

# 35 Maratón Valencia Trinidad Alfonso 2015

Impacto económico y valoración del corredor



# Objetivos del informe

## I. Impacto económico del MVTA en Valencia

- Gastos asociados al MVTA: organización y participantes
- Impacto sobre la renta (PIB) y empleo
- Impactos agregados y por ramas de actividad
- Metodología *input-output*

## II. Valoración de los corredores del MVTA

- Satisfacción global con el MVTA
- Satisfacción con elementos clave del servicio
- Satisfacción con las actividades complementarias
- Servicios de transporte, alojamiento y restauración:  
Uso y satisfacción
- Valoración de los servicios de información y atención
- Sugerencias de mejora

## Parte I.

### Impacto económico: gasto asociado al Maratón

#### A) Gasto realizado por la organización del MVTA

- Infraestructuras
- Contratación de servicios externos
- Aprovisionamientos
- Alquiler de espacios
- Publicidad
- Etc.

#### B) Gasto realizado por los participantes y sus acompañantes

- Alojamiento
- Restauración
- Transporte
- Comercios
- Ocio
- Etc.

## Parte I.

# Gasto asociado al Maratón: gastos de organización

### Aspectos a tener en cuenta

- Excluir los gastos cuyo destino no es el ámbito geográfico objeto de análisis (Valencia).
- Disponer de información lo más desagregada posible para imputar con exactitud sectorialmente el gasto (el efecto multiplicador difiere entre sectores).

## Parte I.

# Gasto asociado al Maratón: gasto de los participantes

### Aspectos a tener en cuenta

- Considerar exclusivamente los gastos realizados en el ámbito geográfico objeto de análisis → economía valenciana (Valencia)
- Disponer de información desglosada por tipo de gasto para imputar con exactitud sectorialmente el gasto (el efecto multiplicador difiere por sectores)
  - Trabajo de campo: encuestas algo más de 600 participantes en el Maratón de 2015
- Eliminar aquel gasto que se hubiera realizado de igual forma en ausencia del evento analizado → Excluir el gasto de los visitantes del área geográfica analizada (excluimos a los participantes valencianos)

## Parte I.

# Gasto asociado al Maratón: gastos de organización

### Gastos de organización del 35 MVTA según la fuente de financiación

	Recursos propios	Patrocinadores	Colaboraciones institucionales	Gasto TOTAL	Gasto TOTAL neto de impuestos e importaciones
Euros	957.855	1.825.939	166.912	2.950.705	2.363.178
Distribución porcentual	32,5	61,9	5,7	100,0	-

Fuente: Comité del Maratón.

## Parte I.

# Gasto asociado al Maratón: gasto de los participantes

### Origen geográfico de los participantes

Procedencia de los participantes	Maratón	10K	Total	% Total
<b>España</b>	12.429	7.720	20.149	79,86
<i>Valencia</i>	6.033	5.872	11.905	47,19
<i>Resto de España</i>	6.396	1.848	8.244	32,68
<b>Extranjero</b>	4.253	827	5.080	20,14
<b>Total participantes</b>	16.682	8.547	25.229	100,00

Fuente: Comité del Maratón.

### Estimación del gasto de los participantes y acompañantes

	Visitante nacional	Visitante extranjero	Total
<b>Gasto medio diario (euros)</b>	85,8	89,2	
<b>Número de participantes</b>	8.244	5.080	13.124
<b>Días de estancia</b>	2,3	3,8	
<b>Tamaño medio del grupo</b>	3,3	6,6	
<b>Gasto total</b>	5.375.028	11.317.510	<b>16.692.538</b>

Fuente: Comité del Maratón y elaboración propia.

## Parte I.

# Gasto asociado al Maratón: gasto de los participantes

### Distribución del gasto de los participantes por conceptos

	Gasto medio diario (euros)		Estructura del patrón de gasto (%)		Gasto total acumulado (euros)		
	Visitante nacional	Visitante extranjero	Visitante nacional	Visitante extranjero	Visitante nacional	Visitante extranjero	Total
<b>Servicios de alojamiento</b>	30,5	35,9	35,5	40,3	1.910.509	4.556.126	6.466.635
<b>Servicios de comidas y bebidas</b>	31,0	25,5	36,1	28,6	1.942.525	3.240.533	5.183.059
<b>Transporte público</b>	1,0	2,0	1,2	2,2	63.092	251.703	314.795
<b>Transporte privado</b>	2,3	2,6	2,7	2,9	146.881	331.602	478.483
<b>Ocio</b>	7,4	6,8	8,6	7,6	462.420	861.471	1.323.891
<b>Tiendas</b>	12,9	15,9	15,0	17,8	806.281	2.019.586	2.825.867
<b>Otros</b>	0,7	0,4	0,8	0,5	43.319	56.489	99.808
<b>TOTAL</b>	<b>85,8</b>	<b>89,2</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>5.375.028</b>	<b>11.317.510</b>	<b>16.692.538</b>

