

# Análisis de movilidad del torneo Conde de Godó 2026



01

Contexto

02

Principales  
cifras del torneo

03

El torneo por días

04

Perfil de visitantes del  
torneo

05

Beneficios  
de Smart Steps



# Contexto

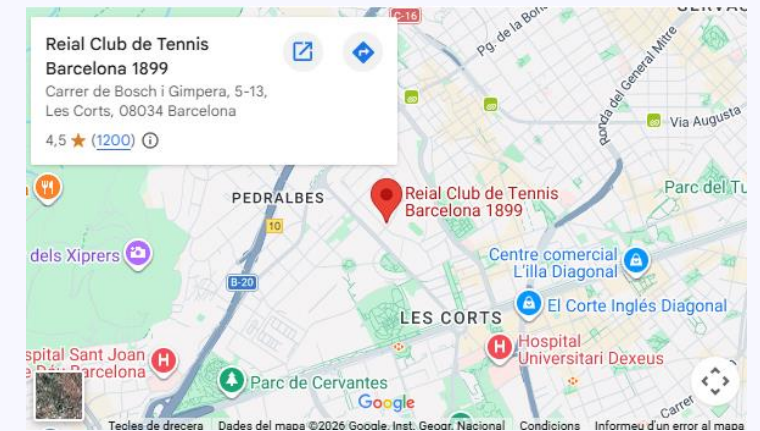
## Análisis de movilidad del torneo Conde de Godó

Gracias a nuestra plataforma **Smart Steps** para en el análisis de la movilidad de multitudes, hemos analizado el **Torneo Conde de Godó**, celebrado en el Real Club de Tennis Barcelona 1899 del **11 al 19 de abril de 2026**.

Esta 73ª edición del torneo, integrada en el circuito **ATP 500**, constituye uno de los eventos deportivos más relevantes del calendario.

El análisis permite evaluar tanto la afluencia de visitantes a lo largo de los distintos días del torneo como sus perfiles, aportando una visión detallada del **comportamiento y la composición de la audiencia**.

FECHA	RONDA
<b>Sábado 11 de abril</b>	Primera ronda fase previa
<b>Domingo 12 de abril</b>	Segunda ronda fase previa
<b>Lunes 13 de abril</b>	Primera ronda
<b>Martes 14 de abril</b>	Primera ronda
<b>Miércoles 15 de abril</b>	Octavos de final
<b>Jueves 16 de abril</b>	Octavos de final
<b>Viernes 17 de abril</b>	Cuartos de final
<b>Sábado 18 de abril</b>	Semifinales
<b>Domingo 19 de abril</b>	Final





## Principales cifras del torneo

## ¿Qué tendencias detectamos durante el torneo Conde de Godó?

Conclusiones más relevantes registradas del **11 al 19 de abril**, durante el torneo:





El torneo por días

## ¿Cuál es la evolución de los visitantes por días?

- Se observa un **crecimiento previo al evento**, con un incremento significativo **entre el 7 y el 10 de abril**, anticipando el interés generado por el torneo.
- **El 11 de abril** (inicio del torneo) marca el mayor punto de inflexión, dando paso a un **crecimiento progresivo de la afluencia** que se intensifica el **13 de abril**, cuando se registra un **aumento del 40%** respecto al día anterior.
- El **pico máximo** de usuarios se alcanza el **jueves 16 de abril**, consolidándose como el día de mayor afluencia.
- **A partir del 17 de abril** comienza una **tendencia descendente**, que se acentúa **el día 18 con una caída del 27%**, reflejando una disminución de la afluencia tras el punto álgido del evento.

