



diciembre 2022

Estudio del impacto económico, reputacional y de proyección del circuito Motorland Aragón

Análisis de las áreas de mejora y palancas de activación

CONTENIDOS

01 INTRODUCCIÓN

Explicación objeto del estudio: análisis cuantitativo y cualitativo del impacto de Motorland Aragón e identificación de nichos de mejora.

p.3

02 CONTEXTO: MOTOGP EN EL MUNDO

Impacto del negocio del motor: evolución, turismo, economía, audiencias e impacto en las regiones participantes.

p.4

03 CONTEXTO: MOTOGP EN ESPAÑA

Análisis comparativo entre los cuatro Grandes Premios españoles: curva de aprendizaje y oportunidades.

p.11

04 SITUACIÓN MOTORLAND: DATOS DE ANÁLISIS

Análisis cuantitativo y cualitativo: audiencias, información digital, turismo, empleo y otros índices de interés.

p.19

05 IMPACTO ECONÓMICO ACTUAL

Análisis cuantitativo y cualitativo del impacto económico, mediático y de turismo actual de Motorland Aragón.

p.57

06 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Algunas reflexiones de interés y posibles palancas de mejora para incrementar el beneficio del Motorland Aragón.

p.70

INTRODUCCIÓN

El origen de este estudio

El objeto del presente estudio es analizar, de manera cuantitativa y cualitativa, el impacto que Motorland Aragón genera en Teruel y en el resto de Aragón. Este análisis **busca profundizar en la situación actual del impacto en la zona, así como apuntar palancas de mejora.**

Para poder incluir un estudio cualitativo de la situación que se vive en Motorland, se han puesto en marcha diferentes acciones de campo, tales como visitas al circuito, entrevistas con la gerencia, consultas a empresarios de la zona, contacto con entidades como el Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio, etc. Con la visión obtenida sobre el terreno ha sido más sencillo identificar

nichos de mejora que puedan favorecer los resultados obtenidos.

Del mismo modo, este estudio incluye conclusiones resultantes del análisis de elementos tan importantes como los sistemas de patrocinio y gestión, la situación contextual del mundo del motor, las implicaciones derivadas del periodo de pandemia y las

acciones efectuadas por otros circuitos españoles clave, como son el de Jerez, el de Barcelona y el de Valencia (Cheste).

Por último, y a modo introductorio, es relevante explicar que este informe no se ha ejecutado con datos internos de Motorland Aragón, ni *ticketig* ni resultados internos.



CONTEXTO

MotoGP en el mundo

CONTEXTO

MotoGP en el mundo

>> En 2018 y 2019, casi 3 millones de espectadores acudieron a Grandes Premios. Tailandia, Austria y Francia, líderes de asistencia.

El mundo del motor es un negocio que mueve millones de euros en todo el mundo. Diferentes marcas llevan años involucradas en este sector por los beneficios que les genera, tanto con el patrocinio de las escuderías que compiten como dando su nombre a alguna de las carreras. Estos **title rights** oscilaban ya entonces entre los 800.000 y los 1,5 millones de euros. Además, existía la opción de ostentar una posición superior al convertirse en compañías oficiales del Mundial MotoGP, ya sea Tissot, BMW, Bridgestone, etc. Por otra parte, hay una serie de empresas proveedoras que ayudan con la entrega de material para la

realización del evento y cuya inversión no supera los 500.000 €.

Sin embargo, todas las fuentes consultadas indican que **es realmente difícil hacer una estimación real de cuánto dinero se genera con estos campeonatos** de MotoGP debido al hermetismo de las entidades organizadoras (Dorna, principalmente). No se puede olvidar que el propio Dorna invierte unos cinco millones de euros al año en la promoción de la MotoGP.

Sin embargo, hay cifras que, aunque sea de una manera abstracta, sí que están

claras en lo que respecta al negocio que mueve este evento deportivo: **en 2018 se cifró en 2.884.242 el número de asistentes que acudieron a los Grandes Premios de la temporada.** Esta cifra muestra el público target que podemos estimar como potenciales asistentes a Motorland Aragón.

Si profundizamos en el detalle, vemos cómo la cifra se vio incrementada respecto a 2017 en 218.436 personas que se distribuyeron como sigue: 222.525 fueron al GP de Tailandia, 206.746 al de Austria y 206.617 al de Francia (Le Mans). Estos son los únicos circuitos que lograron atraer a más de 200.000 visitantes en la temporada. De nuevo, estos son los eventos que congregan a más asistentes en 2019, el último año que realmente se puede medir de manera realista, dado que no se veía aún afectado por la pandemia del COVID-19. El total de ese año asciende a 2.863.113 personas, ligeramente inferior al año previo.

Si ahondamos en la situación de 2018 en lo relativo a las carreras españolas vemos

cómo el GP de la Comunitat Valenciana congregó a un total de 170.708 a lo largo del fin de semana y el Circuito de Barcelona-Cataluña a 155.401.