Fuente: Elaboración propia



# Parte I.

## Estimación del impacto económico

### Impacto económico sobre la renta y el empleo

Sectores de actividad	Renta		Empleo	
	Euros	%	Empleos	%
Agricultura, ganadería y pesca	154.760	1,51	10	2,44
Energía	211.788	2,07	3	0,74
Industria	722.631	7,06	29	7,09
Construcción	179.047	1,75	10	2,38
Servicios	8.965.160	87,61	357	87,36
<b>TOTAL</b>	<b>10.233.386</b>	<b>100,00</b>	<b>408</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaboración propia

**Las ramas productivas más beneficiadas son Hostelería (38% del impacto en renta) y Comercio (16%)**

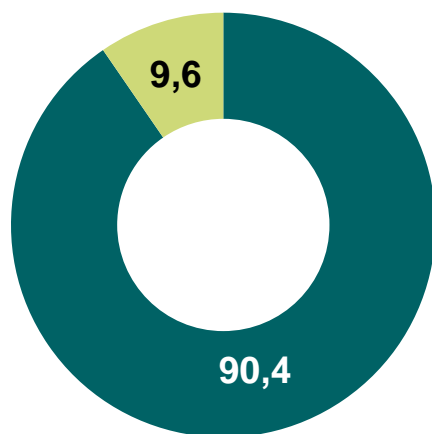
## Parte I.

### Resumen de resultados de impacto económico

1. El gasto total en Valencia imputado al Maratón es de **17.042.096** euros (86,1% de visitantes y 13,9% de la organización)
2. Por cada euro de gasto en la organización de la competición en Valencia, se generan 6,2 euros más a través del gasto «turístico» que realizan los participantes y sus acompañantes.
3. El gasto asociado al maratón se ha traducido en la generación de **10.233.386** euros de renta (valor añadido, esto es, sueldos y salarios y beneficios) y en **408** empleos equivalente/año.
4. El 73% (**7.495.607** euros) de la renta generada tiene su origen en el gasto «turístico» realizado por los participantes (y acompañantes) procedentes de fuera de Valencia.
5. El **sector servicios** es el que concentra el mayor porcentaje de los impactos económicos generados por el maratón (en torno al 87% tanto en términos de renta como de empleo), sobre todo en la hostelería, los servicios a empresas, el comercio y los servicios recreativos, culturales y deportivos.
6. Por cada euro gastado en la organización, se ha generado 3,5 euros de renta (valor añadido) en la economía valenciana.

