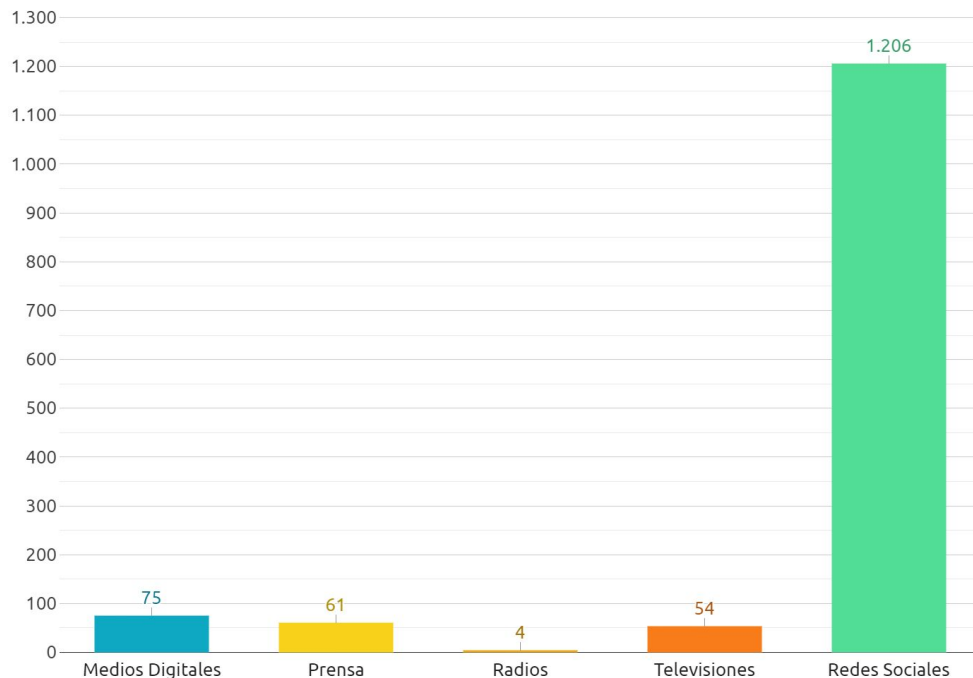
Resultados Globales de la Repercusión

SOPORTE	Nº IMPACTOS	VALOR PUBLICITARIO (€)	VALOR COMUNICACIÓN (€)	AUDIENCIA
Medios digitales	75	17.550	52.650	1.863.440
Redes sociales	1.206	3.447	10.341	9.635
Prensa	61	66.302	198.906	2.810.588
Televisiones	54	150.034	450.102	6.785.145
Radios	4	125	375	34.000
TOTAL	1.400	237.458	712.374	11.502.808