No podemos olvidar que estamos ante un negocio que recorre diferentes puntos del globo durante 9 meses al año, visita 15 países de cuatro continentes, se retransmite en otros 207, reúne en sus gradas a 2,5 millones de fanáticos y logra entrar en más de 369 millones de domicilios para ser visto por miles de millones de personas a través de sus televisiones. Cada carrera mueve a unas 4.000 personas de equipo técnico y organizador, 50 equipos, cerca de medio millar de periodistas, centenares de camiones y, como mínimo, 100.000 asistentes que descubren nuevas zonas del mundo y que hablan, comentan y proyectan sus acciones desde ese entorno en el que han sido convocados.

Con todos estos datos, queda claro que ser titular de uno de los Grandes Premios de **MotoGP es una gran oportunidad para Alcañiz, Teruel y todas las provincias de Aragón.**

9 meses de moto GP

15 países

retransmisión en **207** estados

2,5 millones de fans

369 millones de telespectadores



El contexto de las carreras de MotoGP en España

En 2019, **la audiencia de MotoGP creció un 11 % respecto a la temporada pasada.** Se estima que DAZN puede haber llegado a los 330.000 espectadores en España. Además, no se puede ignorar el hecho de que hay ciertas competiciones que se ofrecen en abierto.

Además, según la misma fuente, podemos saber que **las zonas de España en las que hay un mayor interés en estas competiciones son: Madrid, Barcelona, Valencia, Alicante, Sevilla, Vizcaya, Málaga, Asturias, Guipúzcoa y Murcia.** Según Dorna, solo el fútbol logra atraer a más audiencia que la MotoGP, lo que muestra un panorama beneficioso para Motorland Aragón.

Analizando algunas de las apariciones más señaladas en medios, se puede leer cómo Carmelo Ezpeleta, CEO de DORNA, explica que *"el Mundial de MotoGP va a circuitos seguros de países donde sus autoridades entienden que somos un vehículo para la promoción de su territorio, a la vez que permitimos a sus ciudadanos disfrutar de nuestro espectáculo en directo. Tienen que ser circuitos seguros, tienen que tener éxito de público y tienen que ser interesantes para los fabricantes. Y los cuatro de España lo son, nadie se ha quejado de ellos nunca"*.

Según Dorna, la promesa que ofrecen a las regiones que compran los derechos

de las carreras de MotoGP es de hasta 60 millones de euros en términos de notoriedad, siempre y cuando se reciba apoyo de las instituciones públicas (imprescindibles para pagar los fees) y se administren correctamente las acciones.

Comenzamos este análisis que esperamos arroje luz sobre la situación actual de Motorland Aragón, su comparativa con el resto de circuitos y las opciones de mejora que tiene por delante para sacar el mayor partido posible a esta oportunidad.

El turismo deportivo: un sector en plena ebullición



Por contextualizar la situación, cabe recordar que **ya por el año 2013** se decía que el turismo deportivo era un negocio que movía cuatro trillones de dólares cada año en el mundo. Es más, el 10 % de todos los desplazamientos en el mundo se deben a esta causa.

Según Hosteltour, con datos de 2018, sabemos que **los españoles que buscan turismo deportivo gastan 1.207 millones de euros en sus viajes, cifra que se vio incrementada frente a los 957 del año previo**. Analizando al target internacional vemos cómo **España ha recibido a 1,5 millones de viajeros que han querido visitar nuestra tierra con esta motivación deportiva** y que, durante su estancia, generaron un gasto de 1.414 millones de euros (cifra que también aumentó respecto a los 1.255 millones de 2017). Así, durante este periodo, **los españoles realizaron 4,1 millones de viajes de corta duración para disfrutar de eventos deportivos** (*Anuario de Estadísticas Deportivas 2019, Ministerio de Cultura y Deporte*). No se puede obviar que, según la misma fuente, **3,4 millones de personas de España asistieron**

a algún evento deportivo que, en global, supuso un desembolso de más de un millón de euros.

Teniendo en cuenta que **cerca de 83 millones de turistas internacionales visitaron España en 2018, 9,8 millones lo hicieron para realizar actividades deportivas**, entre las que destacan los deportes acuáticos y senderismo o montañismo. Se estima que el importe global de estos desplazamientos y estancias asciende a los 12.000 millones.

Partiendo de la base de que, en cada carrera, miles de personas se quedan pegadas al televisor para ver campeonatos como el de MotoGP, podemos intuir que un porcentaje -mayor o menor- de dichos aficionados podrá permitirse un desplazamiento para descubrir nuevos destinos al tiempo que disfrutaran de sus deportes favoritos. Esto nos muestra que **este tipo de actividades son interesantes para España; aunque hay que buscar el sistema para que sean también eficientes**.

El turismo que mueve el MotoGP en el mundo

España fue, en 2019, la segunda potencia turística mundial con un récord histórico de 80 millones de visitantes extranjeros.

El 9,8 % de los europeos escogen España como su lugar de destino, por encima de Italia (8,2 %), Francia (6,3 %), Grecia (6,1 %), Alemania (5,4 %), Reino Unido (5,2 %) o Portugal (4,9 %).