## Parte II. Análisis de la satisfacción de los participantes en el MVTA 2105

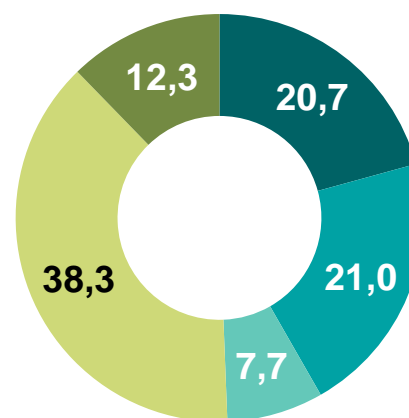
a) Sexo



■ Hombre

■ Mujer

b) Procedencia



■ Ciudad de Valencia

■ Otros municipios de la provincia de Valencia

■ Otras provincias de la C.Valenciana

■ Otras comunidades autónomas

■ Extranjero

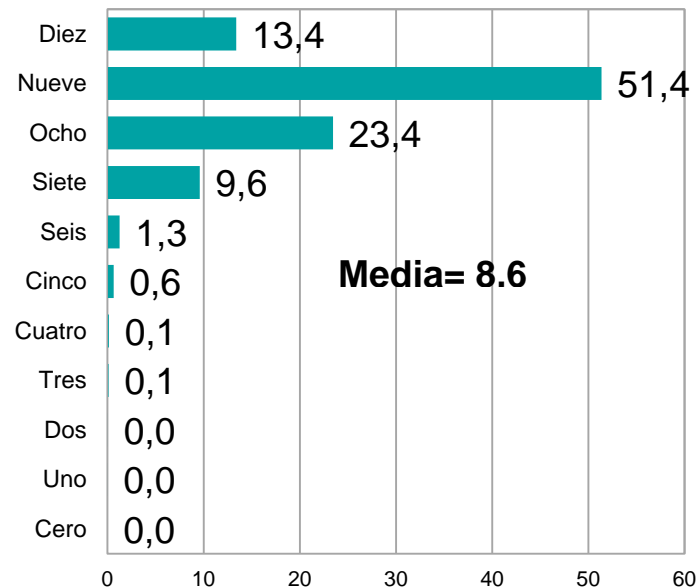
- Muestra: 4.350 entrevistados (26% participantes)
- Encuesta online
- Error: +/- 1,3% para un nivel de confianza del 95% y  $p=q=50\%$

