



BILBAO
FINAL 2025

**ESTUDIO DE
IMPACTO DE LA
FINAL DE LA UEFA
EUROPA LEAGUE
2025**

Octubre 2025



Presentación	3
1. PARTICIPACIÓN	
1.1: Datos de la participación	5
• Los números	
• Caracterización	
• Origen	
1.2: Movilización turística	8
1.3: Canales de información	9
1.4: Motivaciones para la participación	10
2. LA EXPERIENCIA	
2.1: Calidad de la experiencia	12
• Valoración global	
• Detalle de la valoración	
• Recomendación de la experiencia	
2.2: Aspectos destacados de la experiencia	15
2.3: Oportunidades de mejora	16
3. IMPACTOS DEL EVENTO	
3.1: Impacto Económico	18
• Datos globales	
• Directo	
• Movilización	
• Impacto inducido y otros indicadores	
• Activación empresarial y empleo asociado	
3.2: Impacto mediático	23
• Datos globales	
• Detalles del impacto	
3.3: Relevancia del evento para la sociedad vasca	25
3.4: Impacto turístico	26
3.5: Impacto social	27
• Datos globales	
3.6: Impacto medioambiental	29
• Generación y gestión de residuos	
• Ligada a la movilidad	
4. VALORACIÓN FINAL	
4.1: Los números de la final	35
4.2: Resumen ejecutivo y metodología	36

El **21 de mayo de 2025** Bilbao, Bizkaia y Euskadi acogían la Final de la UEFA Europa League 2025. Un encuentro que se celebró en el estadio de **San Mamés** y que enfrentó a dos clubes británicos: Tottenham Hotspur y Manchester United.

La Final fue promovida por el **Gobierno Vasco**, la **Diputación Foral de Bizkaia** y el **Ayuntamiento de Bilbao**, en su estrategia de atracción de grandes eventos deportivos internacionales, tras la celebración de la Final de la UEFA Women's Champions League en 2024 y con la mirada puesta en las Finales de Rugby 2026.



*Informe elaborado por **Ikertalde Grupo Consultor**, a petición de Gobierno Vasco, Diputación Foral de Bizkaia y Ayuntamiento de Bilbao.*



1. PARTICIPACIÓN

1.1. Datos de la participación

- Los números
- Caracterización
- Origen

1.2. Movilización turística

1.3. Canales de información

1.4. Motivaciones para la participación

1.1: DATOS DE LA PARTICIPACIÓN: LOS NÚMEROS



La Final de la UEL25 movilizó a un total de 85.930 personas, de las cuales **49.862 asistieron a San Mamés.**

Además de las personas asistentes al partido, el evento también atrajo a 36.068 personas más, que quisieron participar activamente en el ambiente generado por el propio evento deportivo.

La movilización total se compone, mayoritariamente, de personas de procedencia británica; un dato que no solo se corresponde con la asistencia al partido, sino que también se extiende a toda la participación generada alrededor del evento.

61%
de las personas movilizadas,
de origen británico

65%
de las personas movilizadas,
menores de 45 años

64%
de las personas movilizadas
pernoctaron

1.1: DATOS DE LA PARTICIPACIÓN: CARACTERIZACIÓN

Uno de los indicadores más destacados de esta Final es la **participación en grupos de amistades** (3,96 personas por grupo como tamaño promedio).

La afluencia extranjera condiciona la edad de las personas participantes: **el grupo de entre 25 y 44 años supone casi la mitad** del total de personas movilizadas (44%), y la presencia de personas en su madurez resulta también relevante (29%).

Las personas más jóvenes componen un grupo muy relevante entre la movilización local (31%) que acudió sin entrada y se concentró en los Fan Meeting Points, el Fan Festival y/o el entorno del estadio de San Mamés.

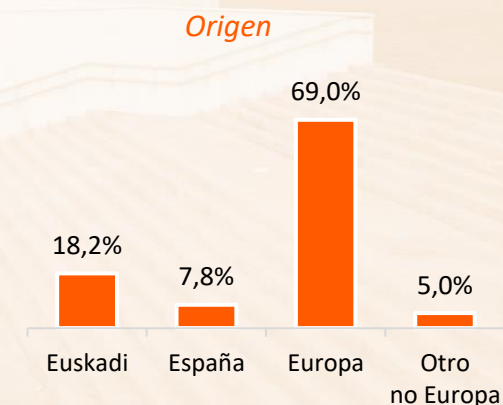
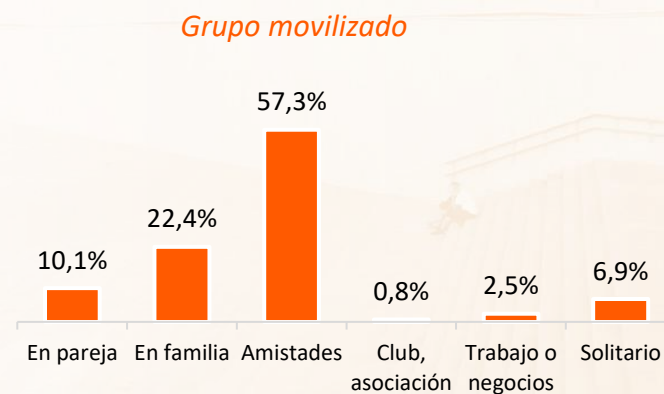
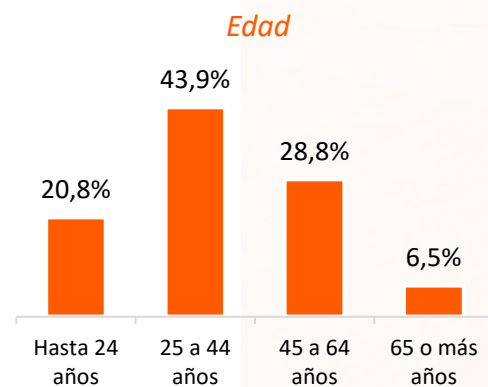
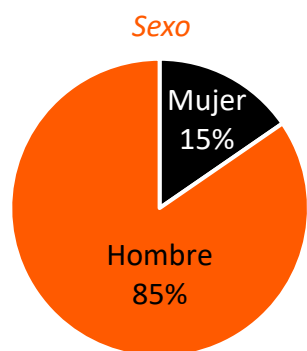
Los grupos de amistades ligados a un equipo de fútbol dominan la participación, especialmente entre compradores de entrada, pero también entre la parte movilizada para disfrutar del ambiente, 60% y 54% respectivamente. La diferencia entre ambos grupos es la siguiente:

Los grupos familiares y las parejas suponen casi un tercio -32,5%- del total movilizado. El formato de visita en familia tiene un peso similar en los grupos con entrada y sin entrada -alrededor de un 22%- en tanto que las parejas se dan principalmente entre la ambientación sin entrada -15%-.

La procedencia británica de los equipos participantes en la final condiciona fuertemente la participación: **74% de las personas movilizadas son extranjeras**.

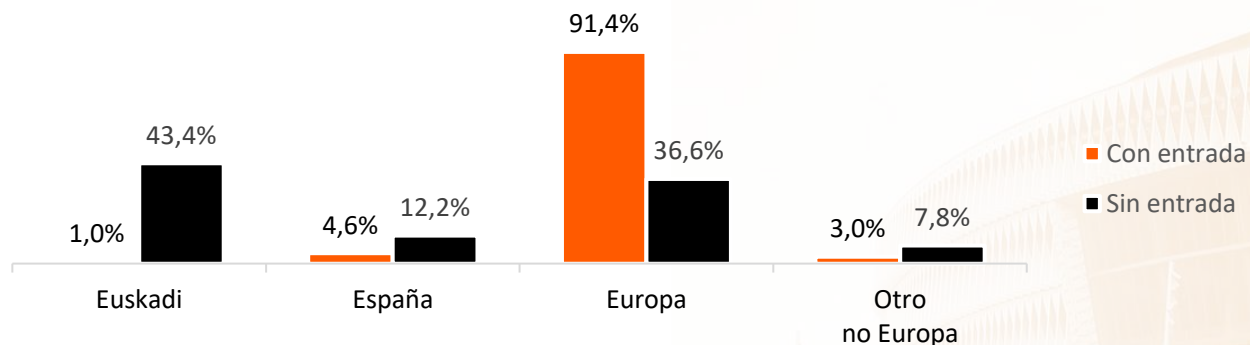
Relevante y característico de este evento deportivo es que el dominio extranjero no solo se da entre las personas compradoras de entrada, más del 90%. Bilbao se convirtió también en lugar festivo para una cantidad significativa de la afición británica que no pudo acceder al estadio: un 44% de este grupo.

El 85% de las personas movilizadas fueron hombres.



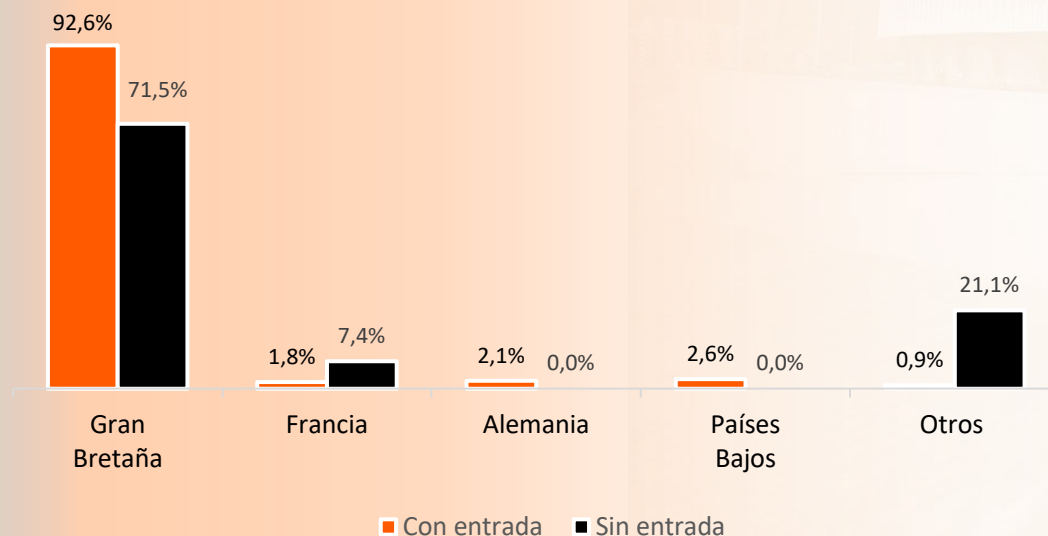
1.1: DATOS DE LA PARTICIPACIÓN: ORIGEN

Origen, según posesión de entrada



La participación tiene dos características principales: es fundamentalmente británica entre aquellas personas que contaron con entrada, y es mixta –británica/local- entre aquellas personas que no accedieron al estadio.