Mancha informativa total según soportes



Número de impactos



Medios digitales

Mayor cobertura en digitales nacionales



Redes Sociales

Twitter destaca como la red principal



Prensa

Mayor cobertura en prensa regional



Radio






Se han detectado escasos impactos en radios



Televisión

Televisión Canaria ofrece un mayor número de impactos

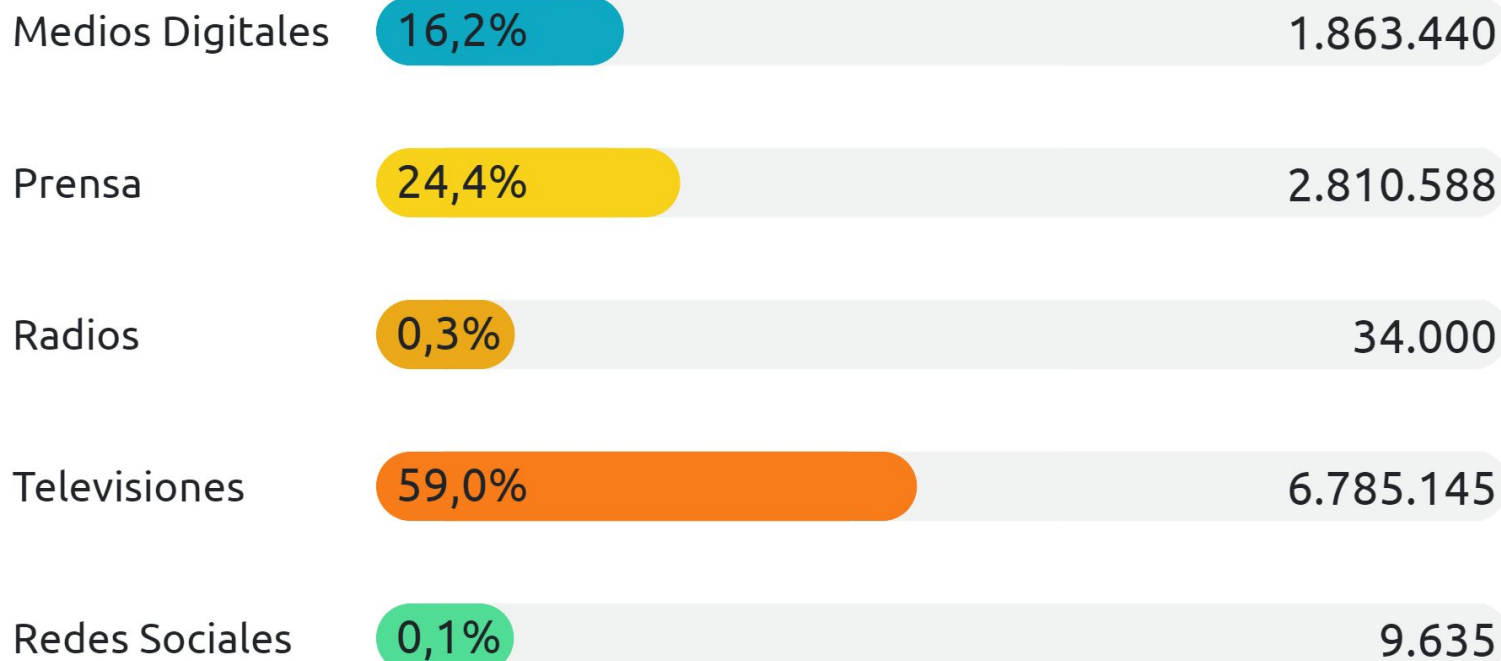
Número de impactos según valor publicitario (V.P.E.)

				
Digital	Redes Sociales	Prensa	Radio	Televisión
7,4%	1,5%	27,9%	0,1%	63,2%
17.550 euros	3.447 euros	66.302 euros	125 euros	150.034 euros

Número de impactos según valor de la comunicación (V.C.)



Audiencia estimada según soporte





4

Análisis específico por soporte



Digitales

Se han detectado un total de **75 impactos** en prensa digital internacional, regional y local con las informaciones más relevantes.

Ello ha supuesto un importe estimado del **Valor Publicitario** estimado de **17.550 euros** mientras que el **Valor de Comunicación** aproximado se calcula en torno a los **52.650 euros**.

Se estima que el alcance de personas que han podido visionar los impactos digitales sea de **1.863.440 usuarios**.

Los medios y agencias digitales que acaparan el grueso de los impactos son:

- [marca.com](#) (14)
- [eldia.es](#) (11)
- [mundodeportivo.com](#) (10)
- [cadenaser.com](#) (10)



☰ SEIZ Elige tu emisora

El CN Echeyde cae eliminado en la primera fase de la Eurocup

A pesar de las derrotas, gran imagen del equipo tinerfeño

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD

MARCA ES Fútbol Baloncesto Motor Polideportivo Coches Más+

← Waterpolo / División de Honor masculina / Calendario Clasificación

Waterpolo | Liga masculina

El Tenerife Echeyde derrota y arrebató la sexta plaza al Mediterrani

JORNADA 11

ENRIQUE TOSTE

21/01/2023 - 20:18 CET



Prensa

La cobertura proporcionada por los medios de comunicación en el periodo analizado incluye un total de **61 impactos** en prensa, todos registrados en periódicos de tirada regional.

Del total, **El Día** es el periódico con más informaciones publicadas, con un total de **47 noticias**. Le sigue **Diario de Avisos**, con **14** informaciones.

