



Resumen Ejecutivo

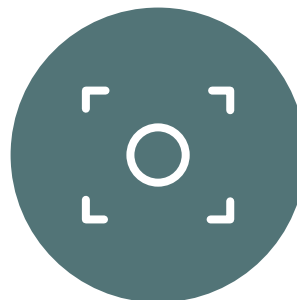
948 MERKATUA 2018

Iruñea

marzo 2019

OBJETIVO

Analizar el impacto que ha generado la II edición de 948 Merkatua. Para esto, se estructura el trabajo de la siguiente forma:



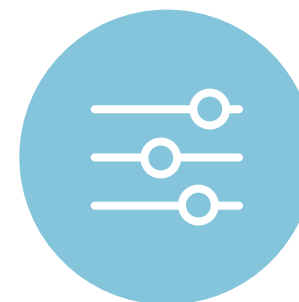
Definición del Marco de referencia



Entrevistas a los distintos agentes de interés participantes



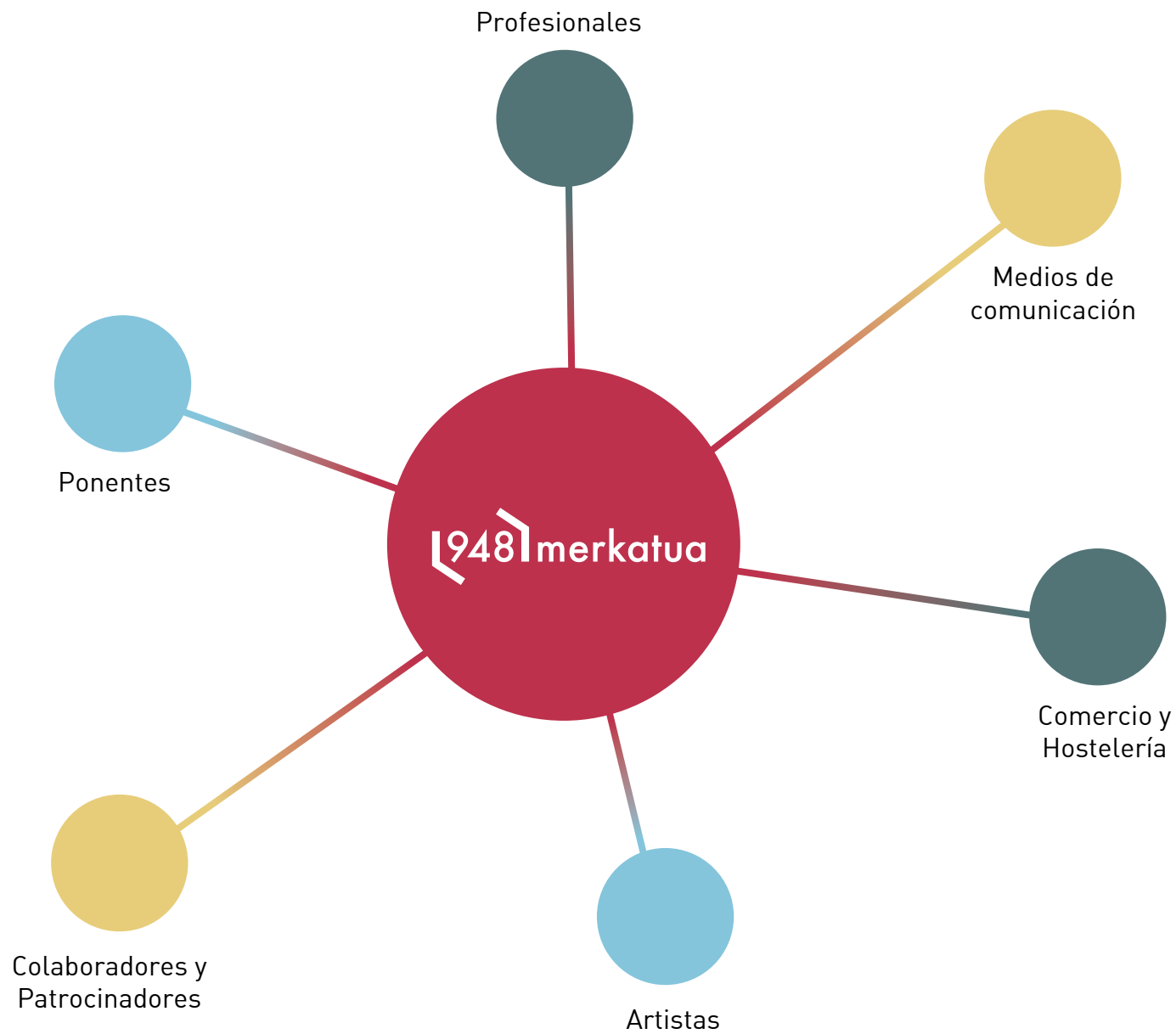
Medición del impacto económico



Diseño de un panel de mando a futuro

AGENTES

Estos son los agentes de interés que componen 948 Merkatua





DICIEMBRE 2018

Definición del Marco Teórico.
Propuesta del Plan de trabajo.
Petición de información.
Diseño de los cuestionarios a los distintos grupos de interés.



ENERO 2019

Entrevistas Artistas.
Entrevistas Medios de comunicación.
Entrevistas ponentes.
Entrevistas Comercio, hostelería y hoteles: impacto indirecto.



FEBRERO-MARZO

Entrevistas profesionales.
Entrevistas colaboradores/patrocinadores (wip).
Impacto económico directo e inducido.
Marco de evaluación a futuro.

RONDA 1

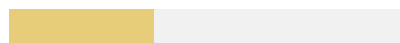
RONDA 2

RONDA 3

CONCLUSIONES



El 60% de los y las profesionales que acudieron desde el resto de España a la feria en 2017 afirman estar colaborando en proyectos surgidos de la misma.



El 38,5 % de los y las profesionales que acudieron desde Euskadi + Navarra a la feria en 2017 afirman estar colaborando en proyectos surgidos de la misma.



El 43 % de los y las profesionales que acudieron desde Euskadi + Navarra a la feria en 2017 afirman estar colaborando en proyectos surgidos de la misma.



