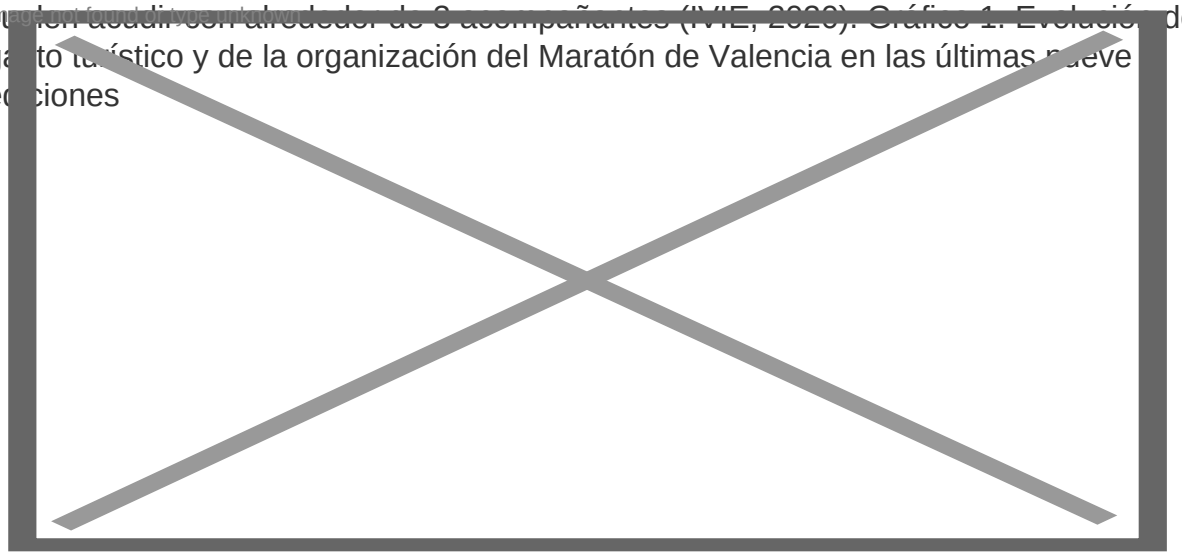
El Maratón de Valencia, un caso de éxito

Los eventos deportivos han experimentado un importante crecimiento en las últimas dos décadas. Sin embargo, no todos consiguen los éxitos esperados en términos de impacto social y económico, así como reconocimientos internacionales por su excelente organización. El caso de la Maratón de Valencia Trinidad Alfonso (MVTA) es un ejemplo claro de este éxito colectivo para la ciudad de Valencia, puesto que es evidente que el éxito de un evento deportivo no solo depende de los organizadores sino de todos los grupos de interés implicados de forma directa o indirecta en su celebración. Este evento deportivo se celebra desde el año 1981. Sin embargo, no es hasta los últimos diez años cuando se ha ido consolidando como un evento deportivo internacional de referencia en la disciplina, consiguiendo reconocimientos como la etiqueta de oro en 2016 y la de platino en 2020 concedidas por la World Athletics, organización heredera de la Asociación Internacional de Federaciones de Atletismo (IAAF). Esta etiqueta permite identificar aquellas carreras que cumplen una serie de criterios tanto deportivos (presencia de atletas de élite, realizacion de controles antidoping, entre otros) como de organización (circuito cerrado al tráfico rodado, retransmisión internacional de la prueba, distancia de carrera certificada, entre otros), reconociendo su excelencia. Este reconocimiento se renueva anualmente y en 2020 solo doce maratones en el mundo han recibido dicha etiqueta, en Europa solo disponen de este reconocimiento los maratones de Berlín y Londres. La participación ha crecido en las últimas ediciones, de los 9.013 corredores de la edición de 2012 a los más de 25.000 participantes en la edición de 2019 (la última abierta a la participación de corredores amateurs por la pandemia mundial derivada del virus COVID-19), de los que un 39,1% procede del extranjero (Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, IVIE, 2020). La Maratón de Valencia supone un gran escaparate para la ciudad de Valencia porque gracias a su celebración se proyecta la imagen de la ciudad promocionándola como destino de eventos deportivos y se fomenta un turismo deportivo que genera importantes beneficios socioeconómicos. En este sentido los informes realizados por el IVIE permiten comprobar la evolución positiva desde el punto de vista económico. Desde que se analiza el impacto económico de este evento deportivo se ha comprobado su rentabilidad económica para la ciudad. Según las cifras del informe realizado por el IVIE (2020) sobre la edición de 2019 celebrada el 1 de diciembre, este evento generó un gasto turístico cercano a los 23 millones de euros en Valencia y sus alrededores, lo que supone un aumento del 29% respecto a la edición anterior. La organización del evento supuso un gasto de 5.406.657 euros que significó que por cada euro invertido se generaron 4,2 euros en gasto turístico efectuado por los corredores y acompañantes durante su estancia en Valencia. La evolución del gasto turístico y de la organización de este evento en las últimas nueve ediciones se puede observar en el gráfico 1. Tal y como se puede apreciar, la evolución del gasto turístciso desde la edición del 2011 (1.422.650 euros) hasta la edición del 2019 (22.803.199 euros) ha experimentado un considerable incremento. Esto se explica en gran medida por el

