

ENTORNO

Gómez (Fundación Trinidad Alfonso): “El ‘running’ no son sólo eventos puntuales, sino que construye comunidad en Valencia”

El director de proyectos de la organización presidida por Juan Roig ha expuesto el proyecto Valencia ciudad del running, el paraguas bajo el que se han integrado todas las pruebas de atletismo popular con el objetivo de consolidar una imagen de marca.

Palco23
27 jun 2019 - 17:01



Valencia se ha convertido en un destino prioritario para los maratonianos. El turismo y el deporte han encontrado en el *running* un binomio a través del que confluir y generar un retorno económico y social positivo para las ciudades. En el caso de la capital valenciana, este impacto ha trascendido la celebración de pruebas puntuales y ha dado origen al proyecto *Valencia ciudad del running*.

“Durante años, el maratón ha sido casi un incordio para la ciudad”, admite Juan Miguel

Gómez, director de proyectos de Fundación Trinidad Alfonso, la entidad organizadora del mismo. El origen de su éxito, según el directivo, se remonta a 2011, cuando las condiciones meteorológicas y coyunturales obligaron a la organización a mover la fecha.

Desde entonces, su crecimiento ha convertido a esta prueba en uno de los eventos más emblemáticos de la ciudad, hasta dar origen al movimiento *Valencia ciudad del running*. La última edición dejó un impacto económico de 42,3 millones de euros, de los cuales 17,7 millones corresponden al gasto turístico directo de los participantes.

El maratón de Valencia dejó un impacto económico de 42,3 millones de euros en 2018

Sin embargo, tal y como apuntó Gómez, “no hemos creado un evento artificial, impuesto, sino que Valencia ya reunía las condiciones para alojar este evento y, de hecho, la prueba se celebra desde el siglo pasado”. A esta carrera se suma la cada vez más amplia oferta de eventos de *running* que se celebran en la ciudad, que “han sido integrados bajo un mismo paraguas” para potenciar esta marca.

Actualmente, Valencia cuenta con cinco carreras validadas por la Federación Internacional de Atletismo (IAAF). El objetivo, según el directivo de la fundación, es “que estas carreras no sean esporádicas y simplemente haya un impacto en un momento concreto, sino que su influencia trascienda en la ciudad”, explica.

Para que los valencianos sean partícipes del proyecto se han puesto en marcha diferentes plataformas digitales y *apps*, con las que los runners pueden crear comunidad, interactuar con otros corredores e incluso compartir sus recorridos predilectos. “Si queremos que la ciudad lo adopte y se enorgullezca de la carrera y que realmente sea una ciudad del running es necesario generar un retorno”, sostiene el directivo.

"El objetivo es crear comunidad, que el running no se quede en pruebas puntuales"

Por otro lado, los maratones, que se han consolidado como una de las principales palancas a la hora de fomentar el turismo activo, ha trazado un plan para potenciarlo

internacionalmente. “Hay que construir una experiencia, en la que el corredor que venga a Valencia sienta que todo gira en torno a la prueba”, afirma.

Una de las medidas que se logró aprobar fue incorporar a la oferta hotelera para facilitar la estancia a los corredores. Entre ellas, “conseguimos que los 63 hoteles que se suscribieron a nuestro programa fijaran los precios, para evitar las subidas en esos días y, sobre todo, que adapten los horarios a las necesidades de los participantes y que incluso vistan y acondicionen las instalaciones con el motivo temático para generar esa experiencia”, afirma Gómez.

El reto a medio plazo es dar un salto cualitativo y que la participación no sólo alcance cada vez a más corredores foráneos populares, sino que atletas de primera línea corran por sus calles. Entre ellos, Kipchoge y su récord del mundo, que pondría en boca de aficionados de todos los rincones el nombre de Valencia para situarse entre los *Majors*.

Sports Business Meeting 2019 ha sido un evento organizado por Palco23 con el objetivo reunir a los profesionales del sector deportivo para ponerlo en valor y crear entornos de debate y conocimiento alrededor de los desafíos que enfrenta esta industria. La cita cuenta con el patrocinio de Johan Cruyff Institute, el proveedor de estructuras temporales Nussli, el *software* de gestión de centros deportivos Poliwin y el apoyo de LaLiga.