Destaca el número de informaciones a página completa, en especial en *El Día* que ocurren en **13 ocasiones**.

No se han registrado informaciones publicadas en prensa nacional.

El **Valor Publicitario** total estimado en medios escritos alcanza los **66.302 euros**, mientras que el **Valor de Comunicación** estimado es de **198.906 euros**.

La audiencia estimada que ha podido acceder a las informaciones del equipo de waterpolo CN Echeyde se calcula en **2.810.588 lectores**.



www.eldia.es
EL DÍA | LA OPINIÓN DE TENERIFE
Martes, 7 de febrero de 2023

Polideportivo

WATERPOLO

Español valora el trabajo realizado por su equipo en la primera vuelta, aunque mantiene que el objetivo sigue siendo la permanencia. Por otra parte, marca la meta de poder clasificarse para las semifinales de la LEN Challenger Cup y la Copa del Rey.

ALBERT ESPAÑOL LIFANTE
Entrenador-jugador del Santa Cruz Echeyde

«Los jugadores están con ganas por lo que nos viene encima»

Pedro Pablo Peña
SANTA CRUZ DE TENERIFE

¿Cómo valora la primera vuelta del Santa Cruz Echeyde?

Muy positiva si hablamos de una valoración global, pues ha sido muy buena. Hemos batido a rivales a los que nunca habíamos ganado (CN Matarró y CE Mediterrani) y nos hemos clasificado para la Copa del Rey. Dicho esto, hemos tenido momentos mejores y peores. Es verdad que contra el Sant Andreu y Cataluña fueron dos partidos seguidos perdidos tras venir de una dinámica positiva. Pero al final, perder contra ellos como visitantes era algo que entraba en nuestros planes. Y también está la competición europea, la LEN Challenger Cup, con muestra la clasificación para los cuartos de final y estamos siendo primeros de grupo. Fue algo también especial e histórico para el club y el waterpolo canario.

Siendo ambiciosos, ¿cuántas veces se ha acordado de la derrota ante el Sant Andreu (9-7) viendo la clasificación de la primera vuelta?

Realmente, la clasificación no hace justicia al juego que está haciendo el Sant Andreu. Si no podemos mirar sus partidos, han competido súper bien, lo que pasa es que no han logrado resultados. Como ejemplo, entró en el último cuarto ante el Barcelona penalti de uno; contra el Barceloneta estaba así en el tercero... Este año está todo muy igualado en la parte media de la tabla y luego cuando miras los resultados en detalle a veces no se hace justicia. Es mejor equipo de lo que aparece en la clasificación (un balance de victorias-derrotas de 5-6, igual que el Echeyde y el Mediterrani).



Español destaca la nueva incorporación del zurdó Ashworth Molten, (L).

66

«Ahora tenemos un mes y medio crucial por delante para lo que va a ser el resultado final de la temporada»

Si, pero díjole esa derrota. El Echeyde habría escalado en la tabla... ¿se puede hacer un paralelismo con la pérdida de puntos sufrida ante el CN Rubí en la temporada anterior?

No, porque el Rubí era un equipo inferior al que tenemos que ganar. Con el Sant Andreu en su piscina es muy complicado y entraba dentro de la lógica perder.

No es comparable en ningún caso. Ahora comienza el tramo más duro, la segunda vuelta de la liga el sábado ante el Mediterrani y el miércoles siguientes los cuartos de la LEN Champions Cup contra el SKP Kosice. Muy duro el calendario.

Y luego tras jugar contra los eslovacos toca el CN Caballa en su casa, que allí ha demostrado que puede ganar puntos y ha competido contra equipos muy fuertes. Luego tenemos la Copa del Rey a la siguiente semana... Ahora tenemos un mes y medio crucial por delante para lo que va a ser el resultado final de temporada. En la semana que viene, sino todo lo que viene por delante, que es mucho y fuerte.

Para ello planteó una mini pretemporada con mucha carga en el periodo navideño. ¿Cómo se encuentra su equipo de cara a estos retos?