# Parte II. Análisis de la satisfacción de los participantes en el MVTA 2105

Satisfacción global e intención de recomendar

## Satisfacción global con la participación en el MVTA

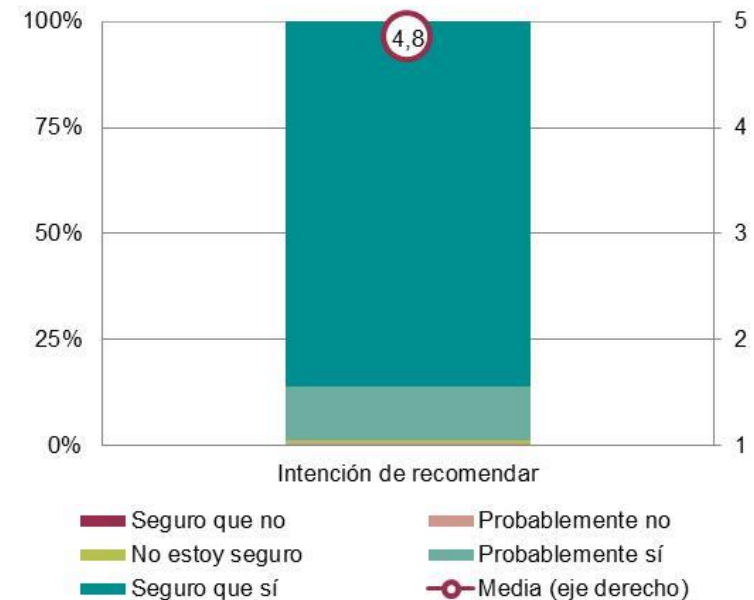
Porcentajes y media. n=4.350



Fuente: Elaboración propia

## Intención de recomendar la participación en el MVTA

Porcentajes y media. n=4.350

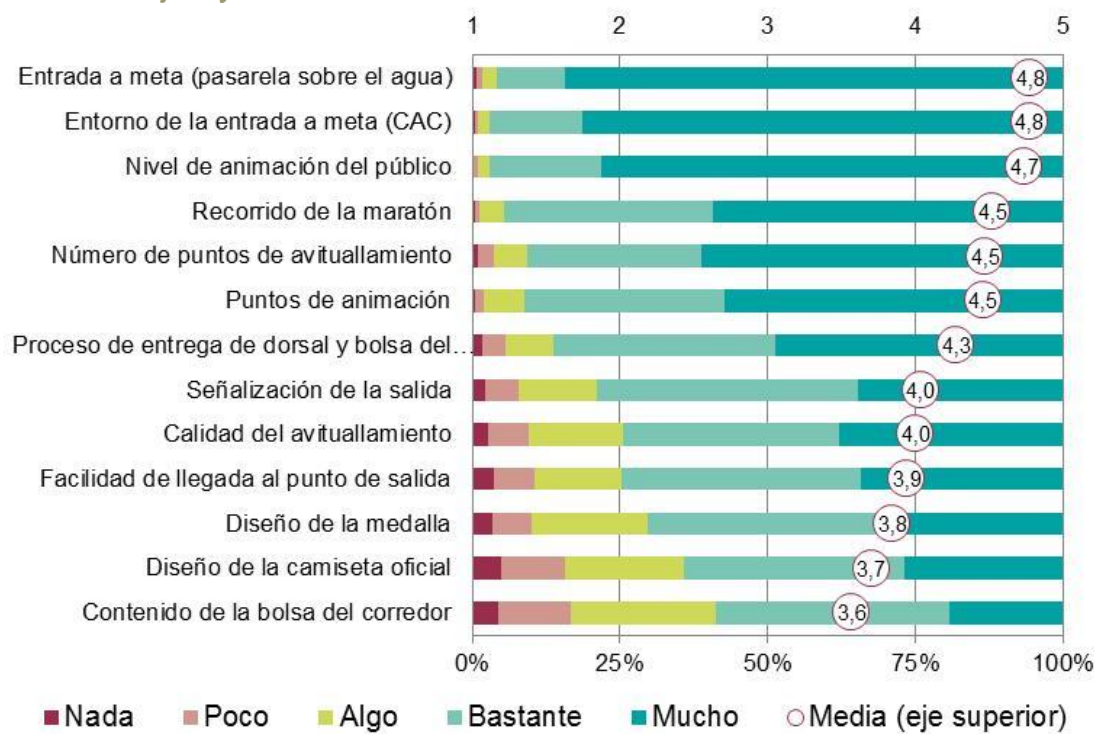


# Parte II. Análisis de la satisfacción de los participantes en el MVTA 2105

## Satisfacción con elementos clave del servicio

### Satisfacción con los elementos clave del servicio

Porcentajes y media. n=4.350



Fuente: Elaboración propia

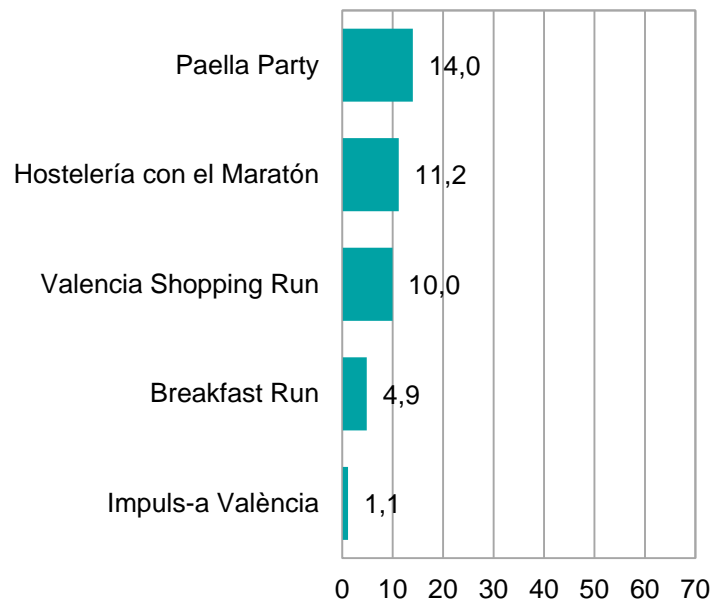
# Parte II. Análisis de la satisfacción de los participantes en el MVTA 2105

## Satisfacción con las actividades complementarias

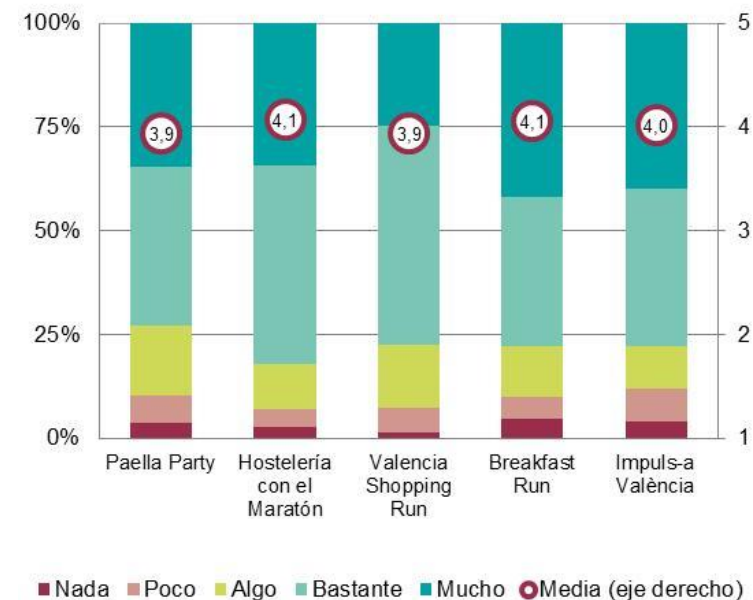
### Nivel de participación y de satisfacción con las actividades complementarias