Origen de participantes del extranjero, según posesión de entrada



La proporción británica –y extranjera- entre las personas sin entrada vino dada por el elevado interés suscitado entre las aficiones de los dos clubes participantes: tanta como para que 16.000 personas recalaran en la ciudad con el único fin de disfrutar del ambiente y, eventualmente, de la celebración.

Esta participación se vio complementada por personas locales, principalmente de la propia ciudad (2/3), y también de lugares limítrofes como Iparralde, Cantabria o Navarra.

1.2: MOVILIZACIÓN TURÍSTICA



**PERSONAS CON
PERNOCTACIÓN**

El evento generó un número significativo de pernoctaciones en la ciudad sede y sus alrededores. Se trata fundamentalmente de las personas atraídas para ver el partido o disfrutar del ambiente, y en particular de personas ligadas a las dos aficiones de los clubs finalistas: Manchester United y Tottenham Hotspur. De hecho, el 95% de la pernoctación acaecida se inscribe en estas dos aficiones, y solo el restante no se identifica con ninguna de ellas.

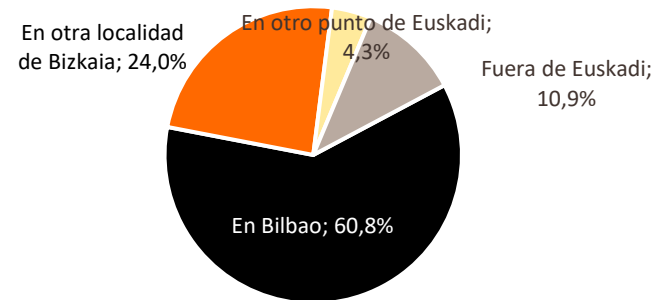
Se confirma el enorme efecto tractor ejercido sobre los establecimientos turísticos por parte de un evento deportivo como éste.

Hoteles, con un 58% de representación en la acogida de la pernocta, y apartamentos turísticos, con un 35%, protagonizan esta absorción de personas, con una estancia media de 2,41 noches.

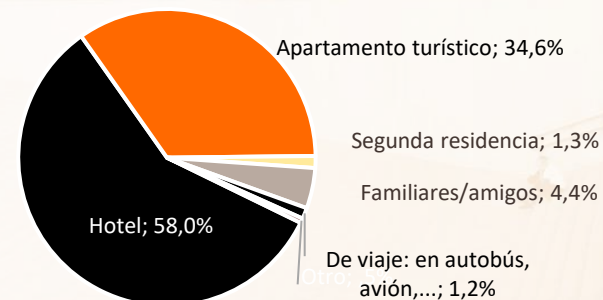
La mayor parte -85%- se instala en Bizkaia, principalmente en Bilbao. El resto de Euskadi acogió al 4,3%, y también se extendió a otros puntos fuera de Euskadi -10,9%- como Cantabria o Navarra.

En cuanto al transporte, la tendencia de viaje principal de la movilización con pernocta conllevó el uso del avión -63%- con un uso de vehículo privado del 12% a pesar de la distancia con el origen de ambos equipos finalistas, y autobuses y otros transportes públicos -20%-.

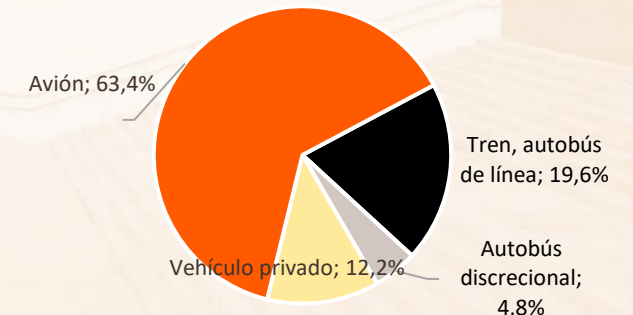
Localidad de pernoctación



Establecimiento de pernoctación

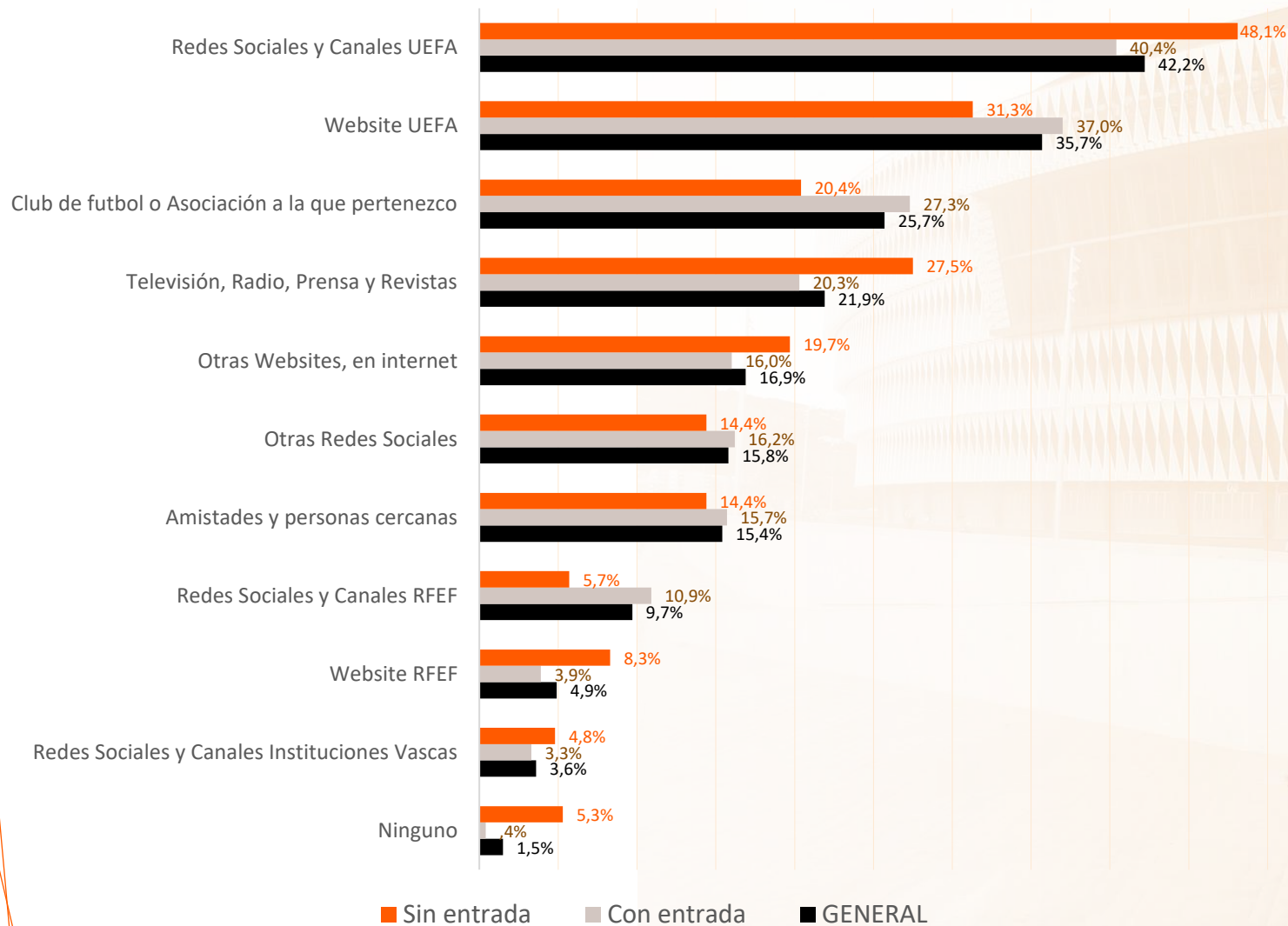


Transporte a ciudad sede



1.3: CANALES DE INFORMACIÓN

Canales de información utilizados por las personas participantes



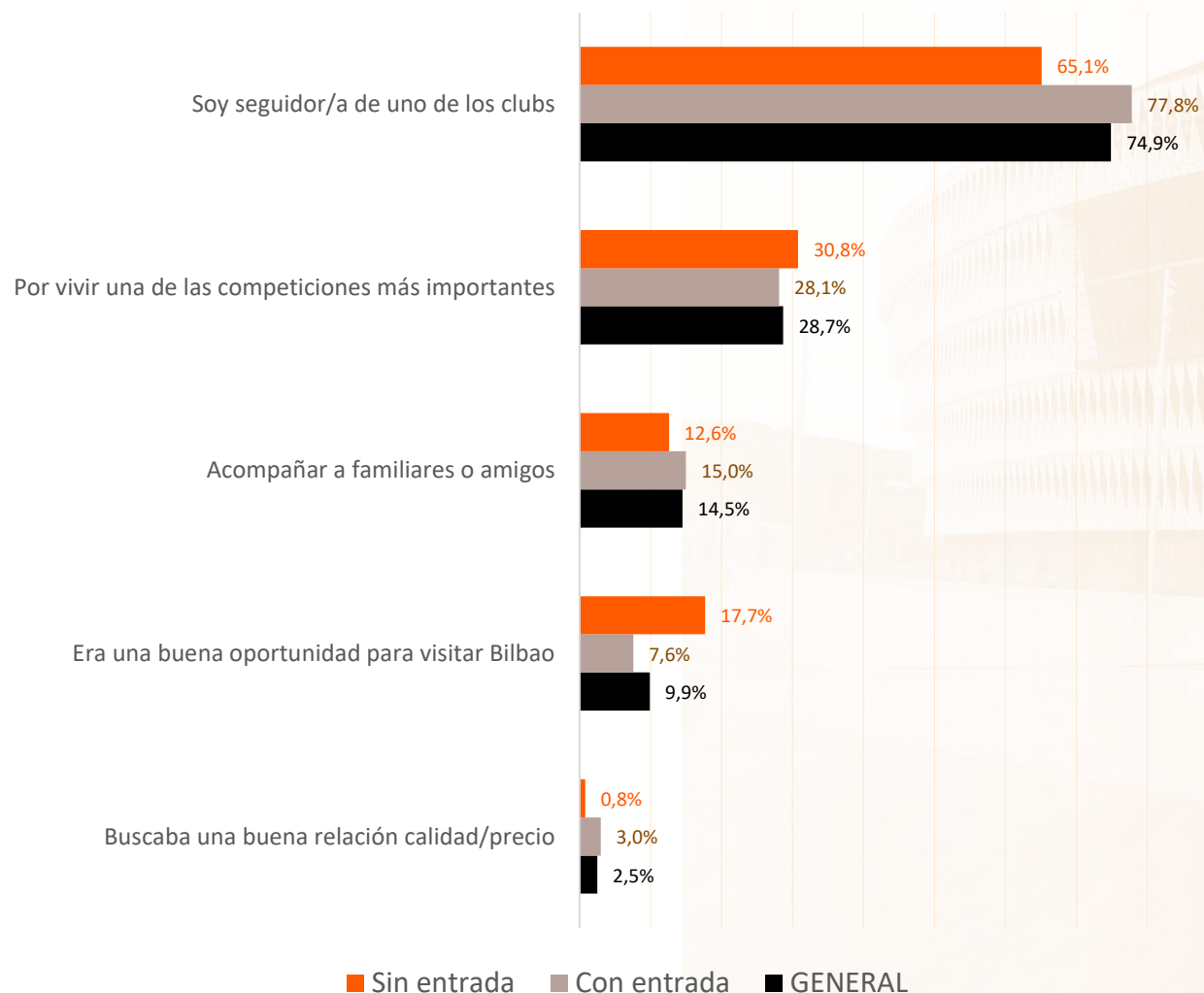
La UEFA es el principal agente que aporta información, bien a través de su página web, bien a través de sus redes sociales.