La verdad es que todos han respondido muy bien. En las vacaciones han entrenado muy duro y con una sonrisa en la cara. Se los agradezco. Esa es la importancia de entrenar duro y además con alegría y felicidad porque cambia mucho la dinámica y ellos lo hacen. Los jugadores están muy bien y con ganas por lo que nos viene encima.

¿Cómo siendo la permanencia el objetivo?

Si. Una vez logremos la permanencia veremos hasta dónde podemos llegar. En la Copa del Rey dependemos mucho del sorteo. Tampoco hay que engañarse, porque si te toca un Atlético Barceloneta o un CN Sabadell, pues es complicado. En función del sorteo, obviamente llegar a lo más lejos posible. Si nos toca un equipo al que podemos ganar en cuartos o al que ya hemos vencido alguna vez, pues nos frotaremos las manos e intentaremos hacer historia otra vez. Luego en el Challenger, nuestro objetivo es llegar semifinales. Es complicado, porque ya en esta fase quedan ocho equipos, pero queremos pasar de ronda.

¿La sorpresa de la segunda vuelta puede ser el refuerzo del zurdo Ashworth Molten?

Si, llega este miércoles, viene muy motivado y con ganas de estar con nosotros. Estamos esperando con los brazos abiertos y creo que nos va a echar una muy buena mano.

► ¿Se puede ver el campeonato?

DIRECCIÓN: Joaquín Catalán
EDICIÓN DIGITAL: www.eldia.es

EL DÍA

LA OPINIÓN DE TENERIFE

Miércoles, 8 de febrero de 2023
A las 08:00 horas
Santa Cruz de Tenerife
Precio: 1,30 €

Santa Cruz prepara un Sábado de Piñata multitudinario Pág. 2

La Orotava Halla animales muertos de hambre en una tienda de mascotas Pág. 49

Urbanismo ordena el cierre del quiosco de la Plaza Militar Pág. 11

Impulso decisivo al cierre del tramo norte del Anillo Insular

La aprobación de la declaración de impacto ambiental de la vía entre San Juan de la Rambla e Icod de los Vinos por parte del Gobierno canario permite que la obra, valorada en 175 millones de euros, pueda comenzar este año

El Gobierno de Canarias ha informado formalmente a la Dirección de Impacto Ambiental para la autorización del proyecto de trazado y construcción del Cierre del anillo.

Insular de Tenerife, más concretamente de la traza entre San Juan de la Rambla e Icod de los Vinos. El presidente del Cabildo de Tenerife, Pedro Martín, aseguró que la declaración de impacto ambiental por José Antonio Villaverde en un plazo clave para que esta obra, valorada en unos 175 millones de euros, pueda comenzar antes de que acabe

el año de la Competeja capitalinaria por José Antonio Villaverde en un plazo clave para que esta obra, valorada en unos 175 millones de euros, pueda comenzar antes de que acabe

2023. La declaración de impacto ambiental se publicará en los próximos días en el Boletín Oficial del Gobierno y luego se iniciará el procedimiento de tramitación pública.

Página 6



El Echeyde busca un baño de gloria en Europa. El waterpolo Tenerife está en el subcampeonato. El Echeyde se está jugando en la Acción al 50º Aniversario en el estadio de San Juan de la Rambla de la Challenger Cup. (L)

Página 48

El Lenovo arranca con buen pie la segunda fase arrollando al Murcia

Página 47 y 41

La huelga de letrados bloquea 200 millones de euros en Canarias

Página 32

Las empresas isleñas apuestan por la ciencia y la innovación

Página 31





Televisión

14 horas

35 minutos

28 segundos

El **Tenerife Echeyde** disputó once partidos de competición europea esta temporada, que fueron ofrecidos por *streaming* a través de la web de la competición, por lo que se ha obtenido un **VPE estimado** de **53.460 euros**.

Esta cantidad, sumada a los 43 impactos recogidos en las televisiones, hacen un **VPE total** de **150.034 euros**, que se traduce en un Valor de Comunicación de **450.102 euros**.

La audiencia aproximada de los impactos recogidos asciende a unos **6.785.145 espectadores**.



