

Deportes ► Polideportivo

42 kilómetros sin límite

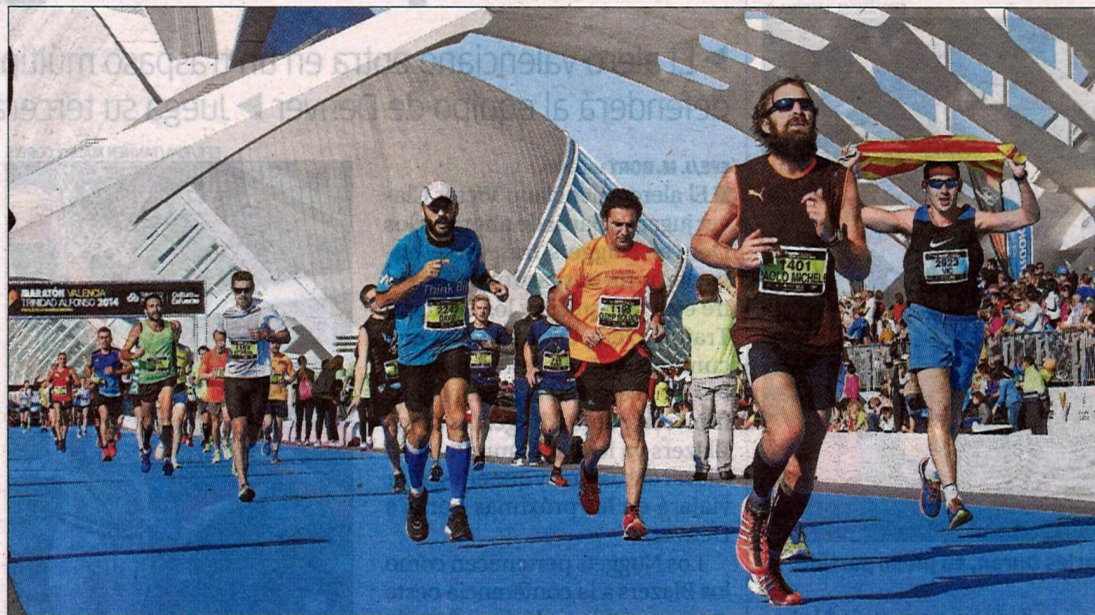
► El Maratón Valencia Trinidad Alfonso dejó más de 10 millones de euros en la economía valenciana

Carreras populares

CLAUDIA ORTEGA VALENCIA

■ La 34 edición del Maratón Valencia Trinidad Alfonso ha sido un éxito deportivo, pero también económico. Esta es la conclusión a la que ha llegado el Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (IVIE) tras realizar un informe sobre el impacto económico que el maratón, celebrado durante el mes de noviembre y organizado por la Sociedad Deportiva Correcaminos junto con el Ayuntamiento de Valencia, ha tenido en la ciudad. De él se desprende que la prueba deportiva dejó en Valencia más de 10 millones de euros, lo que supone un aumento del 30 % respecto a las cifras de 2013. Esto demuestra que el crecimiento económico del maratón desde 2011 ha sido imparable, pues en solo cuatro años se ha pasado de los 1,3 millones de beneficio de la primera edición a los 10 millones de esta última.

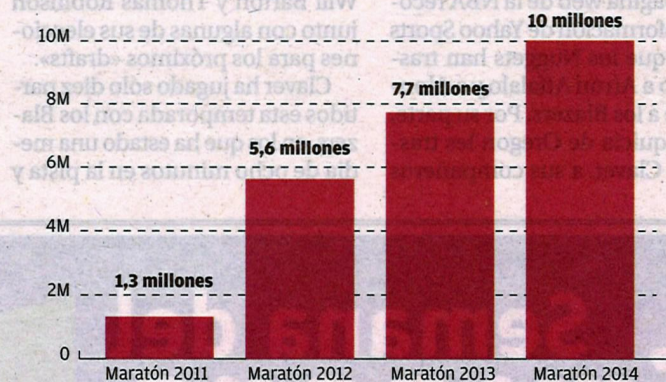
El enclave estratégico en el que se celebra el maratón, con la salida y la meta situadas en la Ciudad de las Artes y las Ciencias, así como la disputa de una carrera 10K paralela a la prueba principal, han hecho del Maratón Valencia Trinidad Alfonso un acontecimiento deportivo de referencia capaz de atraer a corredores de todo el mundo. De hecho, el turismo es el gran artífice del impacto económico del evento, pues los participantes procedentes de



El maratón de 2014 contó con 21.362 participantes, un 12% más que en la edición de 2013. LEVANTE-EMV

Evolución del gasto de los participantes

EL GASTO TURÍSTICO DEL MARATÓN HA CRECIDO EN UN 669 % DESDE 2011



Fuente: IVIE/FTA

INFOGRAFÍA ► LEVANTE-EMV

LAS CUENTAS

El turismo deportivo genera un gran impacto económico

► El turismo deportivo ha irrumpido con fuerza en la Comunitat. El Maratón Valencia Trinidad Alfonso ha demostrado ser un evento de gran atractivo turístico, pues de los 21.362 participantes de la prueba, un 30,1 % procedía de otros puntos de España y un 18,5 % del extranjero. Esto se traduce en un notable impacto económico, ya que los turistas nacionales dejaron 3,4 millones de euros en las arcas valencianas y los internacionales, 6,5. El perfil turístico de ambos también es diferente, pues los extranjeros realizaron un gasto medio de 84 euros en cada uno de los cuatro días que estuvieron, mientras que la estancia de los turistas nacionales fue más corta, en torno a los dos días, pero su gasto fue relativamente mayor. CLAUDIA ORTEGA VALENCIA

fuera de Valencia y sus acompañantes dejaron en la ciudad cerca de 10 millones de euros de beneficio sobre todo en el sector servicios, ya que el gasto se concentró principalmente en la hostelería, el comercio y el transporte.

25.000 participantes en 2015

El aumento del gasto turístico vino acompañado de un incremento del 12 % en el número de participantes, lo que se tradujo en una mayor inversión. De esta forma, para la organización del evento fueron necesarios 1,9 millones de euros, pero por cada euro invertido se generaron 3,4 de

beneficio a través del gasto turístico realizado en la ciudad. Una cifra relativamente menor a la del pasado año (3,9 euros) que se justifica en la necesidad de adaptar la prueba a los 21.362 participantes de esta edición, un número que la organización confía en aumentar hasta los 25.000 en 2015 si se suman los participantes del maratón y de la 10K. Por el momento, las predicciones invitan al optimismo, ya que la próxima edición cuenta a día de hoy con un 63 % más de inscripciones que el año pasado por estas fechas, lo que augura el éxito de una carrera que aspira a seguir creciendo.