También tienen mucho calado los canales de información de los clubes finalistas – especialmente entre quienes cuentan con entrada para acudir al partido. Los medios de comunicación –televisión, radio, prensa y revistas– impactaron principalmente entre quienes únicamente se acercaron a la ambientación, sin tener entrada.

El conjunto de información procedente de internet y redes sociales generalistas también es fuertemente relevante.

1.4: MOTIVACIONES PARA LA PARTICIPACIÓN

Motivo principal para la participación (2 opciones)



La pertenencia a una de las dos aficiones de los equipos finalistas define mayoritariamente la participación, tanto en el estadio como fuera de éste.

Además, se dan razones de otra índole, claves en la atracción de la parte no tan vinculada a un club. Fundamentalmente son dos:

- La **magnitud del evento**: uno de los grandes eventos a nivel mundial, que merece la pena observar y sentir incluso careciendo de una afición fuerte al deporte, o una adhesión a los clubes participantes.
- **Bilbao, Bizkaia, Euskadi**, como oportunidad para vivirlos en un momento único, y aprovechando las oportunidades de comunicación generadas en paralelo al evento.

Ambas son oportunidades que van más allá de la natural atracción de las aficiones participantes.



2. LA EXPERIENCIA

2.1: Calidad de la experiencia

- Valoración global
- Detalle de la valoración
- Recomendación de la final

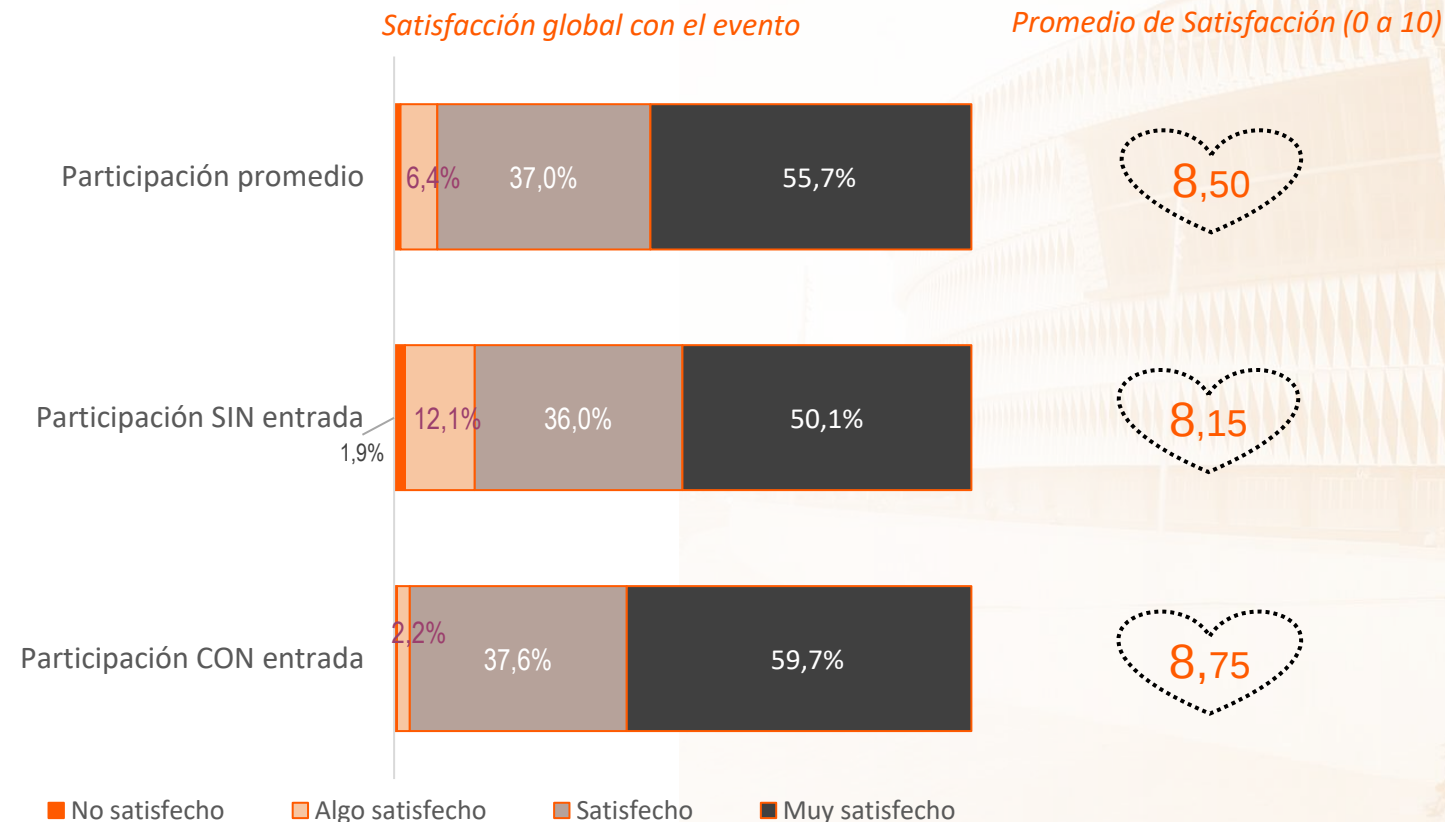
2.2: Aspectos destacados de la experiencia

2.3: Oportunidades de mejora

2.1: CALIDAD DE LA EXPERIENCIA: VALORACIÓN GLOBAL

El evento ha constituido una experiencia muy satisfactoria

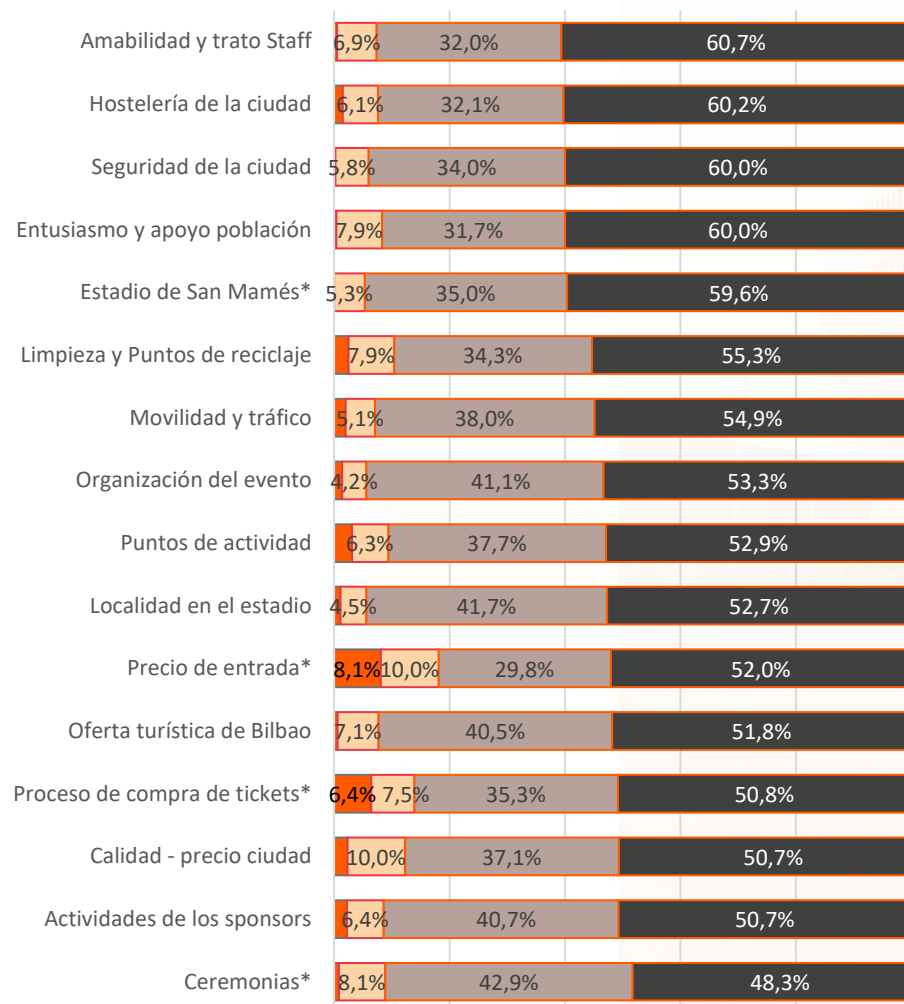
- La final de la UEFA Europa League 25 ha constituido una experiencia muy satisfactoria para las personas que han participado.
- Destaca la valoración de quienes han vivido el partido en el estadio de San Mamés. Así puede interpretarse de su satisfacción promedio, con 8,75 puntos en una escala entre 0 y 10, propia de una participación entregada que ha vivido una experiencia única.
- La vivencia de quienes acompañan el ambiente a lo largo de las diferentes zonas de activación en la ciudad es también positiva, como muestra su puntuación promedio: 8,15 en la misma escala.



2.1: CALIDAD DE LA EXPERIENCIA: DETALLE DE LA VALORACIÓN

Satisfacción global con el evento

Promedio de satisfacción (0 a 10)



La satisfacción obtenida en relación con la organización del evento no solo es elevada, sino también muy homogénea en todos los ámbitos organizativos, lo que constata un buen saber hacer en la celebración de grandes eventos. Destaca:

- **La amabilidad y el trabajo del staff, la hostelería de la ciudad, la seguridad, el apoyo y participación de la población local y el estadio de San Mamés** han sido altamente valoradas, con puntuaciones entre 8,5 y 9.
- El resto de los ámbitos organizativos cuentan también con elevadas puntuaciones, por encima de 8 en una escala entre 0 y 10. La satisfacción muy elevada aparece en la gran mayoría de los casos.
- Tan solo dos conceptos –el precio de las entradas y el proceso de compra de éstas– muestran grupos desafectos significativos, pero que siguen siendo minoría frente al de satisfechos -18% en el caso de las entradas, y algo inferior con respecto al proceso de compra-.

