



Miguel Rodero | A pesar de las duras circunstancias pandémicas en las cuales se celebraba la pasada edición del Ultrail La Covatilla el 3 de octubre, el evento se puede calificar con un auténtico éxito a nivel deportivo, social y económico.

Al margen de los retos deportivos, esta quinta edición arroja unas cifras económicas alentadoras que conocemos gracias a su memoria, un documento de análisis al cual ha tenido acceso este medio.

La organización contabiliza en 1.500 las personas –entre participantes, acompañantes y público- que visitaron la comarca con motivo del evento, lo que se tradujo en la nada despreciable cifra de 172.000 euros, por lo tanto el evento deportivo ha revertido en Béjar y su entorno más de 11 euros por cada euro público recibido.



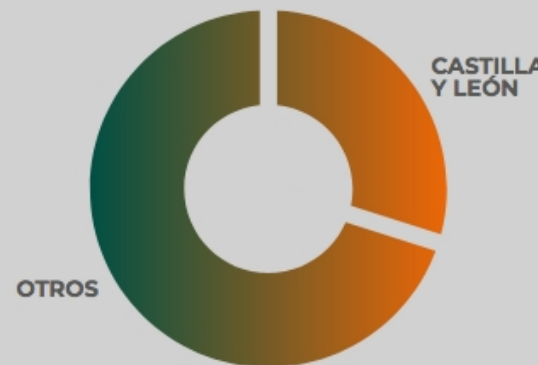
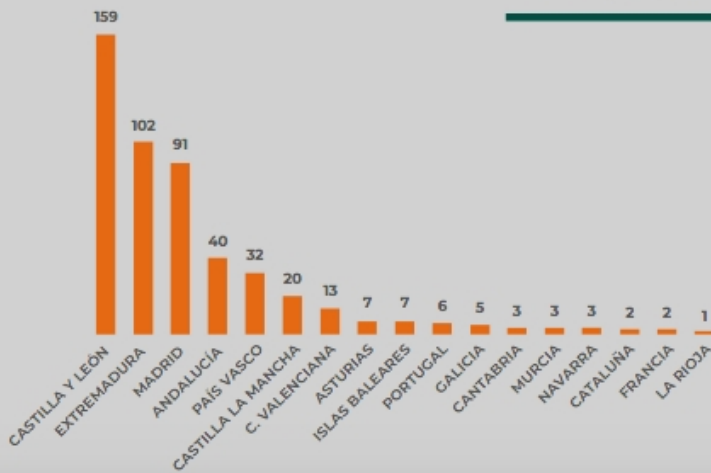
IMPACTO ECONÓMICO LOCAL

Impacto económico directo	144.729 €
Impacto económico indirecto	25.550 €
Impacto económico	172.279 €
Retorno de la inversión pública	11,26 €

El evento logró atraer a más de 1.500 personas, entre participantes, acompañantes y público. Esto se tradujo en más de 172.000 euros de ingresos para el área de Béjar y alrededores. Así, el Ultra Trail La Covatilla reierte más 11 euros por cada euro público invertido. De este modo se convierte en un estratégico apoyo económico al turismo y economía local.

A estos datos debemos sumar los ingresos que producen los demás eventos de la marca y el constante goteo durante todo el año de personas que visitan los recorridos de las pruebas.

PROCEDENCIA



WWW.ULTRAIL-LACOVATILLA

Una repercusión mediática incalculable

La memoria a la que han tenido acceso este medio expone el importante potencial mediático de La Ultrail, ya que el telediario de las 21 horas de La 1 de TVE, con una audiencia superior a los 2 millones, eligió las imágenes de la carrera para cerrar su emisión. Esto supone un importante escaparate para el evento y sus patrocinadores, para los corredores y también para el deporte del Trail.

Otras televisiones autonómicas como las de País Vasco, Extremadura y Castilla y León mostraron los resultados de sus deportistas. De nuevo, la información del evento fue recogida en una importante cantidad y diversidad de medios: Televisión, radio, periódico en papel, digitales, podcast y redes sociales.

Durante todo el año la presencia en los medios fue constante. Las 12 notas de prensa de la organización se publicaron en más de 130 ocasiones por medios locales, autonómicos y nacionales; también portugueses. Para conseguir estos resultados el Ultrail La Covatilla cuenta con un área de comunicación profesionalizada.