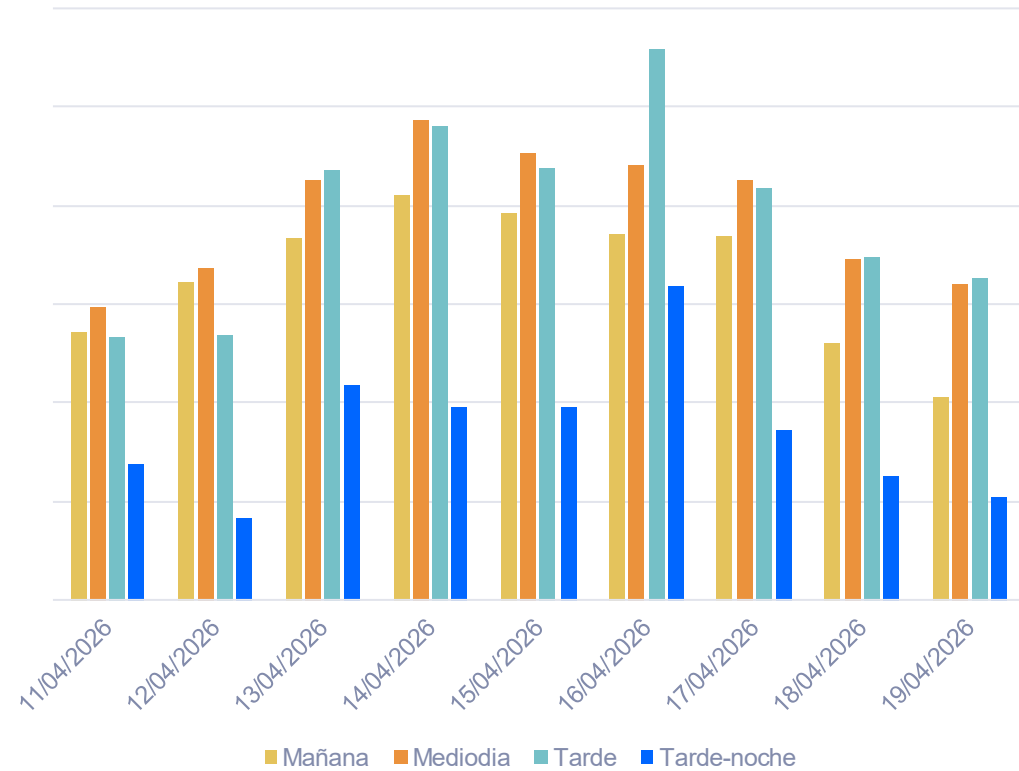
EVOLUCIÓN DE LOS VISITANTES POR DÍAS



## ¿Cuáles son los patrones horarios de movilidad?

- Durante los dos primeros días, el tramo de la tarde registra la menor afluencia, sin embargo, **a partir del tercer día se produce un cambio de tendencia.**
- **El jueves 16 destaca como el día con mayor concentración en el tramo de tarde,** con diferencia respecto al resto, además, se observa un **incremento en el tramo de tarde-noche,** coincidiendo con la primera "night session" oficial del torneo (formato similar a los Grand Slam).
- En general, se identifica una **baja presencia en el tramo de tarde-noche el resto de los días,** debido a la ausencia de partidos a partir de las 20:00h.
- De cara al fin de semana (sábado 18 y domingo 19), se observa una **disminución de la afluencia en el tramo de la mañana.**