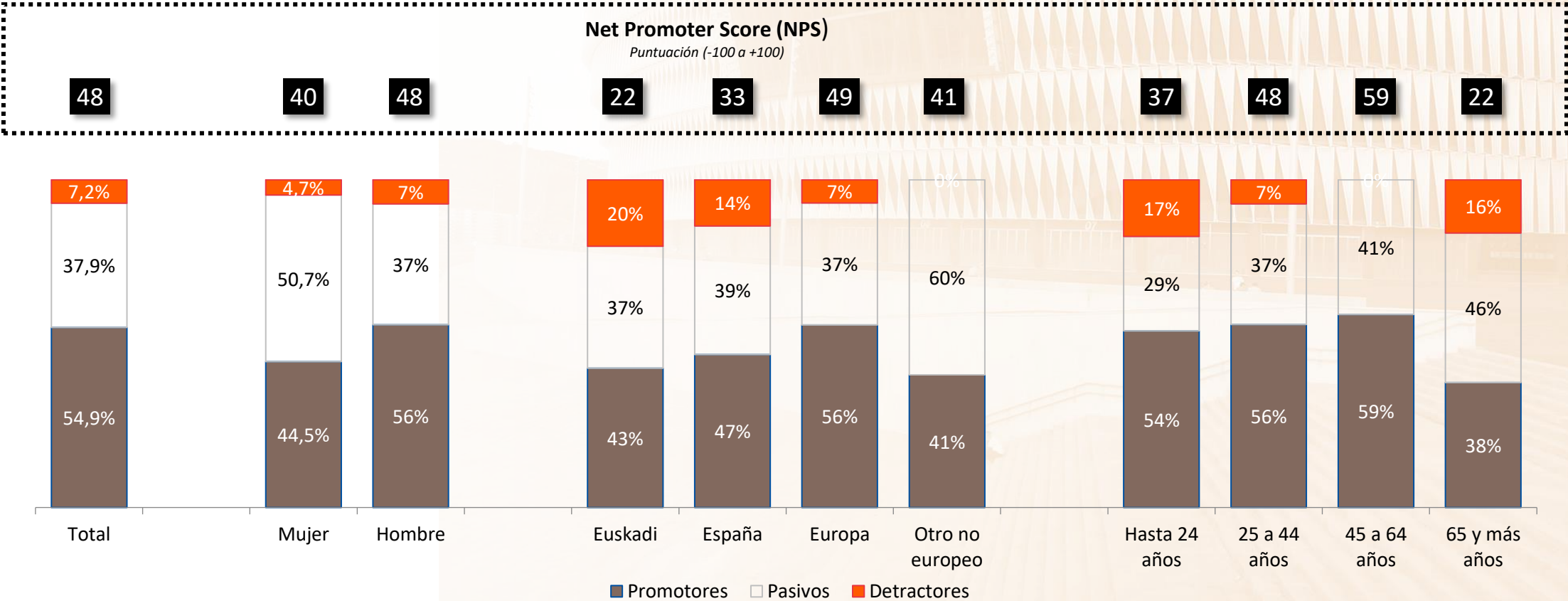
2.1: CALIDAD DE LA EXPERIENCIA: RECOMENDACIÓN DE LA FINAL



El nivel de recomendación de la Final de la UEFA Europa League es elevado: 48. Es decir, quienes van a recomendar este evento –aquellos que han contestado un 9 o un 10 en una escala entre 0 y 10- dominan entre los asistentes al partido.

La recomendación es particularmente homogénea entre personas británicas (NPS=49), lógicamente entre las aficiones implicadas- y en las edades maduras entre los 25 y 64 años. Es singularmente atractivo (NPS=59) para quienes cuentan entre 45 y 64 años.

¿Hasta qué punto recomendaría acudir a una Final de la UEFA Europa League?



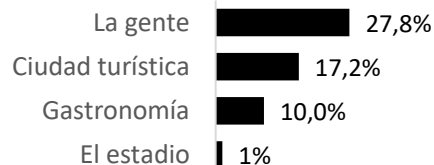
2.2: ASPECTOS DESTACADOS DE LA EXPERIENCIA

La participación en la final –y, por ende, presumiblemente, la de otros grandes eventos- define Bilbao como una ciudad particularmente interesante. Es decir, la ciudad se constituye como elemento central en la organización del evento, como factor que garantiza una experiencia global y enriquecedora: por sus gentes y su forma de incorporarse a la fiesta, por su calidad turística, por su gastronomía... Aspectos todos ellos que garantizan vivir algo mucho más allá del partido y sus actividades asociadas.

1



BILBAO
 33.678 menciones
56%

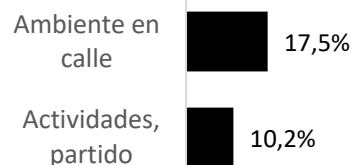


Más allá de la competición, **la ciudad de Bilbao ha logrado presentarse como un destino turístico de interés**. La movilización ha disfrutado de la ciudad y de su oferta turística y de servicios, en particular la oferta hostelera y cultural, y parte con una percepción muy positiva de la gente gracias tanto a los apoyos recibidos como a la integración de la población local en el ambiente. También se ha apreciado la calidad del estadio.

2



LA EXPERIENCIA
 16.495 menciones
28%



La Final ha generado una gran **ambientación en la ciudad, y éste ha sido precisamente el aspecto muy destacado** -de forma espontánea- por las personas participantes. Esta clase de experiencia ha aportado un valor a la asistencia por encima, incluso, de la actividad propuesta como acompañamiento al partido.

3



ORGANIZACIÓN
 9.257 menciones
16%



Es significativo el elevado **aprecio espontáneo recibido por la organización**. Esta valoración responde a las actividades organizadas, a la seguridad y limpieza de la ciudad, a la señalética y personas dispuestas y, en general, la facilidad con la que se ha vivido el evento por parte de **las aficiones**.

2.3: OPORTUNIDADES DE MEJORA

PRECIOS

7.297 menciones

29,6%

La carestía de la ciudad constituye un reto de mejora que aparece con cierta recurrencia. Principalmente refiere los precios de alojamiento.

Los retos de movilidad se asocian a dos cuestiones: los problemas de aparcamiento, dados los altos contingentes de vehículo privado que acarrea esta clase de eventos, y la imposibilidad de vivir la ciudad, en los casos en los que por seguridad se ha alejado excesivamente a las aficiones del centro de la ciudad.

MOVILIDAD

2.818 menciones

11,4%

Ello redunda en una vivencia de la ciudad más complicada, siendo uno de los aspectos de la experiencia más valorados cuando las personas se acercan a un evento de este tipo.

Además, la tendencia a las aglomeraciones propias de esta clase de eventos sobrepasa a una parte, poco significativa, de la afluencia -10%- .

AGLOMERACIONES

2.387 menciones

9,7%

Fuente: Encuesta a la participación

Base: Asistencia movilizada. Menciones de 24.445 personas; que acumulan 24.633 sugerencias

3. IMPACTO DEL EVENTO

3.1: Impacto económico

- Datos globales
- Directo
- Movilización
- Impacto inducido
- Activación empresarial y empleo asociado

3.2: Impacto mediático

- Datos globales
- Detalle del impacto

3.3: Relevancia del evento para la sociedad vasca

3.4: Posicionamiento turístico

3.5: Posicionamiento social

- Expectativas
- Voluntariado

3.6: Impacto medioambiental

- Generación y gestión de residuos
- Ligado a la movilidad



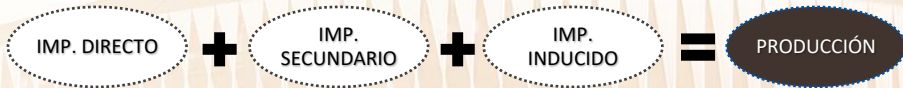
3.1: IMPACTO ECONÓMICO: DATOS GLOBALES

La Final de la UEFA Europa League 2025 ha generado un impacto de **52,3 millones de euros** en la economía vasca. Esta producción corresponde a la inyección por la organización, a la movilización lograda, y a la concatenación de producciones intermedias generadas por éstas a lo largo de la cadena de valor intersectorial de la economía vasca.

- La organización del evento ha generado una **inyección -directa- en la economía vasca de 11,5 millones de euros**. Este importe procede 1) de la contratación de empresas y personas vascas por parte de la organización local, UEFA y RFEF y 2) de la estancia y los gastos asociados a ella por parte de personas vinculadas directamente con el evento y que viven ordinariamente fuera de Euskadi.

Se trata de gastos como pernoctación, compras, actividades o transporte de los colectivos ligados a la producción del evento, participantes –equipos, clubes, sponsors o personas invitadas - y medios de comunicación.

- Las personas asistentes a la final, junto con el restante movilizado gracias a la capacidad de la final de crear ambientación festiva, han inyectado en la **economía vasca cerca de 24 millones de euros**. Este impacto secundario viene constituido por la pernoctación, consumos hosteleros, compras en comercios, actividades en destino y transporte dentro de Euskadi.
- La suma de los impactos monetarios directos e indirectos suponen 35,1 millones de euros. Esta inyección monetaria genera a su vez nuevos intercambios económicos en otros sectores, interrelacionados en toda economía. Es decir, para llevar a cabo las labores asociadas a la organización y dar servicio a la movilización, las empresas han debido recurrir a la compra de bienes y servicios a terceros en otros sectores de la economía, o en los participantes primariamente con un grado de profundización superior en su trama empresarial.



Impacto de la Final UEL25		52.255.889 €
Impacto directo		11.526.366 €
<i>Gasto organizativo en Euskadi</i>		
Impacto secundario		23.834.278 €
<i>Gasto de turistas, excursionistas y ciudadanía vasca movilizada</i>		
Impacto inducido		16.895.245 €
<i>Producciones intermedias a lo largo de la cadena de valor</i>		

Esta nueva cadena de valor inducida en la economía se ha incorporado en el cálculo de producción total impulsada por el evento, de acuerdo con las interrelaciones sectoriales definidas en las tablas input-output de EUSTAT. **El impacto económico a cuenta de esta producción intermedia derivada se cifra en cerca de 16,9 millones de euros.**

Fuente: Elaboración propia, con datos organizativos y fuentes estadísticas (EUSTAT, Ibiltur, INE).

3.1: IMPACTO ECONÓMICO: DIRECTO

La organización de la final de la UEL25 ha conllevado la contratación de empresas y personas para la aportación de diferentes servicios. Todas las instituciones y organizaciones implicadas en el evento han realizado contrataciones, de las que, a efectos de esta evaluación, se consideran únicamente las efectuadas con empresas vascas. **El montante de esta inyección sobre la economía vasca a través de su tejido empresarial ha sido de cerca de 8,9 millones de €, de los que algo más de 2,1 millones de € corresponden a la inyección efectuada por las instituciones vascas** –Gobierno Vasco, Diputación Foral de Bizkaia y Ayuntamiento de Bilbao-. El 53% del presupuesto público inicial ha recaído en el tejido empresarial de Euskadi.

