

COMPETICIONES

El maratón de Nueva York, un negocio de 415 millones de dólares para la ciudad

Albert Malla
30 oct 2015 - 11:49

Más de 50.000 personas de 130 países distintos corriendo por una de las principales ciudades del mundo. No se trata del rodaje de una película de acción de Hollywood, sino de una de las carreras más importantes del año por su tradición y popularidad, el maratón de Nueva York. Este año se prevé un nuevo éxito de participación, con más de 55.000 deportistas que recorrerán 42,195 kilómetros entre Staten Island y Central Park, en el corazón de Manhattan. Pero ¿qué impacto económico generaron?

El TCS New York City Marathon y el New York Road Runners (NYRR), carrera complementaria de menor recorrido, generaron un impacto económico de 415 millones de dólares (379 millones de euros) en 2014, según un estudio elaborado por AECOM, compañía especializada en el análisis económico.



En 2014, más de 50.000 personas corrieron el maratón de Nueva York.

"El maratón tanto atrae a toda la ciudad como genera actividad para la comunidad empresarial. De los proveedores locales a restaurantes a hoteles, miles de corredores y sus invitados experimentan lo mejor de Nueva York cada año", asegura el consejero delegado de NYRR

, Michael Capiraso. Y es que, a la ingente cantidad de personas que llegan a la ciudad para correr hay que añadir a sus acompañantes, esas personas que aprovechan el evento deportivo para hacer turismo.

"El TCS New York City Marathon es algo más que una carrera, comenta el alcalde de la ciudad, Bill de Blasio. "Es una larga tradición de Nueva York, una ocasión de júbilo para las familias, amigos y visitantes que se congregan en la celebración y el apoyo, y es un gran motor económico para nuestros negocios locales, hoteles y restaurantes", explica.

Además de los 415 millones de dólares de impacto económico, el evento deportivo generó otros 22,2 millones de dólares (20,3 millones de euros) en ventas e impuestos de ocupación en Nueva York. La cantidad de imágenes que deja la carrera ha convencido a importantes marcas como Airbnb, Asics, United, Tag Heuer o ESPN para convertirse en patrocinadores de este gran evento.

Además, el año pasado se llegó a un acuerdo con Tata Consultancy Services (TCS). En virtud del mismo, la compañía de información tecnológica da nombre al maratón, TCS New York City Marathon, ocho años. Además, la tecnológica ha creado una *app* para poder seguir esta carrera al detalle. Los términos económicos del contrato no han trascendido.