Redes Sociales

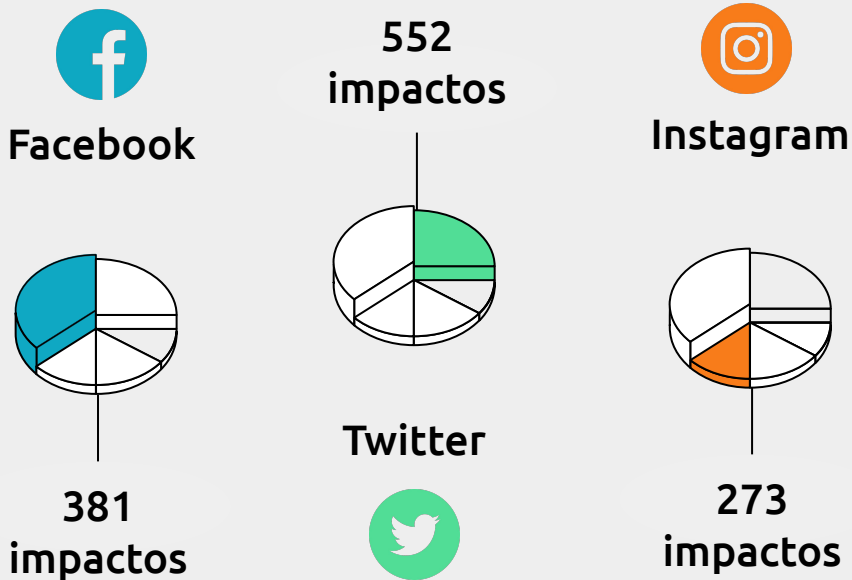
Las redes sociales recogen una repercusión de **1.206 impactos**, relacionada con la participación del Club deportivo **CN Echeyde** en la 'LEN EUROCUP y la CHALLENGE CUP' y el patrocinio de Tenerife Despierta Emociones.

Twitter destaca como la red principal, en cuanto al número de impactos, seguido de Facebook e Instagram respectivamente.





El impacto en los diferentes canales se distribuye de la siguiente manera por redes:

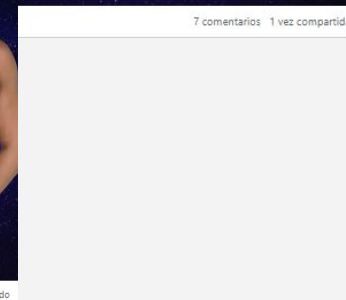




Facebook

En la red social de Facebook se aprecia, principalmente, la mención de Visit Tenerife y el hashtag #DespiertaEmociones #VisitTenerife en las publicaciones de la página de facebook del **Waterpolo Tenerife Echeyde**. También han publicado el spot publicitario y han usado el logo en creatividades.

Número de impactos: 381
Retorno de 1.524 euros





Twitter

La red social de Twitter recoge el mayor número de impactos. Destacan las publicaciones en las que se menciona a Visit Tenerife y DX Tenerife, así como el hashtag #TenerifeDespiertaEmociones y el uso del logo en creatividades.

Número de impactos: 552
Retorno de 1.104 euros

C.N. Echeyde
@CNECHEYDE

31' 10-9! GOOOOL GOOOL de penalti de Víctor Alegre para romper la sequía del #SantaCruzTenerifeEcheyde 🙌🏻

#VamosEcheyde #ElPlan2023 @RFEN_Oficial @DXTenerife @deportesctfe @Deporpress @deportetvC @StadiumTF @DeporteCanario

78 reproducciones

2:25 p. m. - 25 feb. 2023 · 298 Reproducciones

C.N. Echeyde
@CNECHEYDE

28' | 11-3 | GOOOL del #SantaCruzT Masculino 🙌🏻 Se une a la fiesta THE BC @AlbertEspanol 🥰👏

33 reproducciones

12:59 p. m. - 22 oct. 2022



Instagram

La red social de Instagram recoge el menor número de impactos. Destacan las publicaciones con el hashtag #TenerifeDespiertaEmociones y #VisitTenerife y publicaciones con el logo.