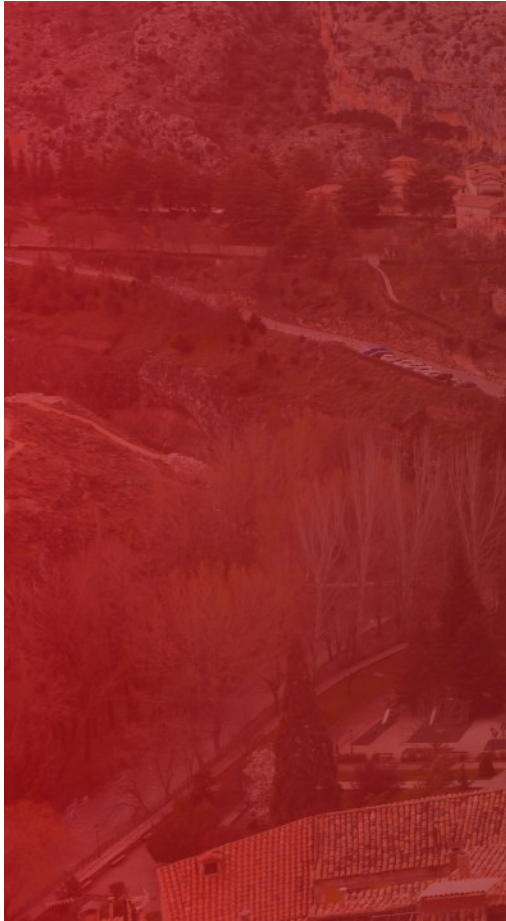
Además, según la **Comisión Europea**, el turista extranjero que visita nuestro territorio busca, en primer lugar, sol y playa (20,9 %) y naturaleza y aire libre (14,8 %). Respecto al primer factor, Teruel no podrá ofrecer una alternativa al turista que llega; pero sí podrá hacerlo respecto

al segundo. Es un valor añadido ver cómo ahora la sociedad y el turista ya no valora únicamente el hecho de disfrutar de sol y playa, sino que busca destinos de interior, de montaña y urbanos.

Una de las áreas de crecimiento económico, tanto para el circuito de Motorland como para la provincia de Teruel y, en extensión, para Aragón es fomentar los paquetes de viaje incluyendo la naturaleza en los mismos.

>> Ningún otro circuito puede competir en este atractivo de naturaleza verde, montaña y actividades lúdicas ligadas al entorno: gastronomía, deporte, etc.





Del mismo modo, **el Circuito Barcelona-Cataluña organiza sorteos de Experiencias Premium entre los primeros que decidan adquirir su entrada.** Dicha experiencia incluye acceso al Piso Box Member, uno de los espacios de hospitalidad del Circuito

de Barcelona-Cataluña más distinguidos; servicio de catering a lo largo del día; un tour guiado por el paddock y por los viales de pista; y acceso a la Tribuna VIP del Circuito, con visión a la zona del estadio.

Acciones como estas nos permiten observar que **siguen existiendo nichos en los que crecer y con los que, gracias a una buena gestión, se puede maximizar la experiencia de usuario:** una escapada tranquila de desconexión en Teruel, excursión

al Albaracín, rutas de montaña, ruta gastronómica, visita a las otras dos provincias o escapada al Pirineo. Opciones sin explotar para un turista que viene a descubrir una nueva zona que puede conquistarle.

02 | CONTEXTO: MOTOGP EN EL MUNDO

CONTEXTO

MotoGP en España



CONTEXTO

MotoGP en España

Al ir desgranando los detalles de este espectáculo que se celebra en territorio nacional, vemos algunos elementos clave que no dejan indiferente a nadie.

La curva de aprendizaje de los cuatro circuitos españoles

Si echamos la vista atrás en la historia, vemos cómo existen claras diferencias entre la concepción y el desarrollo de los cuatro circuitos españoles en los que se disputan carreras de MotoGP:

CIRCUITO DE JEREZ

Desde 1987 alberga carreras de MotoGP, siendo el primero en España (tras la fase de nacimiento de este evento en los 50 y 60s) que recibe esta carrera tras el periodo en el que se competía en Jarama y Montjuic. El hecho de que lleve hospedando este campeonato durante más de 35 años lo sitúa en una situación de superioridad respecto al resto de campeonatos.

CIRCUITO DE MONTMELÓ, BARCELONA-CATALUÑA

Desde 1996 forma parte del calendario de motociclismo (a pesar de que se incorporó su nombre a la agenda en 1991, se corría en el Jarama). Su Gran Premio suele coincidir con la época estival, junio, haciendo confluír dos aspectos muy importantes para la región: la situación de esta competición en época de mayor afluencia de turismo y el tirón que ya tiene el área para el turista extranjero (incluyendo el francés y la Costa Brava).