La final ha implicado la estancia en Euskadi de diferentes colectivos de personas: profesionales en diferentes funciones de producción y montaje, prensa u otros colectivos con una participación protagonista. También consideramos en este apartado a las personas invitadas por la organización.

La mayor parte de la pernocta de estos colectivos se da alrededor de la final, pero también se han recogido otras presencias previas con motivo del diseño y preparación de la final a lo largo de los meses previos a ésta.

En conjunto, **la aportación de este colectivo se cifra en cerca de 2,7 millones de euros** ². El 66% de esta aportación corresponde a funciones ajenas a la producción del evento.

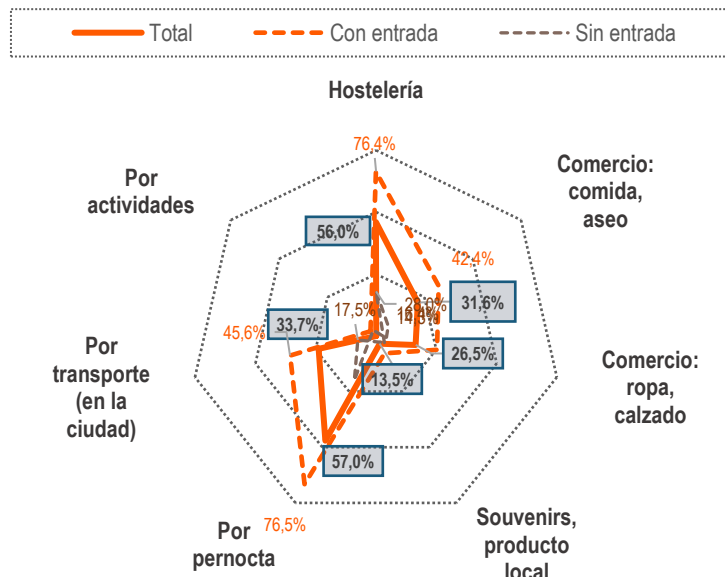
IMPACTO POR ORGANIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN LIGADA A ÉSTA	11.526.366 €
Inyección en el tejido empresarial y económico vasco por contratación de servicios y personas	8.860.028 €
Inyección efectuada por las Instituciones Vascas : Gobierno Vasco, Diputación Foral de Bizkaia y Ayuntamiento de Bilbao ¹	2.123.675 €
Inyección económica por otras organizaciones implicadas: UEFA, RFEF, equipos participantes.	6.736.353 €
Aportación derivada de la estancia en Euskadi de personas ligadas al evento	2.666.338 €
Producción y organización	905.069 €
Clubs, Jugadores, Sponsors e Invitados VIP	1.012.065 €
Medios de comunicación acreditados	749.244 €

¹ Se ha considerado únicamente el gasto realizado sobre empresas vascas. No incluye la totalidad del presupuesto.

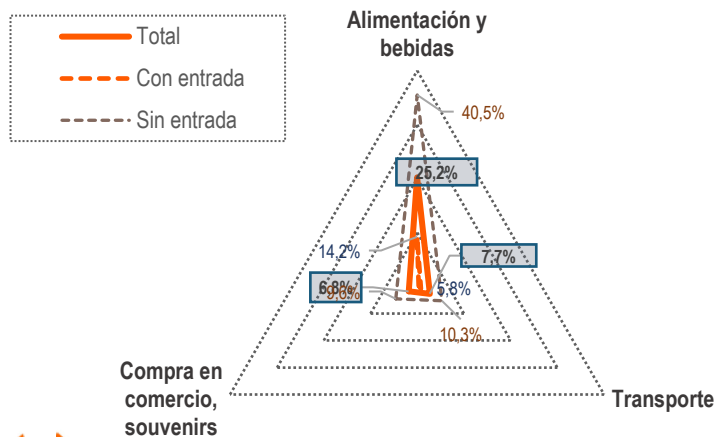
² Se ha considerado únicamente el gasto realizado por personas no residentes en Euskadi.

3.1: IMPACTO ECONÓMICO: MOVILIZACIÓN

Propensión al gasto entre TURISTAS, por conceptos



Propensión al gasto entre EXCURSIONISTAS, por conceptos



CONCEPTO (TURISTA)	INGRESOS OBTENIDOS
Pernocta	13.656.621 €
Hostelería	5.667.702 €
Básicos en comercio (alimentación, higiene)	1.236.287 €
Equip. Personal en comercio (ropa y otros)	206.333 €
Producto local, souvenirs	238.540 €
Transporte	1.145.299 €
Actividades de ocio	232.195 €
Subtotal Turista (con pernocta)	22.382.977 €

CONCEPTO (EXCURSIONISTA)	INGRESOS OBTENIDOS
Hostelería y alimentación en comercio	863.515 €
Transporte	361.910 €
Otros (Ropa, producto local, actividades,...)	225.876 €
Subtotal Excursionista (sin pernocta)	1.451.301 €

TOTAL (turismo + excursionismo)	23.834.278€
--	--------------------

Las personas movilizadas por la final han realizado un **gasto vinculado total de algo más de 23,8 millones de euros.**

La final ha generado dos ejes de aportación:

- **Las personas con entrada realizan un 80% de la aportación**, cerca de 19,1 millones de €, en comparación con los cerca de 4,8 millones por parte de las personas movilizadas sin entrada.
- **Los y las turistas (con pernoctación) realizan un 94% de la aportación**, 22,4 millones de €, en comparación con los 1,45 millones de las personas procedentes del ámbito local o cercano que no pernoctan.

El comportamiento de las personas que necesitan pernocta y las que no, difiere notablemente. Además de este gasto de alojamiento, que supone un 57,3% del total secundario, desarrollan un comportamiento de gasto más denso y diverso, que se refleja en los 421€ de promedio por 61€ de los segundos.

3.1: IMPACTO ECONÓMICO: IMPACTO INDUCIDO

Se estima una **producción intermedia derivada de las interacciones intersectoriales a lo largo de la cadena de valor por un montante de 16,9 millones de euros**. En unión de la inyección directa e indirecta, suponen una producción final de 52,3 millones de euros.

Para la estimación de esta cifra se ha recurrido a una metodología basada en multiplicadores derivados del análisis de las relaciones intersectoriales en la economía vasca, con acuerdo a las tablas input-output ofrecidas por el Instituto Vasco de Estadística (EUSTAT).

De acuerdo con el análisis de estas mismas fuentes estadísticas, se estima una adición al PIB vasco prácticamente de 30,0 millones de euros o, una vez descontados los impuestos indirectos netos, una adición al VAB vasco de 27,1 millones de €.

Igualmente, se estima que las Administraciones públicas han recibido cerca de 10 millones de € en concepto de ingresos derivados de la celebración de la final de la UEFA Europa League. Este importe se distribuye en 2,92 millones de € por impuestos netos sobre productos (imposición indirecta),

cerca de 1,56 millones en concepto de impuestos de sociedades, 3,76 millones más en Seguridad Social, y 1,71 millones de € por recaudación de IRPF.

De acuerdo con este mismo modelo estadístico basado en las tablas input-output, se estima que esta producción derivada del evento tendrá como efecto en Euskadi la creación de 463 nuevos empleos, anualizados y a precios medios.

Producción total (Impacto), PIB, VAB, empleo equivalente e ingresos en la Administración

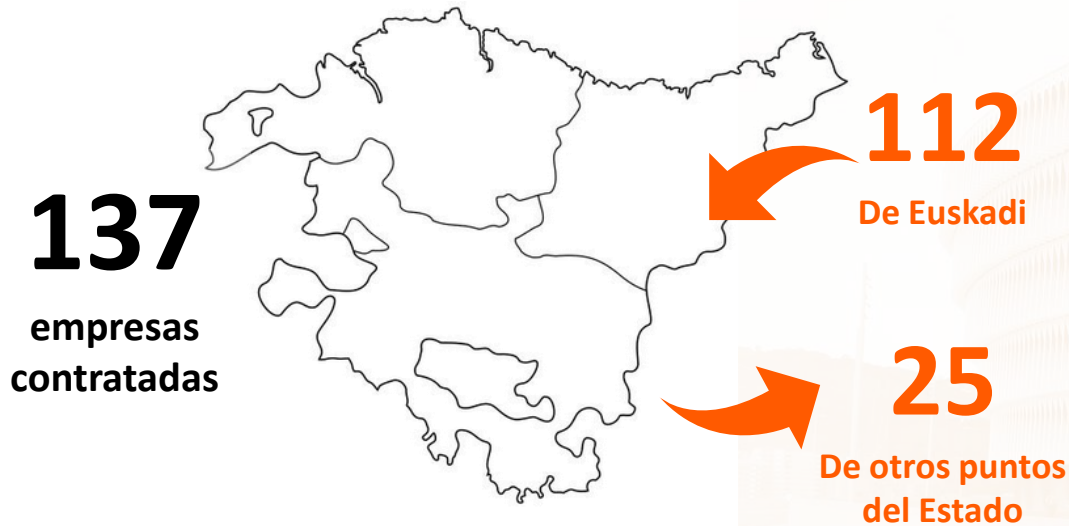
Producción total	52.255.889 €
PIB	29.992.898 €
VAB	27.069.403 €
Empleo anualizado asociado	463
Ingresos en la Administración	9.953.419 €



Impuestos Netos sobre Productos	2.923.496 €
Impuesto Sociedades	1.564.611 €
Seguridad Social	3.759.940 €
IRPF	1.705.372 €

3.1: IMPACTO ECONÓMICO: ACTIVACIÓN EMPRESARIAL Y EMPLEO ASOCIADO

Contratación de empresas por parte de las entidades participantes en la organización de la final de la UEL25 *



La organización del evento requirió la contratación de 137 empresas para la realización de diferentes servicios. 112 de estas empresas cuentan con sede social en Euskadi. La contratación en el ámbito vasco supone, por tanto, un 82% del total de empresas contratadas.

En cuanto a la organización local **, ésta contrató 55 empresas vía procedimiento de contratación pública, con resultado de 48 empresas adjudicatarias con sede en Euskadi, un 87% del total. En términos presupuestarios, la parte inyectada en la economía vasca a través de este esquema de contratación ha sido del 53%.

Fuente: Comité de organización local; RFEF; UEFA;
Encuesta a empresas contratistas. Elaboración propia

Generación de empleo entre las empresas vascas contratadas por la organización local **

	En Euskadi	En otros puntos
Empleo vinculado a los servicios prestados en la UELF 25 ***	844	123
Nuevas contrataciones para la prestación de servicios en la UELF 25	313	46

Los servicios y productos contratados por la organización local de la UELF25 a empresas han requerido la participación de 967 empleados, 844 de ellas en Euskadi. Se estima que 359 de estas personas han sido contratadas expresamente para estos servicios en el marco de la Final, 313 de ellas en Euskadi. Adicionalmente, la final aporta beneficios a las empresas participantes, en términos de Know-how y reconocimiento en el mercado. Como consecuencia, un 47% de ellas ven más oportunidades de mercado y crecimiento de su cartera de clientes por su participación como contratistas en la UELF25.