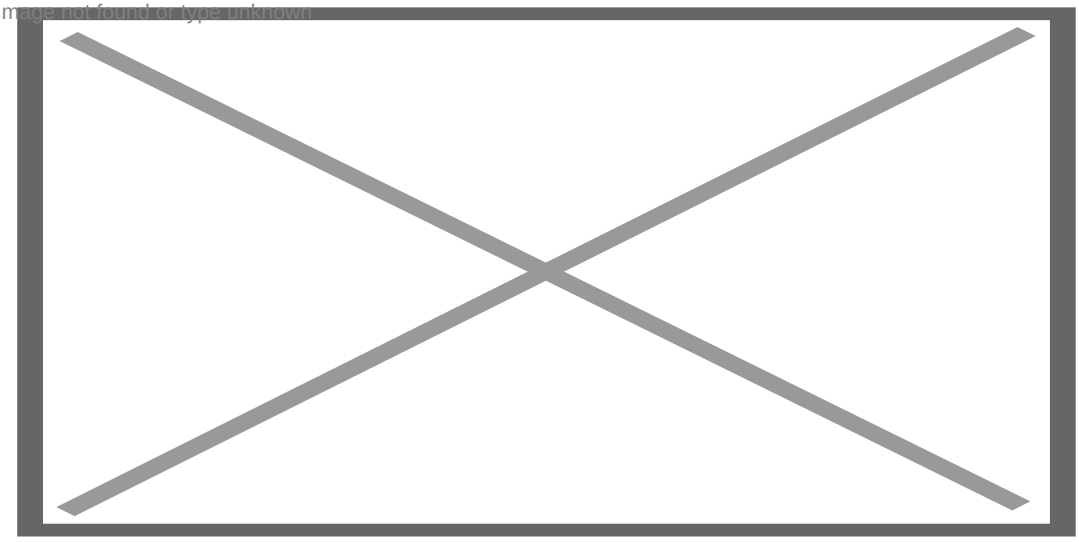
incremento del numero de corredores del resto de España (10.127) y extranjeros (10.012), cuya estancia media en la ciudad es de 2 y 4 días, respectivamente, y que suelen acudir con alrededor de 3 acompañantes (IVIE, 2020). Gráfico 1. Evolución del gasto turístico y de la organización del Maratón de Valencia en las últimas nueve ediciones



Nota. Adapado del Informe sobre el 39 Maratón de Valencia Trinidad Alfonso EDP 2019

No obstante, tan importante como el impacto económico es el impacto social del evento en la ciudad, que se puede entender como los cambios en la calidad de vida de los residentes como consecuencia de la celebración del evento. Una de las características fundamentales de la Maratón es que es un evento deportivo de carácter participativo y regular, esto ha permitido que una gran cantidad de los participantes sean corredores locales (21,2% según cifras del IVIE para la edición de 2019) tanto a nivel amateur como profesional. Por otro lado, diveresas iniciativas como la campaña conjunta con la Asociación de Comercios Valencia Centro para fomentar el comercio local, la “Maratón al Cole” para promocionar los hábitos deportivos saludables entre los escolares o el “Mini Maratón”, para fomentar el atletismo desde las edades más tempranas, permiten generar un mayor grado de cercanía e identificación de la población con el mismo. En la misma línea, durante el evento se instalan diversos puntos de animación en los que participan voluntarios de la organización, centros deportivos y asociaciones de vecinos que permiten implicar a la comunidad en su celebración. Estas acciones junto con otras necesarias para involucrar a la población local, como el programa de voluntariado (más de 500 en la edición de 2020, limitada a una participación reducida por el COVID-19) y su recorrido urbano que pasa por numerosos barrios de la ciudad, permiten generar un ambiente festivo que es compartido por numerosos ciudadanos. En este sentido, un estudio reciente sobre el impacto social del evento (Parra-Camacho, Aguado y Alguacil, 2021) apunta en esta línea, observándose valoraciones positivas de los residentes en aspectos relacionados con el orgullo e identificación de la comunidad como consecuencia de la celebración del evento o en los beneficios económicos y la mejora de la imagen de la ciudad (ver gráfico 2). Gráfico 2. Percepción de los residentes sobre los impactos de la Maratón de Valencia

Image not found or type unknown



Nota.

Elaborado a partir del estudio de Parra-Camacho, Aguado y Alguacil (2021). En definitiva, este evento deportivo se puede considerar un exponente claro del éxito en la organización y gestión sostenible del impacto social y económico de los eventos deportivos. Además, esta generando un legado positivo en la ciudad que contribuye a posicionarla en la organización de eventos deportivos internacionales y a incrementar la confianza de la ciudadanía en la gestión económica y deportiva de los eventos deportivos.

David Parra Camacho Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte Departamento de Educación Física y Deportiva Universitat de València

Referencias IVIE (2020). *Informe sobre el 39 Maratón de Valencia Trinidad Alfonso EDP 2019*. Parra-Camacho, D., Aguado, S. y Alguacil, M. (2021). El impacto social de un evento deportivo mediano recurrente: El caso del Maratón de Valencia. *Cultura, Ciencia y Deporte*. http://dx.doi.org/10.12800/ccd.v16i49.1719

Link to Original article: https://www.seed-deporte.es/noticias/el-maraton-de-valencia-un-caso-de-exito?elem=295469