CIRCUITO DE CHESTE, VALENCIA

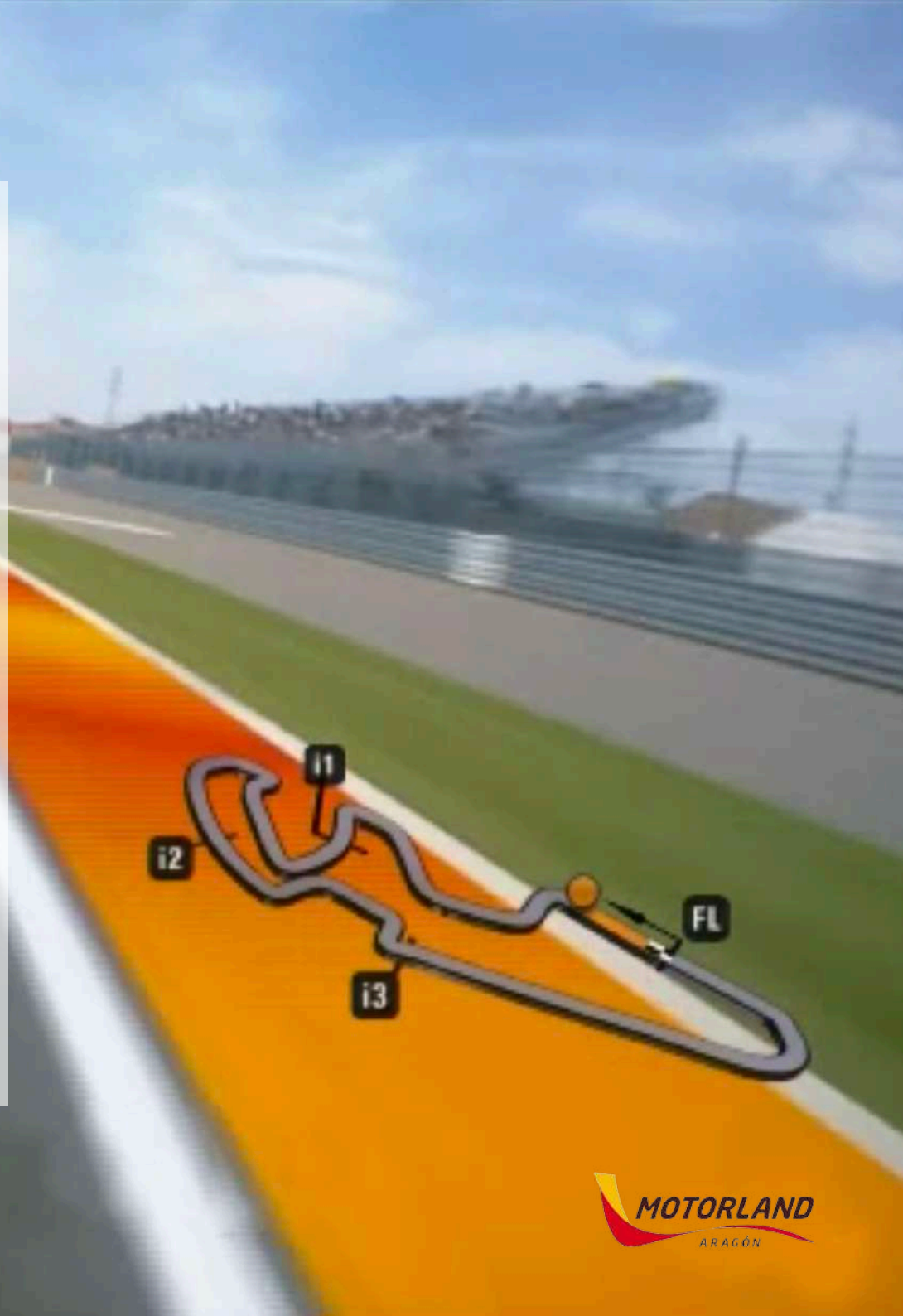
Desde 1999 alberga el Campeonato del Mundo de MotoGP. Desde el primer año que lo hospedó fue un auténtico éxito a pesar de las condiciones climatológicas (lluvia, viento y frío). El circuito Ricardo Tormo ha sido premiado en diferentes ocasiones como el mejor Gran Premio de la temporada.

Actualmente, no solo disfruta del hecho de que durante 23 años su nombre (y el de la localidad y Comunidad Autónoma que lo organiza) ha sonado en los oídos de todos los aficionados a este deporte, sino que es el circuito que cierra el campeonato, lo que atrae -más si cabe- al usuario.

CIRCUITO DE MOTORLAND, TERUEL

Desde 2010 funciona como una de las sedes del Campeonato del Mundo de MotoGP. Se trata del circuito más joven de todos los de España. Teniendo en cuenta que hemos vivido una etapa de dos años de pandemia, este circuito solo cuenta con un histórico de nueve años. Además, no coincide con picos de turismo en la región (como puede ser el periodo hibernal y los deportes de nieve) y está situado en una zona turística más desconocida tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. Sin embargo, se trata de un circuito que ha sido elegido como **el mejor del mundial en cuatro de las ocasiones** que ha formado parte del calendario, siendo la última en 2020.