* Datos relativos a la contratación realizada por la Organización local, RFEF y UEFA.

** Gobierno Vasco, Diputación Foral de Bizkaia y Ayuntamiento de Bilbao.

*** Por servicios derivados de las licitaciones efectuadas por la organización local.

3.2: IMPACTO MEDIÁTICO: DATOS GLOBALES

La final de la UEFA Europa League 2025 ha registrado **6.720 impactos** en prensa, radio, televisión y en las redes sociales más relevantes, dentro del período comprendido entre el 1 de enero y el 24 de mayo de 2025.

El valor económico¹ acumulado de dichos impactos es de **34 millones de €**, con un valor medio por noticia de **5.058 €**.

La audiencia acumulada es de **13.223.087.964 personas potenciales**.

La mayor parte de las menciones se han producido en **redes sociales- 36%** de los impactos-. Les siguen los medios digitales con un 32 % y, en menor medida, la prensa impresa con un 13% y los medios audiovisuales un 19%.

En cuanto al valor económico, la mayor parte se reparte entre medios digitales (47%) y prensa impresa (48%).

En términos de geografía del impacto mediático, las menciones se reparten: 2.962 corresponden a medios locales (44,1%), 2.474 (36,8%) corresponden a medios internacionales, y 1.274 (19,0%) a medios estatales.

Las menciones se dan principalmente en medios generalistas (96%).

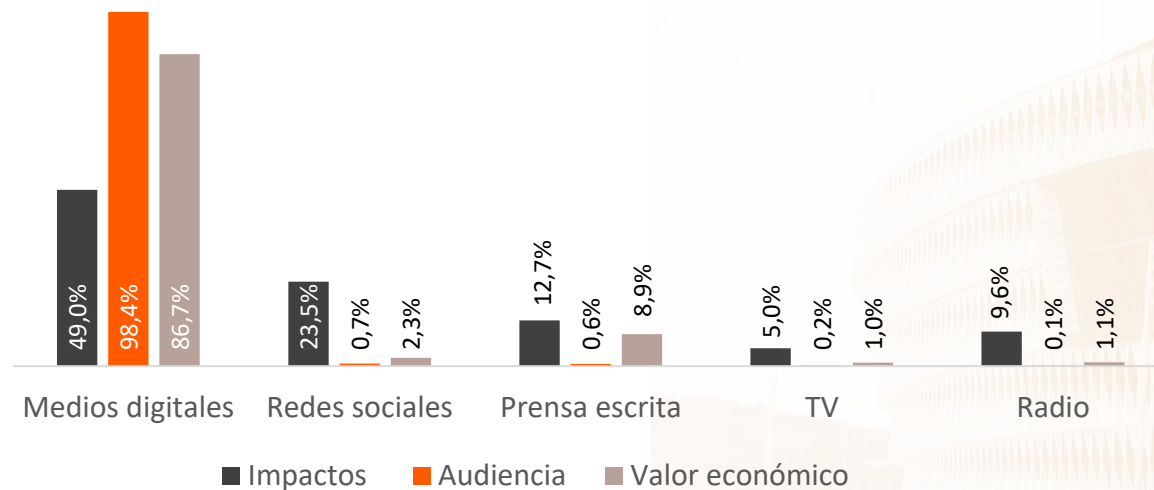
Los impactos se concentraron en el mes de celebración del evento, especialmente el día 21 de mayo del 2024 (82,4%).

TIPO	IMPACTOS	%	AUDIENCIA	%	VALOR	%
Medios digitales	2.154	32,0	12.344.051.990	93,1	15.895.144 €	46,8
Redes sociales	2.433	36,2	459.173.019	3,6	431.849 €	1,3
Prensa impresa	878	13,1	235.429.000	1,9	16.252.127 €	47,8
Radio	892	13,3	59.163.229	0,5	688.148 €	2,0
TV	363	5,4	125.270.726	0,9	726.652 €	2,1
Total	6.720	100	13.223.087.964	100	33.993.919 €	100

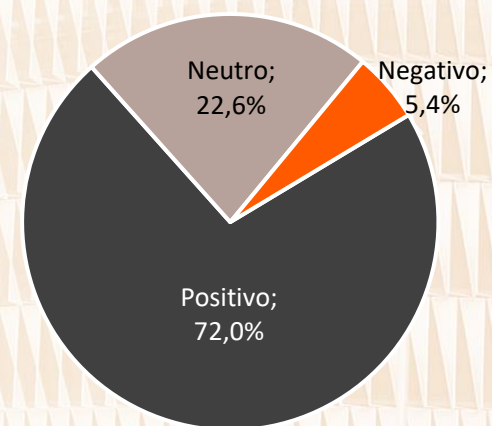
¹ Valor publicitario equivalente, o valor coste de la reserva y uso de espacios publicitarios para la comunicación alternativa del evento.

3.2: IMPACTO MEDIÁTICO: DETALLES

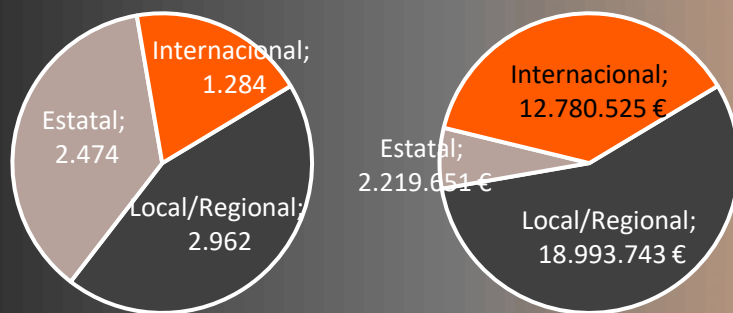
Peso de los impactos, de la audiencia y del valor económico por tipo de medio



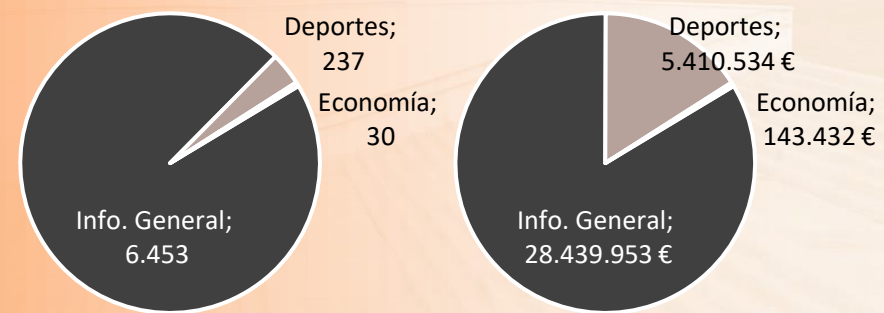
Sentimiento global generado



Impactos y valor según cobertura generada



Impactos y valor según la temática del medio



3.3: RELEVANCIA DEL EVENTO PARA LA SOCIEDAD VASCA

Una oportunidad para el crecimiento

Se observa una vinculación fuerte entre la ciudadanía y el evento, tanto por su asistencia a la ambientación como en la satisfacción mostrada.

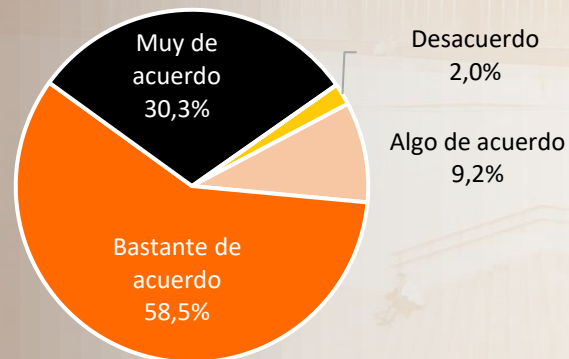
Un **93%** se muestra **satisfecho** con la celebración de la final de la UEL25 y, además, una amplia mayoría espera que este evento deje un legado económico significativo:

- En la mejora de la imagen de Euskadi como organizador de grandes eventos (**89% de apoyo**).
- Por la capacidad del evento de potenciar la economía local, y tanto a través de la inyección económica generada como a través de la participación de las empresas locales (**93% de apoyo**).

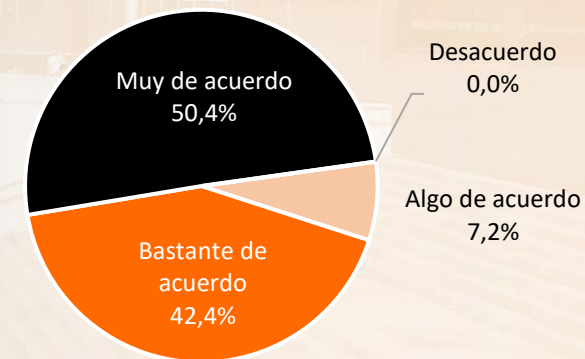


**DE SATISFACCIÓN CON LA
CELEBRACIÓN DEL EVENTO**

Mejorará la imagen de la ciudad para la atracción de todo tipo de eventos

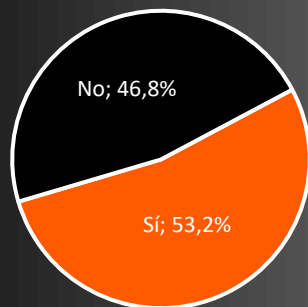


Será positivo para la economía local

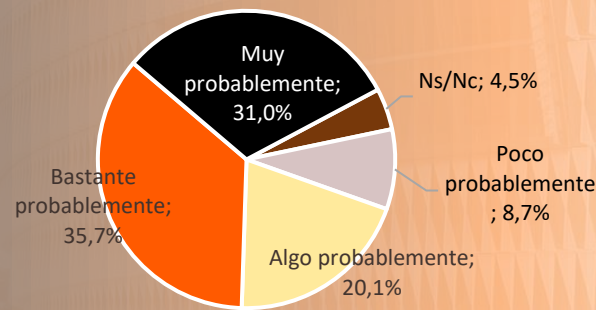


3.4: IMPACTO TURÍSTICO

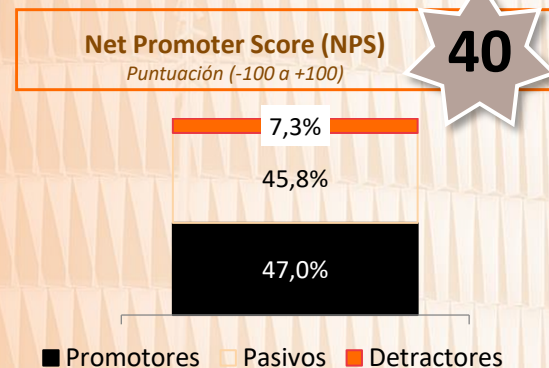
¿Ha hecho turismo en Euskadi aprovechando su estancia por la final?