Porcentajes y media. n=4.350

#### a) Actividades en las que ha participado (porcentaje)



#### b) Satisfacción con las actividades (media y porcentaje)

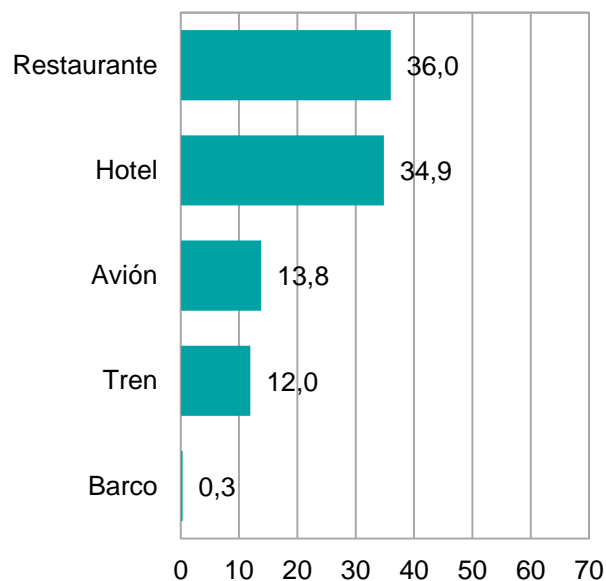


# Parte II. Análisis de la satisfacción de los participantes en el MVTA 2105

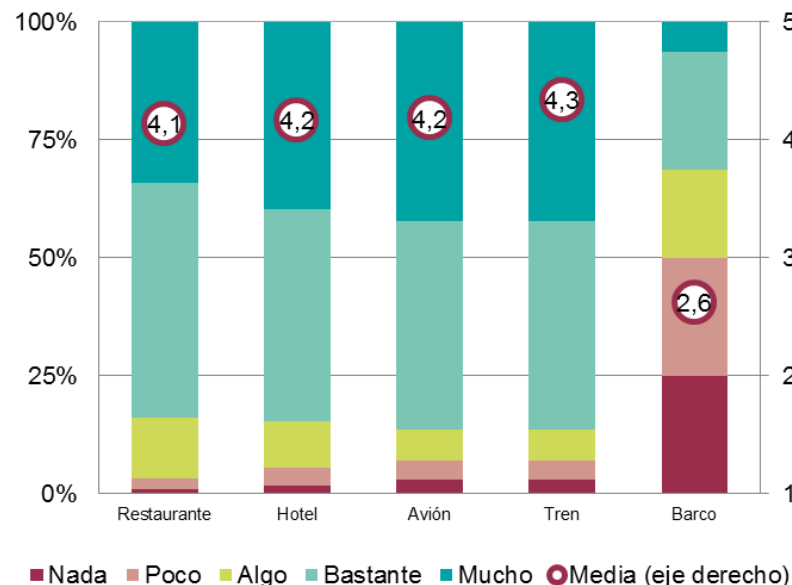
## Satisfacción con los servicios turísticos

**Nivel de uso y de satisfacción de servicios de alojamiento, transporte y restauración**  
 Porcentajes y media. n=4.350

a) Servicios turísticos utilizados (porcentaje)



b) Satisfacción con los servicios turísticos utilizados (media y porcentaje)