Con esto concluimos que todos los circuitos tienen una curva de aprendizaje y un posicionamiento de marca en diferente punto de desarrollo y Motorland Aragón está en su curva de crecimiento en términos de construcción de marcas y audiencias.





CIRCUITO JEREZ

Fundado en 1987

Mayo - Primavera

Enclave histórico
y Andalucía foco
de atracción turística

CIRCUITO CHESTE

Fundado en 1999

Invierno - Cierre de campeonato

Polo de atracción para
aficionados

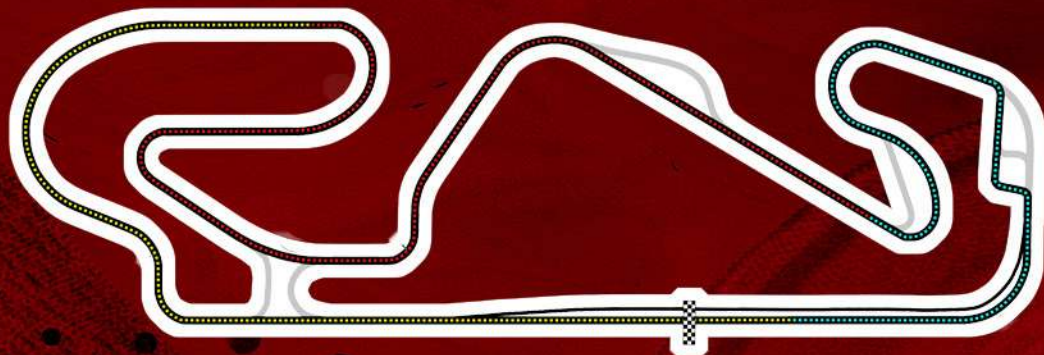


CIRCUITO BARCELONA-CATALUÑA

Fundado en 1996

Verano - Temporada alta

Nombre identificado con polo de atracción turística



MOTORLAND ARAGÓN

Fundado en 2010

Otoño - Temporada baja

Ciudad de menor conocimiento público



La importancia de los eventos internacionales como foco de crecimiento y atracción turística

El hecho de **contar con un evento internacional en nuestra zona de influencia ha servido siempre como polo de atracción para el turismo, los negocios y el empleo.** Del mismo modo, ha valido -y sigue valiendo- como herramienta de publicidad institucional, debido a su alta capacidad de generar awareness sobre el área en concreto.

Tanto es así que actualmente se perciben nuevos movimientos en España que nos confirman que:

- **España y Cataluña se conjuran para aportar 30 millones de euros a la Copa América de Vela 2024.**
- **El Primavera Sound se quedará ligado a Barcelona hasta 2027**
- **El Mobile World Congress cierra con una cifra de 60.000 asistentes y 240 millones en Barcelona**

Sin embargo, en la situación aquí analizada, observamos cómo Teruel, cuenta ya con un evento deportivo de primer nivel en su haber. **Muchas son las comunidades autónomas que siguen luchando por obtener o construir nuevos eventos que atraigan la atención de la gente,**

sabiendo en numerosas ocasiones que el coste por los mismos puede ser superior a los beneficios. Por poner un ejemplo, los JJ.OO. de invierno de Pekín supusieron un gasto de más de 84.000 millones -80.000 millones en infraestructura para promocionar la industria de la nieve-.

Datos como este deben ser tenidos en cuenta a la hora de analizar la viabilidad o la importancia de mantener un evento ya consolidado que supone, por seguir con los ejemplos mencionados, un interés de la sociedad mayor que la vela o los Juegos Olímpicos de invierno.

El futuro de MotoGP en España: estado de las renovaciones

Este año se han renovado las licencias de todos los circuitos de España de la manera que sigue:

Circuito	Acuerdo	Total	x Temp.
Valencia - Cheste	No rotación - 5 temporadas	44,5 € M	8,9 € M
Barcelona - Montmeló	3 temporadas (2 022, 2 024, 2 026)	27 € M	9 € M
Jerez - Angel Nieto	3 temporadas (2 022, 2 023, 2 025)	16 € M	5,3 € M**
Aragon - Motorland	3 temporadas (2 022, 2 024, 2 026)	24,7 € M	8,23 € M

**5,3 millones de euros se corresponden con lo que se paga desde la Junta de Andalucía. Faltaría añadir la cantidad del Ayuntamiento de Jerez, como responsable de la sociedad que gestiona el circuito.

Cada uno de los circuitos ha negociado sus propias condiciones. Entre ellas destacan elementos como las inserciones publicitarias mundiales durante la emisión de diferentes carreras televisadas, la instalación de vallas en circuitos como el de Assen o Finlandia o la retransmisión en directo de todo el set debido al acuerdo de Dazn y RTVE.

Por su parte, Motorland Aragón ha renegociado la celebración de tres Grandes

Premios en el periodo 2022 (asegurado) - 2026, incluyendo una curva de publicidad institucional y un vídeo de promoción de Aragón en sus redes, en la web de MotoGP y en formato de publicidad virtual durante la retransmisión.