Expectativa de regreso turístico a Euskadi en 5 años



¿Hasta qué punto recomendaría Bilbao como destino turístico entre familiares y amistades?



El evento ha mostrado un **impacto turístico considerable**:

- **Inmediato**, en forma de casi 55.000 personas que han pasado de promedio **2,4 noches** en diferentes puntos de Euskadi. El 53% de estas personas aprovecha para conocer Bilbao y otras localidades de Bizkaia y Euskadi, e implicarse en actividades de ocio y cultura.
- **Potencial**, teniendo en cuenta que un 67% muestra disposición para volver –un 31% con elevada probabilidad-, y teniendo en cuenta también que el nivel de recomendación estandarizado (NPS) se sitúa en un elevado +40 (en una escala situada entre -100 y +100).

3.5: IMPACTO SOCIAL

Relevancia para la sociedad vasca participante en el evento

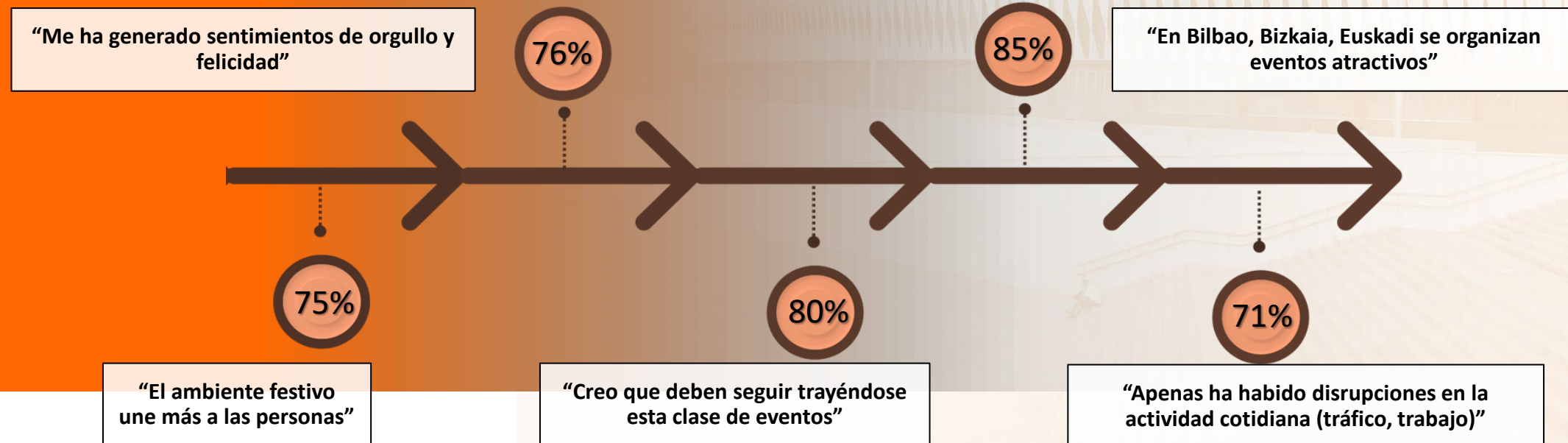
Una sociedad más integrada y dinamizada

El grupo de personas locales participantes en el evento comparte de manera casi unitaria que el legado de esta clase de eventos va más allá de lo económico.

Son muchos -85%- quienes enmarcan este evento en una línea de organización adecuada, pensada para la dinamización de la ciudadanía a la par que la atracción de visitantes.

Igualmente, se percibe una contribución al ambiente festivo y creación de comunidad -75%-, y domina también -71%- la parte que considera que no se han dado disrupciones significativas a cuenta del tráfico u otras dificultades añadidas.

Como consecuencia de todo ello, el 80% cree que las instituciones vascas deben seguir con esta clase de impulsos.

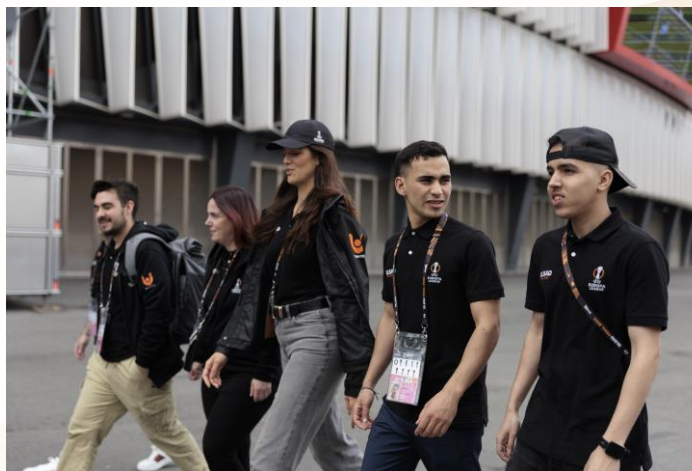


3.5: IMPACTO SOCIAL: VOLUNTARIADO

Las instituciones vascas realizan una apuesta por la participación de personas voluntarias y entidades sociales en los grandes eventos deportivos.

BizkaiaGara, Agencia de Voluntariado de Bizkaia, ha sido la entidad local encargada de coordinar la participación de diferentes entidades sociales dentro del Programa de Voluntariado de la RFEF.

El evento contó con la participación de **270 personas voluntarias**, de las cuales 65 pertenecían a colectivos de interés dentro de un trabajo de inclusión estratégico global. Para ello, colaboraron **11 entidades sociales vizcaínas**: Asociación Luisa de Marillac, Asociación Agintzari, Asociación Asebier, CEAR, Asociación Goiztiri, Fundación Emaus Social, Fundación Itaka – Escolapios, Aspanovas, Asociación Gorabide, Fundación Harribide y Emankor Sarea.



Todas las entidades sociales participantes hacen una muy buena valoración general de la experiencia, resaltando su interés por repetirla, tanto a nivel de entidad como a nivel individual.



3.6: IMPACTO MEDIOAMBIENTAL: PRESENTACIÓN

El evento no se circunscribió únicamente al estadio de San Mamés y sus alrededores, sino que hubo diversas actividades que se celebraron desde días antes del evento y en diferentes espacios de la ciudad.

Cabe resaltar:

Ensayos de la ceremonia de inauguración en el Polideportivo de Zorrotza en días previos a la final.

Anillos exteriores del estadio (ASP y OSP), así como la explanada del estadio, espacios que formaban parte del dispositivo de seguridad reforzado.

Fan Festival en el Arenal.

Fan Meeting Points de ambos equipos. Parque de Etxebarria para el Manchester United y zona de Amezola para el Tottenham Hotspur.

Zona de carga y descarga de personas aficionadas para la organización de llegadas y retornos hacia lugares de origen.



3.6: IMPACTO MEDIOAMBIENTAL: GENERACIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS

En la siguiente tabla se exponen los datos de los residuos recogidos por el servicio de Limpieza Pública y Gestión de residuos del evento:

Zonas activación	Fases	1.100 l.			240 ó 120 l.			80 l.	
		Envases	Papel/Cartón	Resto	Envases	Papel/Cartón	Orgánica	Resto	Vidrio
FMP Ametzola	Montaje (18-19-20 de mayo)	6	6						
	Operación (21-22 de mayo)	18	6		20	20	20		15
	Desmontaje (22-23-24 de mayo)								
FMP Etxebarria	Montaje (18-19-20 de mayo)	6	6						
	Operación (21-22 de mayo)	18	6		20	20	20		12
	Desmontaje (22-23-24 de mayo)								
Fan Festival	Montaje (18-19-20 de mayo)	4	4						
	Operación (21-22 de mayo)	2	2		12	12	12		
	Desmontaje (22-23-24 de mayo)								
OSP	Operación (21-22 de mayo)	6		6	18				
Athletic	Operación (21-22 de mayo)				9	7		11	
Tv Compound+Burbuja pequeña	Operación (21-22 de mayo)				4	2		4	
Ticketing Point+Log Point+Ticketing Centre	Operación (21-22 de mayo)				1	2		1	
TOTAL		60	30	6	84	63	52	16	27

En total se colocaron 96 contenedores de 1.100 L de las diferentes fracciones, así como 242 cubos de 120 o 240 L.

Los resultados de la recogida, englobando todos los espacios, fueron los siguientes:

Fracción	Peso Fracción (Tn.)	% (peso)	% selectivo
RESTO (Bandeja)	5,74	41,59	41,59
ENVASES	6,24	45,22	58,41
PAPEL CARTÓN	1,82	13,19	
ORGÁNICA	0	0	
TOTAL	13,8	100	100

Los **medios técnicos y humanos** utilizados para atender el evento desde el área de Limpieza Viaria y Recogida de Residuos Municipal se detallan a continuación:

- 25 conductores
- 44 peones

Y en **maquinaria**:

- 4 camiones de caja abierta
- 1 pick up de volteo de vidrio
- 1 hidrolimpiador
- 4 recolectores de carga trasera
- 3 barredoras de aceras
- 2 carretillas cargadores
- 2 baldeadoras
- 1 recolector de carga lateral
- 1 camión grúa



Como conclusión general, puede decirse que se obtuvo una **buena gestión de los residuos del evento en espacio público, con un 58,41 % de recogida separada**, aspecto muy positivo. Destacan el papel / cartón, donde la recogida fue excelente. Los envases tuvieron una separación buena y la separación de materia orgánica fue muy baja.

La recogida selectiva en los **recintos externos al estadio y sus anillos de seguridad fue excelente**.

3.6: IMPACTO MEDIOAMBIENTAL: LIGADO A LA MOVILIDAD

Dado el **volumen de vuelos** a gestionar, desde la organización del evento se trabajó de manera conjunta con los tres aeropuertos definidos por AENA para dar servicio al evento:

* Aeropuerto de Loiu (Bilbao)

* Aeropuerto de Foronda (Vitoria-Gasteiz)

* Aeropuerto de Santander (Camargo)

Se planteó una **estrategia conjunta** con todos los aeropuertos para gestionar las llegadas y, especialmente, las salidas post-partido de manera ordenada.