### TRAMOS HORARIOS DE MOVILIDAD





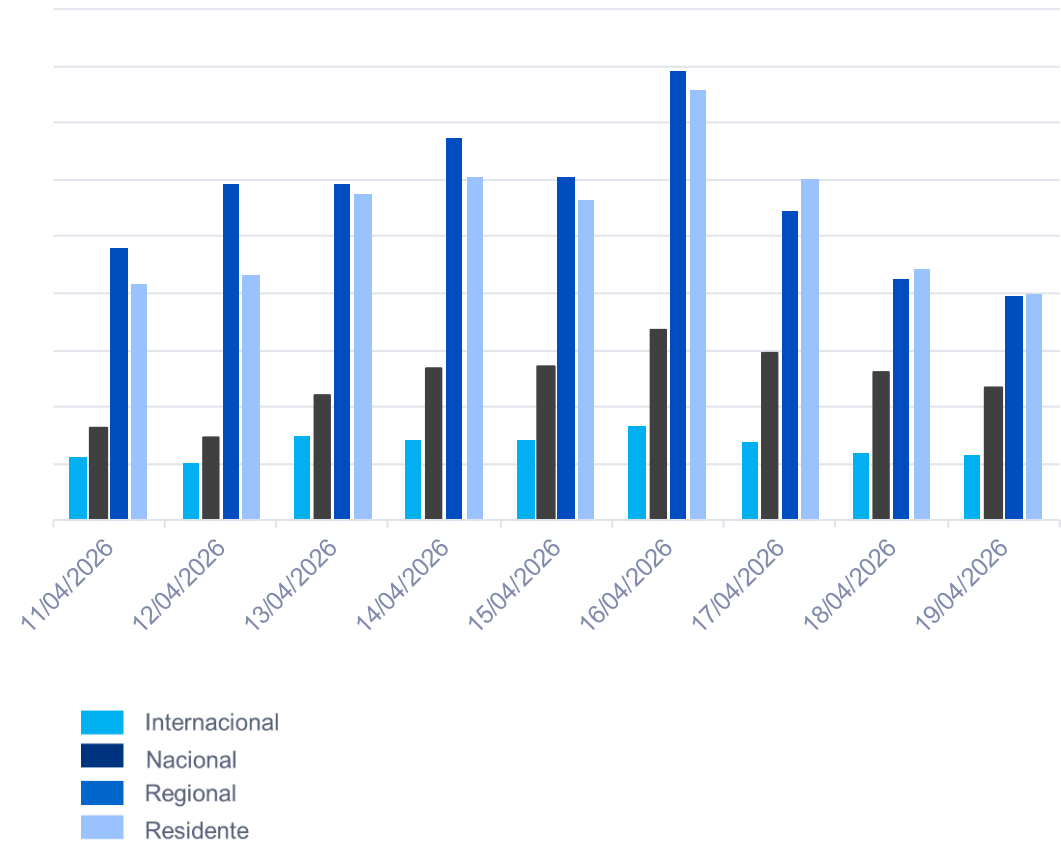
## Perfil del visitante del torneo

## ¿De dónde provienen?

- El número de **visitantes regionales** (procedentes de la provincia de Barcelona, fuera de la ciudad) se incrementa de manera notable a partir del lunes 13 hasta el jueves 16, concentrando su **mayor crecimiento en los días centrales del evento**.
- Los **visitantes internacionales** experimentan un aumento a partir del día 13, manteniéndose en niveles estables durante los días 14 y 15, alcanzando su punto máximo el día 16 y disminuyendo posteriormente de cara al fin de semana. El **pico máximo** de visitantes se alcanza el jueves **16 de abril**, consolidándose como el día de mayor afluencia.

En todos los días analizados, **el mayor porcentaje de visitantes corresponde a la provincia de Barcelona**, (incluyendo tanto residentes del municipio como del resto de la provincia).