La oportunidad ante la que estamos es muy amplia: millones de personas podrán descubrir qué es Aragón y ser atraídos por el nombre de Teruel, su circuito y las virtudes de esta zona de España.

La opinión de la ciudadanía: ¿genera negocio el evento deportivo?

Más allá de la rentabilidad del circuito como tal, es muy importante poder llegar a saber hasta qué punto este evento repercute en la economía local, provincial e, incluso, autonómica.

Por ello, se ha preguntado en entrevistas informales a ciertos representantes de la zona y se ha analizado el posicionamiento público emitido por ellos, para extraer algunas conclusiones.

Para la Asociación de Turismo de Bajo Aragón:

- Es imprescindible que se mantenga en el calendario una prueba de primer nivel que garantice su continuidad con una previsión a cinco años.
- Perder el MotoGP Aragón afectaría negativamente al turismo en la época del Gran Premio y a los alquileres del circuito, dado que los amateurs dejarían de tener interés en la zona.

Asimismo, el presidente de Teruel Empresarios Turísticos explica que "es imprescindible que el Motorland sea

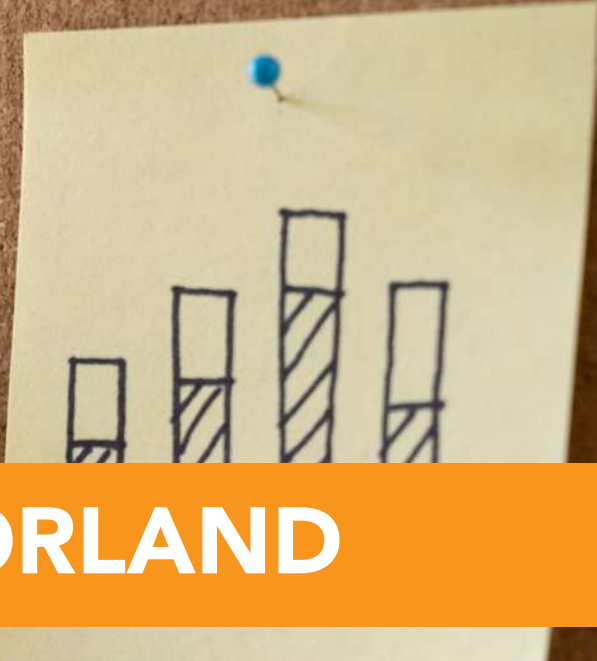
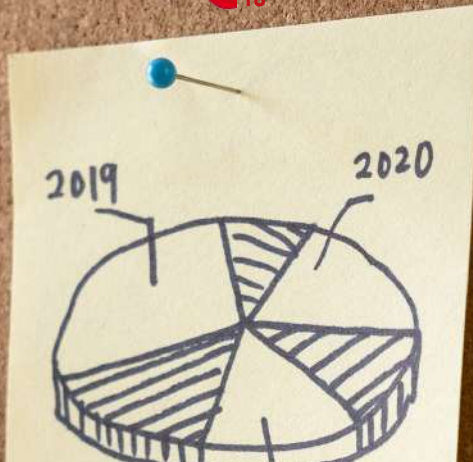
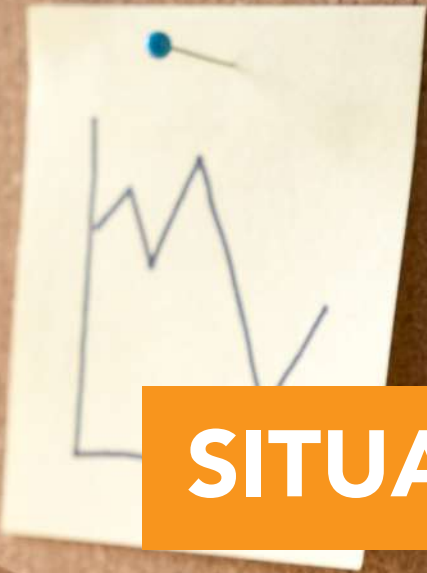
entendido como un proyecto vertebrador porque la fecha del Gran Premio es importante para muchos negocios". Y recuerda que, si se elimina, se reducirían las inversiones en el territorio.

Por su parte, el presidente de CEOE y Cepyme de Teruel refuerza la idea de que "este circuito es un promotor de negocio en la zona y un escaparate para todos sus empresarios".

