



El turismo del Maratón Valencia Trinidad Alfonso deja en la ciudad 17 millones de euros

- *Cada euro gastado en la organización del Maratón ha generado 3,5 euros de renta.*
- *Solo el 6% de los casi tres millones de presupuesto proceden de instituciones públicas.*
- *La prueba valenciana generó más de 400 puestos de trabajo y 10,2 millones de renta.*

Valencia, 15 de marzo de 2016. La economía valenciana ha ingresado casi **17 millones de euros** gracias al gasto turístico correspondiente a la celebración del **Maratón Valencia Trinidad Alfonso** en **2015**, es decir, un **66% más** que el año anterior. Ese aumento implica que cada euro invertido en la organización de esta prueba se traduce en **6,2 euros** en dicho sentido, lo cual se explica por el incremento del número de participantes, sobre todo los procedentes de fuera de la ciudad. Estas cifras se deducen del estudio que el **Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (Ivie)** elabora anualmente desde el 2011 bajo la dirección de Joaquín Maudos, Catedrático de Economía de la Universitat de València y director adjunto del Ivie, con vistas a analizar el impacto económico de la carrera que organizan la Sociedad Deportiva Correcaminos y el consistorio de la ciudad.

El otro gran dato de este informe indica que la economía valenciana se ha beneficiado de un incremento de renta de **10,2 millones de euros** con motivo de la última edición de esta carrera, un **55% superior** a la de 2014, cuando el aumento de la renta fue de 6,6 millones de euros. En concreto, esta cantidad apuntada por el Ivie supone que **cada euro gastado** en la organización del mismo se traduce en **3,5 euros de renta** en la economía valenciana. En este sentido, una vez más, el **sector servicios** concentra la mayor parte de la renta generada, con un 87,6%, siendo la **hostelería** la punta de lanza.

Organizadores



Colaborador principal



Marca deportiva



Marcas oficiales



Por otra parte, el informe apunta que la organización del Maratón Valencia Trinidad Alfonso ha requerido un **gasto total de 2.950.705 euros**, los cuales son financiados mediante una colaboración público-privada. El **Ayuntamiento de Valencia** asume un **6%** del gasto (166.911 euros), mientras que el grueso del mismo (un **62%**) depende de la aportación de **colaboradores y patrocinadores**, que suman 1.825.939 euros. El dinero restante (un **32%**) es cubierto con los recursos generados por la carrera. Con todo, el Maratón Valencia Trinidad Alfonso consolida su capacidad como **fuentes de riqueza** para la ciudad. De hecho, la primera prueba conjunta de Maratón y 10K analizada por el IVIE en 2012 presentó un retorno económico de 1,3 millones de euros en gasto turístico frente a los 17 millones alcanzados en 2015. Además, la carrera es impulsora de **empleo**: en su última edición propició **408 puestos** de trabajo, especialmente en los ámbitos de hostelería y comercio.



El perfil del turista por el Maratón Valencia Trinidad Alfonso

La encuesta realizada por el Ivie permite establecer un perfil del turista que esta carrera moviliza. Los **corredores nacionales** suelen viajar en grupos de tres personas y se hospedan dos o tres noches, mientras que los **internacionales** programan sus viajes con hasta seis personas en total y prolongan su estancia hasta tres o cuatro días.



Esta diferencia también se da en términos económicos: los **turistas deportivos** que vienen del extranjero gastan una media de 89,2 euros al día frente a los 85,8 euros de los españoles. En definitiva, los primeros aportan el 68% de los ingresos obtenidos por turismo mientras que los segundos, un 32%.

Encuesta de satisfacción

Además del estudio de impacto económico, el Ivie ha realizado este año una encuesta de valoración entre 4.350 de los corredores del Maratón Valencia Trinidad Alfonso. La valoración global que los encuestados hacen de la prueba es de un 8,6 puntos sobre 10. Los aspectos más valorados han sido la meta sobre el agua de la Ciudad de las Artes y las Ciencias, la animación en las calles de la ciudad y el recorrido.

La encuesta también desprende una intención muy elevada de recomendar la prueba por parte de todos aquellos que la han corrido (4,8 puntos sobre 5). Además, tanto los servicios turísticos como los de información y atención al corredor y acompañantes alcanzan niveles de satisfacción muy elevados.

El informe completo se puede consultar y descargar en la web del Ivie: www.ivie.es

Organizadores



Colaborador principal



Marca deportiva



Marcas oficiales