Número de impactos: 273

Retorno de 819 euros





5

Consideraciones generales

Consideraciones generales

El estudio de visibilidad en el periodo analizado se basa en una estimación en función de los estándares del sector.

El resultado, atendiendo al tiempo limitado de la participación del CN Echeyde en la competición, ha alcanzado un porcentaje de **ROI** que se sitúa en un **+6,91%** atendiendo a la cifra obtenida del **valor publicitario** y alcanza un **+22,75%** si se contempla el **valor de comunicación**.

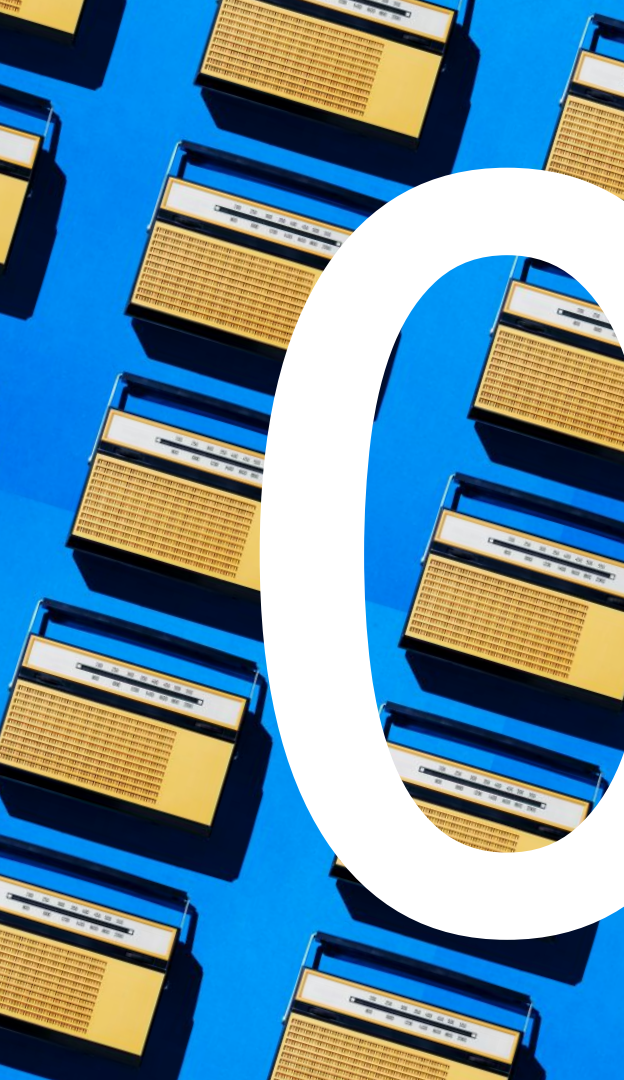
La **televisión** es el soporte con mayor retorno económico, pese a no ser el medio de comunicación que cuenta con mayor número de impactos, que son las redes sociales.

Los **periódicos**, en términos globales, alcanzan también un retorno económico fuerte, pese a ser el tercer medio en número de impactos.

Las **redes sociales** concentran el mayor número de impactos, aunque su reflejo en términos de valor económico es inferior.

La **radio** ha registrado escasos impactos y los **digitales** se colocan en segundo lugar, contando con un impacto mayor que la **prensa**.

El estudio se ajusta a criterios estrictos de presencia y **reconocimiento de marca**, por lo que se han descartado aquellas informaciones que, si bien citan la competición deportiva, no incorporan ni en el texto ni en la imagen la marca patrocinadora **Tenerife Despierta Emociones**.



**Metodología
empleada**

Metodología

El retorno económico se ha calculado en base al **Valor Publicitario Equivalente** (VPE).

También se ha tenido en cuenta el **Valor de la Comunicación** (VC), a través de la multiplicación x3 del VPE con el objetivo de ofrecer a la marca un dato complementario y una visión global del valor equivalente.

Las noticias en prensa, digital, radio y televisión se extraen del **Banco de Noticias de Metrópolis (iMetrópolis)**, otorgando valores aproximados en aquellos soportes y temporalidad en los que el seguimiento de medios no estaba vigente.