Hoteles y negocios de la zona explican que "Motorland es más que el Gran Premio,

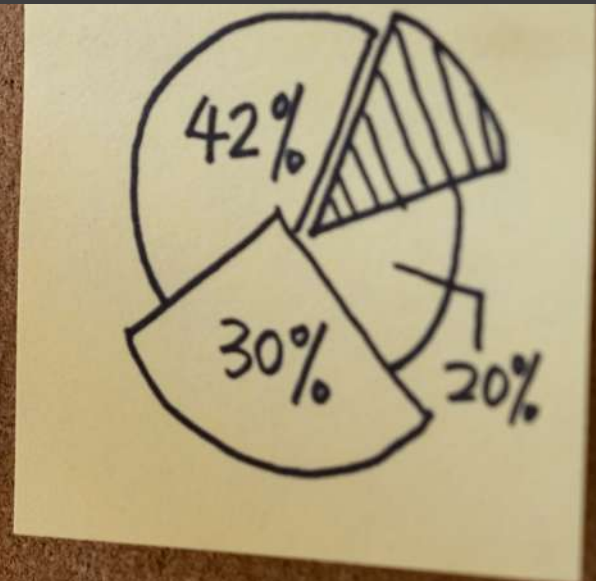
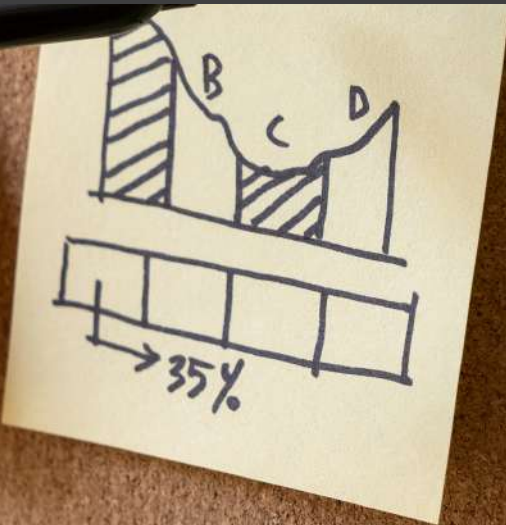
son todos los negocios que nacen del resto de carreras, como los de turismos o el de Superbikes". Cabe recordar que más allá de la semana de carreras de MotoGP, este circuito reúne en su área a pilotos que entrenan, turistas y visitantes que sirven como un goteo económico que ayuda al comercio y la empresa local.

Asimismo, y reforzando todo lo comentado hasta la fecha, recuerdan que, en ningún caso, este circuito es una fuente de beneficios *per se*, sino que es un catalizador de desarrollo económico para la zona.



SITUACIÓN MOTORLAND

Datos de análisis



Datos de análisis

>> Motorland Aragón, cuatro veces elegido como "la mejor instalación del mundial de MotoGP"

Estamos ante **el circuito de MotoGP más joven de España que, además, ha recibido cuatro veces el reconocimiento a la mejor instalación del mundial.**

El circuito vive a base de ampliaciones de capital y subvenciones públicas que le permiten seguir estando activo en la actualidad. En este año se ha vuelto a firmar la renovación por cuatro años más, hasta 2026, ante lo cual cabe plantearse qué va a ocurrir con el circuito que, a primera vista, tiene opciones de mejora. Por ejemplo: el circuito no se utiliza diariamente. **La frecuencia de uso es bastante inferior a otros.** En 2017, datos más recientes, se registró que su utilización

fue de 261 días al año (prácticamente un tercio del año sin actividad) frente a los 328 días en los que tuvo actividad el Circuito de Barcelona, lo cual representa una oportunidad de crecimiento para Motorland.

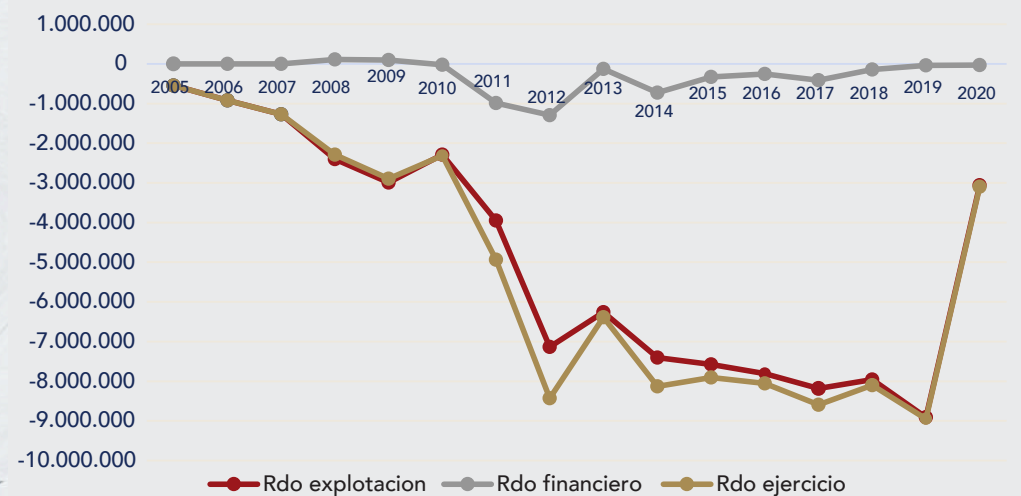
Así, recapitulando lo expuesto anteriormente, podemos ver cómo **estamos ante un circuito valorado por los empresarios locales que afirman que su mantenimiento repercute positivamente en la economía y los negocios de la zona**, de manera que, aun asumiendo lo deficitario del sistema, se trata de una herramienta de promoción y publicidad institucional.

La situación económica del Motorland Aragón

El circuito Motorland presenta pérdidas en todos sus ejercicios debido a los altos costes tanto de los derechos de explotación de las carreras que se pagan a Dorna como los gastos derivados de la organización de cada evento.