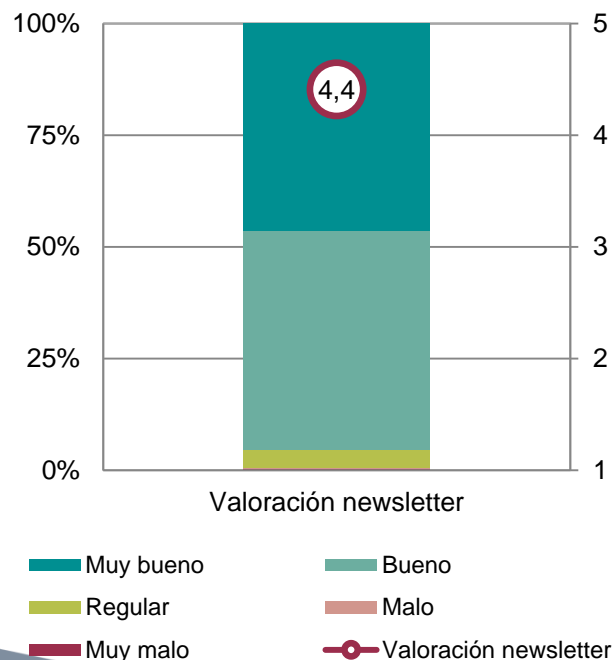


# Parte II. Análisis de la satisfacción de los participantes en el MVTA 2105

Valoración de los servicios de información y atención

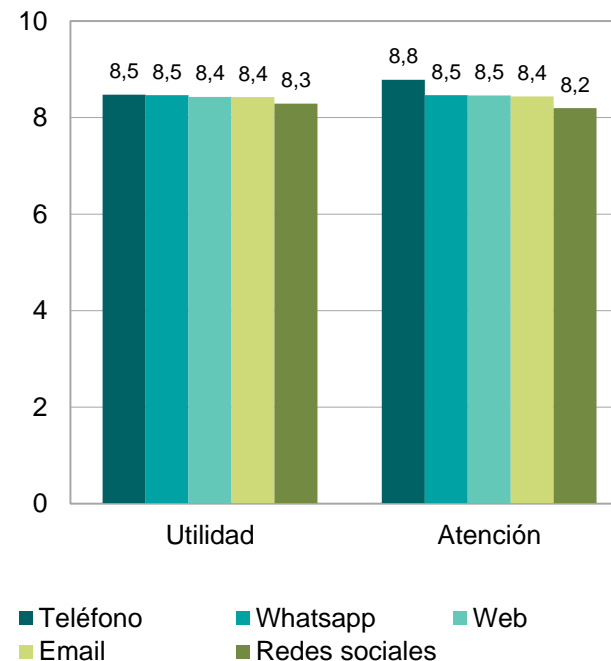
**Valoración general de la información recibida a través del *newsletter* enviado por la organización**

Porcentajes y media. n=4.350



**Valoración de la utilidad y atención recibida del SAC según medio**

Medias. n=[140-259]





# Conclusiones

- El **MVTA** es un evento deportivo con un atractivo que va creciendo en el tiempo: más participantes, más visitantes extranjeros, **más impacto económico**

## Comparativa Maratón 2012, 2013, 2014 y 2015

(Euros de 2015, n.º de personas y empleos)

	2012	2013	2014	2015	Variación 2012-2015 (%)	Variación 2014-2015 (%)
<b>Gasto asociado a la organización</b>	1.191.873	1.330.905	1.935.837	2.950.705	147,6	52,4
<b>Gasto asociado a los participantes</b>	5.739.921	7.743.103	10.072.706	16.692.538	190,8	65,7
<b>Gasto total</b>	6.931.794	9.074.008	12.008.543	19.643.243	183,4	63,6
<b>Nº participantes</b>	15.134	19.100	21.362	25.229	66,7	18,1
<i>Valencia</i>	8.085	10.497	10.989	11.905	47,2	8,3
<i>Resto de España</i>	4.801	5.246	6.426	8.244	71,7	28,3
<i>Extranjeros</i>	2.248	3.357	3.946	5.080	126,0	28,7
<b>Impacto s/ la renta</b>	4.118.925	5.236.110	6.596.557	10.233.386	148,4	55,1
<b>Impacto s/ el empleo</b>	140	186	257	408	191,7	58,8

## Conclusiones

- El **35 MVTA** no solo es un **éxito** de participación, sino también en cuanto a la satisfacción de los corredores. Así, la **satisfacción general** con el MVTA roza la medalla de oro, lo que se traduce en una **muy elevada** intención de **recomendar** la prueba.
- El **entorno de la meta** en la Ciudad de las Artes y las Ciencias, la **pasarela** de llegada y la **animación** del público son los aspectos mejor valorados del MVTA y señas de identidad del maratón.
- Tanto los **servicios turísticos** como los de **información y atención** de la organización alcanzan niveles de satisfacción elevados.
- La **implicación** de los **corredores** es muy alta, recibándose más de 2.700 sugerencias.
- Pese a la elevada satisfacción, los corredores señalan algunos **aspectos que se pueden mejorar**. Los más comentados son el avituallamiento, la organización de la salida y la bolsa del corredor.

# 35 Maratón Valencia Trinidad Alfonso 2015

Impacto económico y valoración del corredor