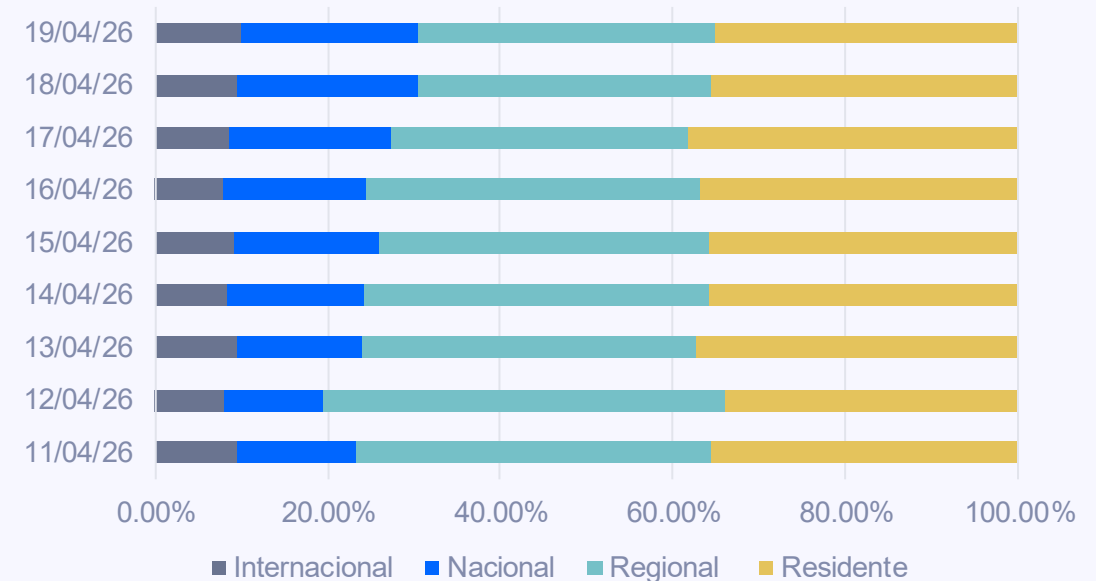
### ORÍGEN DE LOS VISITANTES



## ¿De dónde provienen?

- El visitante **regional** (provincia de Barcelona, fuera de la ciudad) y **residente** (ciudad de Barcelona) concentra de forma consistente entre el 70% y 80% del total diario, consolidándose como la **base principal de la afluencia**.
- Aunque el volumen de visitantes **regionales** aumenta a mitad de semana, su peso porcentual desciende progresivamente (del ~46% al ~34%), lo que refleja una **mayor diversificación en el origen de los visitantes**.
- El visitante **nacional** (resto de provincias de España) **gana relevancia** conforme avanza la semana, pasando de representar en torno al 11–14% a superar el 20% durante el fin de semana, lo que sugiere un **patrón vinculado a escapadas turismo interno**.
- El segmento **residente** se mantiene **estable** a lo largo de toda la semana (≈33–38%), actuando como una base constante del flujo diario.
- El visitante **internacional** presenta un **comportamiento homogéneo**, con una variación limitada (≈8–10%), mostrando menor sensibilidad a la evolución semanal.

### PORCENTAJE DIARIO DE ASISTENTES SEGÚN SU ORIGEN



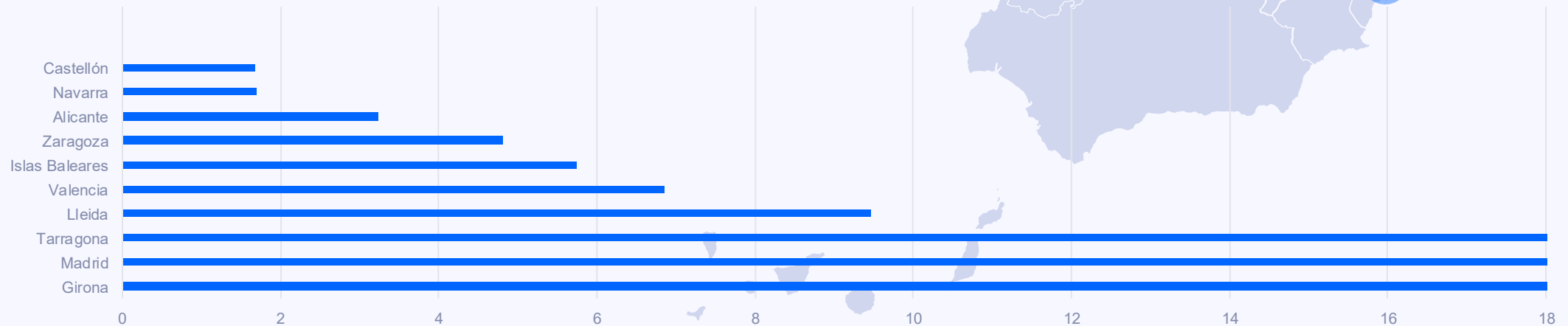
**Conclusión:** Se observa una transición desde un perfil mayoritariamente **local entre semana** (con un crecimiento impulsado principalmente por visitantes regionales) hacia un **perfil más diversificado el fin de semana**, donde aumenta la presencia y el peso del visitante nacional.