Para los autobuses privados ligados a vuelos charter, se consideró lo siguiente:

- Que tuvieran como punto de descarga única zonas anexas a cada una de las dos Fan Meeting Points.
- Ninguno de los más de 250 autobuses privados aparcó en la ciudad. Se dispuso de un parking disuasorio en las afueras de Bilbao donde todos estos autobuses estuvieron aparcados durante todo el día.
- Tras el partido, y con objeto de manejar ordenadamente las recogidas de las personas aficionadas, las mismas zonas de descarga durante el día para cada afición fueron los lugares para la recogida. Se fueron controlando las salidas de los autobuses desde el parking disuasorio hacia estos puntos de recogida de cada afición, en función de los horarios de los vuelos a los que daban servicio.
- Se dispuso de una herramienta de movilidad ad-hoc avanzada que aportaba información concreta del autobús que llevaría a cada aficionado/a a su avión.
- Todas estas medidas permitieron que a lo largo del día el tráfico en Bilbao no sufriera prácticamente afecciones adicionales por este tránsito de grandes vehículos.
- Para el caso de los vuelos regulares cuyas personas usuarias requerían traslado del aeropuerto a la ciudad, se contó con la colaboración de Bizkaibus, que reforzó al máximo sus capacidades los días previos y posteriores a la final para atender la demanda.

Dentro de la ciudad, se estableció la estrategia de que las dos Fan Meeting Points estuvieran a una distancia razonable del estadio, para que la ruta a pie fuera la ruta preferente.

Tanto **metro** como **tranvía** incorporaron servicios hasta el máximo de sus capacidades durante las horas previas y posteriores al encuentro; incluso se dispusieron puntos de venta de tarjetas de transporte público en cada una de las zonas de las aficiones.

Como **conclusión**, fruto de una **estrategia de movilidad con un enfoque de sostenibilidad**, se consiguió que durante todo el día Bilbao-Bizkaia no sufrieran molestias significativas en cuanto a la fluidez del tráfico (a excepción de la zona de seguridad peatonalizada alrededor de San Mamés), no rodaran ni estacionaran en Bilbao la citada gran cantidad de grandes vehículos, se utilizara mayoritariamente la opción de ruta a pie por parte de las aficiones, **minimizando así el impacto ambiental** ligado a la movilidad de este gran evento.



4. VALORACIÓN FINAL

4.1: La final en números

4.2: Resumen ejecutivo y metodología

4.1: LA FINAL EN NÚMEROS

PARTICIPACIÓN

85.930

personas movilizadas

18%

vascas/os

49.862

ASISTENTES A LA FINAL

36.068

Presentes en el
ambiente sin entrada

IMPACTO ECONÓMICO

52,3 millones de €

DE IMPACTO ECONÓMICO EN EUSKADI

13 veces

el retorno (ROI) obtenido sobre
presupuesto aplicado por las tres
instituciones vascas

23,8 M€

de gasto directo en la economía
vasca por el turismo atraído

EXPERIENCIA

8,5

de valoración general
(de 0 a 10)

8,5

la puntuación a la calidad
organizativa del evento

76%

de la movilización vasca en
el evento cree que la final
genera sentimientos de
orgullo y felicidad

75%

de la movilización vasca en el
evento piensa que esta clase de
eventos generan unión
entre personas

IMPACTO TURÍSTICO

64%

De las personas movilizadas
pernoctaron con motivo del evento

92%

de satisfacción con la
calidad de la oferta turística
de Euskadi, Bizkaia y Bilbao

47%

del turismo generado
recomendará fuertemente ¹
el territorio

67%

del turismo movilizado
volverá

4.2: RESUMEN EJECUTIVO Y METODOLOGÍA

Con cerca de 86.000 personas movilizadas, 49.862 de ellas asistentes al estadio, la final de la UEFA Europa League 2025 ha supuesto un gran impacto para Bilbao, Bizkaia y Euskadi. Este hecho responde a un doble reto:

- Las aficiones de los clubes participantes en la final se han movilizado fuertemente. Un buen reflejo de ello es el número de personas que se han acercado a Bilbao sin entrada para el partido.
- Se ha conseguido movilizar a la ciudadanía vasca, alrededor de 15.500 personas que se han integrado en las zonas de ambientación de El Arenal y cercanías de San Mamés.

IMPACTO ECONÓMICO

La final ha generado un impacto económico de 52,3 millones de €, con una adición al PIB de Euskadi de 30,0 M €, y un retorno económico directo en la Administración de casi 10,0 M €. Esta cifra de producción es prácticamente 13 veces el presupuesto de la organización local: Gobierno Vasco, Diputación Foral de Bizkaia y Ayuntamiento de Bilbao.

Adicionalmente, 112 empresas vascas de sectores diversos han aportado sus servicios y productos, contratadas por las entidades involucradas en la organización. Esta participación implica una inyección económica sobre el tejido empresarial vasco, y una oportunidad para el desarrollo de procesos y productos de alto valor por parte de ellas.

En otro orden, los 23,8 millones de € de ingresos obtenidos como efecto de la movilización de personas se han repartido entre sectores diferentes:

establecimientos turísticos (13,7M€), hostelería (5,7M€), comercio variado – alimentación, cuidado personal, ropa, producto turístico- (1,9M€), actividades de ocio (0,2M€) o transporte –gasolina, transporte público, etc.- (1,2M€).

Es importante destacar que existe un amplio consenso social con la oportunidad que representan los grandes eventos como motor de desarrollo de la economía vasca. Hasta un 93% de la movilización vasca la define como una inyección clave para la economía local, y para el desarrollo empresarial. Y una proporción similar (89%) señala que este tipo de eventos internacionales sirven para posicionar Euskadi con capacidad organizativa en grandes eventos.

A este respecto, se observa un alineamiento sólido entre las expectativas institucionales y las de la ciudadanía.

Por último, cabe mencionar un impacto mediático, publicitario equivalente de casi 34 millones de €.

POSICIONAMIENTO TURÍSTICO

El evento ha atraído 54.595 turistas, personas que han pernoctado en Euskadi y, ocasionalmente, también en comunidades aledañas. Alrededor del 85% de estas pernoctaciones se han localizado en Bizkaia.

Quizás lo más relevante es que una parte relevante de este turismo (53%) ha tenido un comportamiento que ha trascendido la asistencia al partido: ha recorrido localidades, ha participado de la oferta turística cultural y de ocio, y ha impactado en la economía local.

Adicionalmente, el evento parece ser un revulsivo turístico para el futuro. Una buena parte de estas personas (67%) cree muy posible un retorno vacacional a Euskadi, a lo que se añade un más que previsible efecto promotor sobre sus entornos de allegados, a la vista del elevado índice de recomendación de Bilbao y Euskadi (NPS) que se ha observado (+40).

UN EFECTO DE COHESIÓN SOCIAL

La parte de la ciudadanía que ha participado en el evento valora fuertemente tanto su carácter festivo como su interés promocional de la sociedad y la economía vasca. Destaca fuertemente la creencia en el efecto cohesionador que proporcionan esta clase de eventos (75%), y también que se trata de una actividad que les enorgullece (76%).

La participación vasca en el evento cree que se debe continuar con esta línea de atracción de grandes eventos deportivos, culturales, etc. (80%).

Y específicamente, más allá de la final, la mayoría cree vivir en una ciudad que cuida el tipo de actividad que promueve y gestiona, y su proyección hacia la ciudadanía (85%).

Por último, la movilización de cerca de 86.000 personas para una jornada -algo extendida, dada las poco más de dos jornadas de pernocta promedio- invariablemente produce ciertas disrupciones en la movilidad local, en la convivencia o en la limpieza.

Ha habido menciones a la movilidad y a las aglomeraciones, pero apenas se corresponden con el 3% de la movilización.

Las quejas ciudadanas recogidas son también escasas: apenas 171, y muy concentradas en una zona, Ametzola, donde se localizó la Fan Meeting Point del Tottenham.

En el programa de voluntariado han participado 270 personas, de las cuales una cuarta parte procedía de colectivos de inclusión de Bizkaia, para quienes la experiencia de voluntariado fue enriquecedora.

METODOLOGÍA

El estudio de impacto de la Final de la UEFA Europa League 2025 ha requerido de **fuentes primarias y fuentes secundarias** de información.

Fuentes primarias:

- 1) Datos procedentes de la organización del evento. Son datos presupuestarios, contratación de empresas, y contingentes de personas no residentes en Euskadi que han participado en tareas organizativas necesitando de una o varias noches de pernocta. Los datos proceden de entidades involucradas en la organización: Comité de organización local, RFEF y UEFA.
- 2) Entrevistas y datos de entidades colaboradoras y contratistas: BizkaiaGara, Sormen.
- 3) Encuestas a personas asistentes al partido y a personas que se han acercado al ambiente generado.

El informe ha requerido la realización de 1.016 encuestas entre la movilización generada por el evento: 480 encuestas de caracterización, comportamiento, gasto y experiencia, y 536 más para la estructuración de los flujos y la determinación de imputación de gasto de estos colectivos, particularmente los colectivos locales participantes. Esta segunda encuesta refuerza, además, los niveles de error muestrales con la recogida de datos básicos de caracterización.

Se estima un margen de error de $\pm 4,16\%$ para las magnitudes económicas de la movilización, con un nivel de confianza del 95%, y de $\pm 2,97\%$ para las variables de caracterización principal.

- 4) Encuesta sobre empresas contratistas del Comité Organizador local. Se han obtenido 17 respuestas de las 55 empresas participantes.

Fuentes secundarias:

El informe ha recurrido a diversas fuentes de información indirectas para la determinación de datos básicos e impactos. Destacan:

- Tablas Input-Output de la Comunidad Autónoma Vasca, de EUSTAT. El análisis de esta información es crucial para la determinación del impacto económico inducido, y la determinación de magnitudes básicas como el PIB o la recuperación administrativa.
- La operación turística IBILTUR, del Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco.
- La Encuesta de Establecimientos Turísticos Receptores de EUSTAT.
- Sitios web oficiales de UEFA, RFEF, Instituciones Vascas y prensa.

- Las tablas de índices de Precios al Consumo del INE.
- Otros estudios de referencia para la evaluación de este tipo de eventos.

Por otro lado, **para la determinación del impacto económico** se ha seguido un modelo de **tres etapas**:

1. La determinación de los gastos ligados a la organización del evento:

Esto incluye

- a) la inyección monetaria por contrataciones a empresas vascas, tanto por parte del comité local como por otras organizaciones involucradas; y
- b) la llegada de personas y colectivos no residentes, por cuenta de necesidades organizacionales, montaje o participación profesional en el evento.

2. Los gastos realizados por las personas movilizadas por el evento, tanto si han acudido al partido con entrada como si solo se han acercado a la actividad festiva, y en diferentes órdenes de imputación calculados de acuerdo con la información recabada de las fuentes primarias, específicamente a través de la Encuesta de estructuración de la movilización.
3. La determinación, a través del análisis de las tablas Input-Output de las producciones intermedias generadas a lo largo de la cadena de valor intersectorial vasca, que se asumen necesarias para la entrega de servicios, productos y consumos que ha implicado la final de la UEFA Europa League 2025, y por tanto. parte significativa de la producción total obtenida.





BILBAO

FINAL 2025