Casi el 50%, de media, de los agentes profesionales que estuvieron en 948 Merkatua 2018 están colaborando en la actualidad con algún proyecto surgido dicha edición.



El 71,5 % de los y las profesionales que acudieron desde el resto de España a la feria en 2018 lo hicieron para ver propuestas nuevas.



El 63 % de los y las profesionales que acudieron desde Euskadi + Navarra a la feria en 2018 lo hicieron para ver propuestas nuevas.

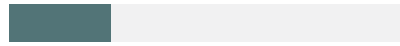


Desde Nueva Aquitania, la mayoría de los y las asistentes han acudido a atender un stand. En relación al resto de ámbitos geográficos, este territorio parece el más predispuesto a hacer negocio.

CONCLUSIONES



El 46% de los artistas afirman que esta actividad ha aumentado el interés de la ciudadanía de Navarra por su tejido cultural.



El 25% de los anteriores cree que haber participado en 948 Merkatua ha aumentado su visibilidad.



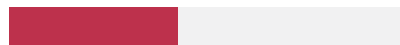
El 44,5% de los artistas ha acudido a las actividades de exhibición fuera de Baluarte.



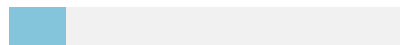
El 100% de los entrevistados/as en Hostelería, Comercio y Hoteles coincide en que estas actividades favorecen la economía de Pamplona.



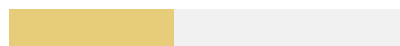
6 de cada 10 ponentes afirman que, tras su intervención, siguen en contacto con asistentes a su conferencia.



El 41,6% de los y las que atendieron el stand creen que la inversión económica ha sido viable.



El 14% de los profesionales que han participado en las dinámicas de networking afirman estar trabajando ya en colaboración con proyectos nacidos en 2018.



El 40,4% de los profesionales que han atendido stands afirman estar trabajando ya en colaboración con proyectos nacidos de esta edición.