Esta metodología aplica los estándares del sector y las consideraciones de la **Guía Práctica de la Medición** de la Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación (ADECEC). Esta guía, es resultado de un consenso entre los distintos agentes del sector: compañías de Relaciones Públicas, Investigación y Seguimiento y Análisis de Medios, para alcanzar un acuerdo sectorial que garantice una buena y deseable medición en el sector.

El valor de la presencia en televisión, se establece a partir de la información proporcionada por cada plataforma.

Asimismo, la metodología propuesta incluye las recomendaciones de la revisión de los **Principios de Barcelona de la AMEC** (Asociación Internacional de Evaluación) realizada en 2015, última hasta este momento, que constituye la metodología formalmente aprobada y extendida en España para el análisis del impacto de la presencia en medios.

Metrópolis Comunicación se mantiene siempre a la vanguardia en materia de medición y valoración del impacto y rentabilidad de los patrocinios y sponsorizaciones de marca. Su equipo evalúa continuamente nuevos indicadores y mantiene actualizados los **datos de audiencia y tarifas publicitarias** de los medios de comunicación que monitoriza, lo que permite ofrecer resultados objetivos y actualizados en todo momento.

Con una firme vocación por la innovación y la mejora continua de sus servicios, el equipo directivo de Metrópolis Comunicación forma parte de algunas de las principales asociaciones del sector de la comunicación entre las que se incluyen **Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE)**, **Federación Internacional de Periodistas (FIP)** y **Asociación de Directivos de Comunicación (DIRCOM)** lo que le permite acceder y mantener un conocimiento actualizado de cuantas novedades en materia de comunicación y medición se producen.

FÓRMULA ROI

$$\frac{\text{Ingresos Generados} - \text{Coste Patrocinio}}{\text{Coste Patrocinio}} = \text{ROI}$$



INVERSIÓN

RETORNO

El **ROI** es la métrica que responde a las siglas en inglés “**Return of investment**”, es decir, retorno de la inversión. Su cálculo nos ayuda a saber cuánto dinero hemos ganado o ahorrado con la inversión realizada.

La fórmula para revelar el ROI consiste en restar la inversión a los ingresos, para luego dividirlo entre la inversión. Si ese porcentaje se multiplica por 100 posteriormente, resulta la cifra equivalente al **beneficio económico logrado**.

Glosario



Valor Publicitario Equivalente (VPE)

Valor económico de la cobertura obtenida por los esfuerzos de comunicación y relaciones públicas en internet.



Valor de la Comunicación (VC)

Tienen en cuenta:
Presencia
Tipo de medio /
credibilidad del medio
Contenido / mensajes clave /
atributos de marca
Alcance / viralidad



Impacto

Usado para analizar cuánta presencia visual y atractivo tiene un contenido. Las métricas que contienen el impacto incluyen el tamaño del titular, la fuente, el artículo, etc.



Return on investment (ROI)

Una medición del rendimiento utilizado para evaluar la eficacia de una inversión o para comparar eficacias de distintas inversiones. Para calcular el beneficio de una inversión se divide por el coste de esa inversión y se expresa en porcentaje o un ratio.

Sobre Metrópolis Comunicación



Metrópolis Comunicación es una empresa consolidada en el ámbito de la comunicación y las RRPP, especializada en la gestión de la comunicación institucional y de empresas privadas, gestión de redes sociales, marketing de contenidos, comunicación interna, estrategias online, gestión y creatividad publicitaria, diseño gráfico, publicaciones y seguimiento de medios.

Somos un **equipo de más de 48 profesionales**, motivados y especializados en los distintos ámbitos de la comunicación, las relaciones públicas, el diseño y las nuevas tecnologías aplicadas a la imagen y el marketing online y de contenidos.

En continuo crecimiento, contamos con una red de oficinas y personal con sedes en Canarias, Baleares y personal propio en Madrid y Andalucía.

Metrópolis

comunicación



- Calle José Zárate y Penichet,
número 3. Santa Cruz de Tenerife, España
- Contacto: +34 922 26 55 52 - 667784461



metropoliscom.com