## ¿De dónde provienen?

Se ha realizado una segmentación de los usuarios en función de su nacionalidad, permitiendo identificar los principales orígenes.



A **nivel nacional**, el principal origen de los visitantes corresponde a **Girona, Madrid y Tarragona**.

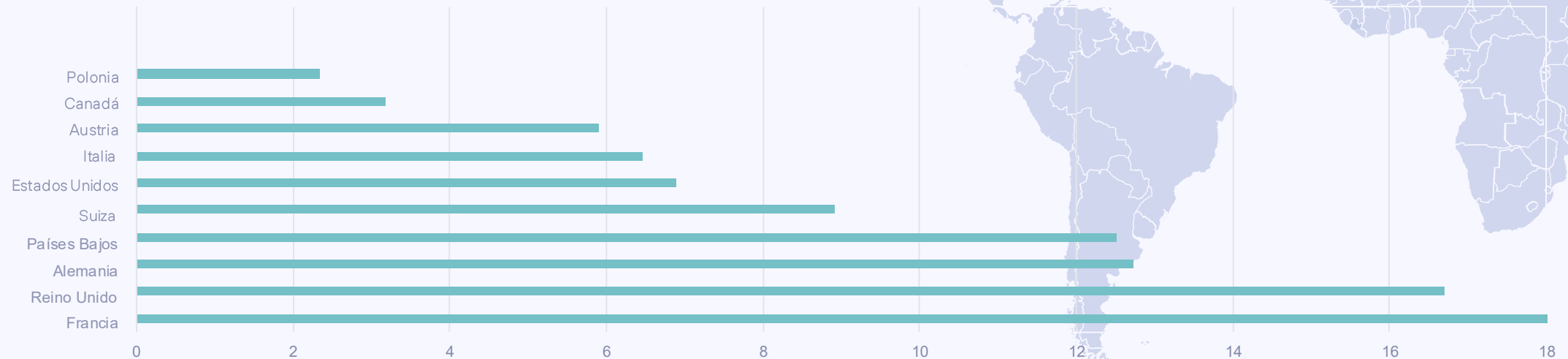


## ¿De dónde provienen?

Se ha realizado una segmentación de los usuarios en función de su nacionalidad, permitiendo identificar los principales orígenes.



En el **ámbito internacional**, la mayoría de los visitantes provienen de **Francia, Reino Unido y Alemania**, destacando Francia como el principal país de origen.





# Beneficios de Smart Steps

## ¿Cómo puede ayudar esta solución en el análisis de multitudes?



### Conocimiento profundo del visitante del torneo

Identificamos quién asistió al Conde de Godó: procedencia (local, nacional, internacional), **perfil y hábitos de estancia** en Barcelona. Esto permitió entender mejor al público real del torneo y adaptar la oferta (hospitality, experiencias, pricing) a cada segmento.



### Planificación estratégica del evento

Analizamos patrones de **asistencia y comportamiento** a lo largo de los días del torneo para detectar picos, tendencias y oportunidades. Esto mejoró la planificación de futuras ediciones, desde el calendario hasta la distribución de espacios y servicios.



### Captación más efectiva y orientada al marketing

Segmentamos audiencias según origen y comportamiento para lanzar campañas específicas (por ejemplo, atraer turismo internacional o público premium). Obtuvimos un mayor impacto en la venta de entradas y mejoramos el ROI en patrocinadores y partners.



### Optimización de las experiencia y recursos

Ajustamos servicios como **accesos, restauración, transporte o zonas de ocio** en función de la demanda real de los asistentes. Esto mejoró la experiencia del visitante, redujo saturaciones y optimizó costes operativos.

## ¿Hablamos?

Descubre cómo nuestra solución **Smart Steps** se adapta a ti, para ayudarte a tomar **decisiones estratégicas** sobre promoción turística en tu localidad, **adecuar tu oferta** de servicios y optimizar tus **campañas de marketing** territorial.

CONTACTA CON NOSOTROS

