

Dirección General de Comunicación Social

Ciudad de México, 23 de febrero de 2017

Comunicado 029 /2017

GENERÓ 45 MILLONES DE DÓLARES DE DERRAMA, PARTIDO DE LA NFL PROMOVIDO POR SECTUR

- **La Secretaría de Turismo del Gobierno de la República informó que además de la derrama, el evento deportivo atrajo a 21 mil 500 visitantes nacionales y 9 mil 500 visitantes internacionales.**
- **De acuerdo con un estudio de *Sport Industry Group EY* el evento generó 2 mil 840 puestos de trabajo en la capital del país.**
- **La Sectur destacó que el encuentro de la NFL confirma la capacidad logística y de organización de los mexicanos en eventos de relevancia internacional.**

Una derrama económica que asciende a 45 millones de dólares generó el juego de fútbol americano de la NFL, entre los equipos de los *Raiders* de Oakland, y los *Texans* de Houston, celebrado el pasado 21 noviembre en la Ciudad de México, considerando las actividades previas, durante y después del encuentro, lo que constituye un éxito deportivo y de promoción turística para el país.

La Secretaría de Turismo (Sectur) del Gobierno de la República informó que además de la derrama económica, el encuentro deportivo cumplió con las expectativas de la estrategia del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), al atraer a 21 mil 500 visitantes nacionales y 9 mil 500 visitantes internacionales.

La Sectur precisó que de acuerdo con un estudio de la empresa *Sport Industry Group EY*, el evento generó además 2 mil 840 puestos de trabajo en la capital del país y confirmó la capacidad logística y de organización de los mexicanos en la realización de eventos de relevancia internacional.

Como se recordara, los Oakland *Raiders* enfrentaron a los Houston *Texans* ante 76 mil 473 aficionados que asistieron al Estadio Azteca, el pasado 21 de noviembre de 2016, en lo que fue el primer *Monday Night Football* realizado fuera de Estados Unidos.

El total de las localidades vendidas incluyó a 21 mil 500 visitantes nacionales y 9 mil 500 visitantes internacionales, principalmente de Estados Unidos, que en promedio permanecieron cinco días en el país. El gasto total de los turistas fue de 43 millones de dólares, de los cuales 32 millones impactaron de manera directa en la CDMX.

El estudio de EY reunió datos de diferentes fuentes, incluyendo encuestas post-evento de la NFL, aplicadas a los aficionados que asistieron al juego y cifras más amplias sobre la economía de México.

El documento señala que “la retroalimentación de los visitantes a México fue abrumadoramente positiva, ya que 72 por ciento de los visitantes internacionales declaró que ahora tenían más probabilidades de regresar al país y 90 por ciento afirmó que recomendaría una visita a familiares y amigos”.

La investigación de EY subrayó el valor de la Ciudad de México para albergar el juego de la NFL entre los Oakland *Raiders* y los Houston *Texans* en noviembre del año pasado.

Expuso que aprovechando el interés y la emoción que genera la Liga de la NFL, la capital del país ganó un impulso significativo en su economía, con alrededor de 31 mil visitantes con ingresos adicionales para las empresas locales, el apoyo a miles de empleos y la generación de ingresos fiscales significativos para el Gobierno federal”, afirmó Mark Gregory, economista en jefe de EY UK & I.

Asimismo, destacó que “los aficionados que viajaron a la Ciudad de México también aprovecharon la oportunidad para ampliar su estancia más allá de la noche del juego, visitando una serie de atracciones en la capital y otras partes del país.

Esto dejó una imagen positiva, que permite a los anfitriones mostrar lo que tiene para ofrecer y alentar a futuro el crecimiento turístico, importante para la economía de México", agregó.

El estudio también indica que la transmisión en vivo del partido en Estados Unidos por ESPN y ESPN Deportes llegó a 33 millones de personas con un promedio de audiencia de 12 millones.

Además, desde el anuncio del juego en febrero y hasta el día del encuentro, registró casi 20 mil menciones del partido en medios tradicionales, digitales y redes sociales en Estados Unidos con un valor estimado en actividades de Relaciones Públicas de casi 250 millones de dólares según las empresas *Repucom* y *Prime Research*.

EY puntualizó que la participación de los aficionados previo al juego también fue muy relevante: 205 mil personas asistieron al "NFL Fan Fest", en el Bosque de Chapultepec, y más de 55 mil en otras actividades en la Ciudad de México, durante la semana del partido.

La NFL regresará a la capital del país en 2017, cuando los Oakland *Raiders* reciban como locales a los New England *Patriots* en el Estadio Azteca. La fecha y hora del juego se determinarán en conjunto con el lanzamiento del calendario de la temporada de NFL.

=0o0=

Avenida Presidente Masaryk 172, colonia Bosques de Chapultepec, delegación Miguel Hidalgo, C.P. 11580.
Tel. 3002 6300.