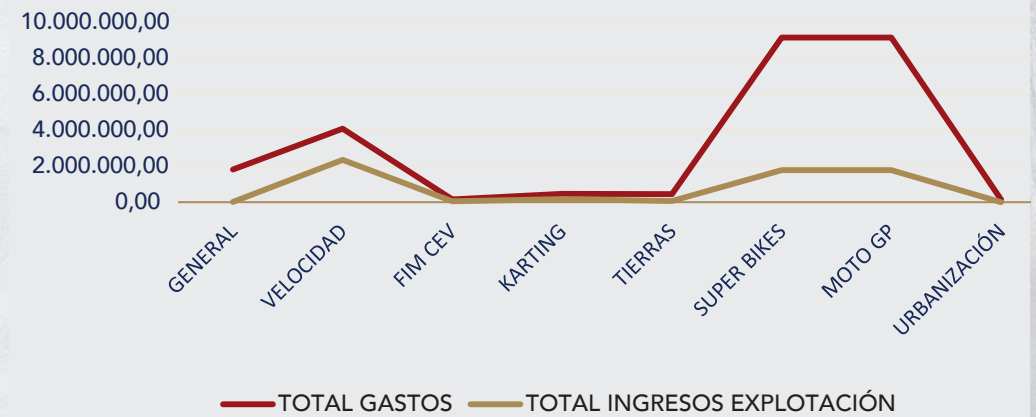
El año 2020 presenta mejores resultados debido a que las tarifas de Superbike y MotoGP, cuyo importe ascendió a más de 8,7 millones de euros, no fueron facturadas por parte de Dorna, SL debido a la pandemia. Al cierre del ejercicio de 2020, la empresa tiene dificultades para hacer frente a sus deudas a corto plazo.

Evolución del resultado 2005 - 2020



Resultados de explotación 2019

Respecto al tipo de actividad, en esta tabla podemos ver los resultados de explotación de 2019, donde se muestra que las pérdidas mayores se generan en las carreras más importantes: SuperBikes y MotoGP.



Informe ejercicio 2021 de la Cámara de Comercio de Aragón

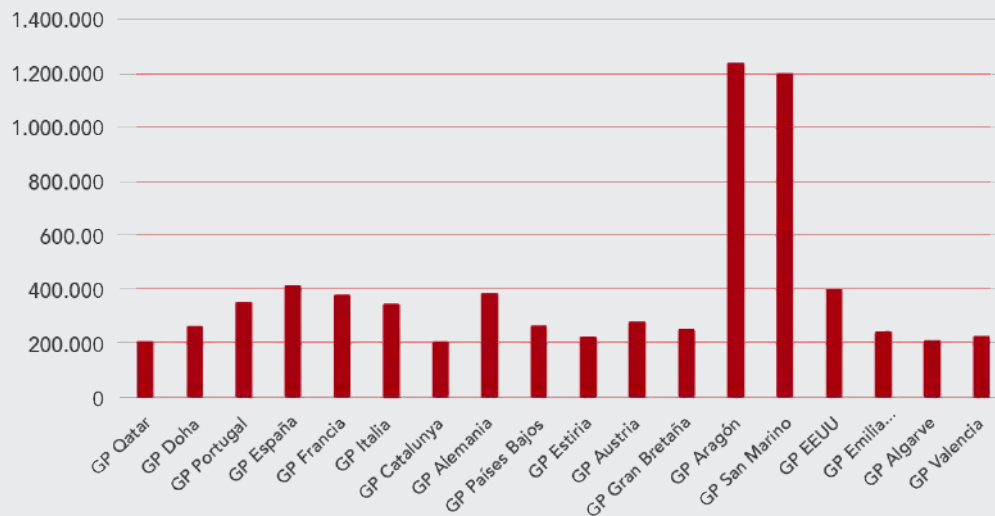
Análisis de audiencias de los Grandes Premios de MotoGP

Como se puede observar en este gráfico, **el MotoGP de Aragón es el que mayor audiencia televisada tuvo en España en 2021, seguido del de San Marino.** En cualquiera de sus formas, esto es una gran posibilidad para el Motorland, dado que existe más de un millón de potenciales amantes del motor que quieren ver qué ocurre en el territorio.

Capitalizar, por medio de acciones bien pensadas, estructuradas y costoeficientes, este interés existente es clave para mejorar los resultados del circuito.

No podemos ignorar que, **según informes de 2022**, el Gran Premio de España de MotoGP (circuito de Jerez) logró un retorno mediático superior a los

Audiencias de los grandes premios de MotoGP



12,5 millones de euros y una audiencia estimada de 802.450.843 espectadores. En Aragón estamos viendo cómo la audiencia es superior en más de 400.000 personas. ¿Se está aprovechando este contexto positivo? Jerez se ha dado cuenta -y Andalucía también, por ende que la celebración del MotoGP es un excelente escaparate turístico mundial. ¿Ha ocurrido lo mismo en Aragón?

Es imprescindible destacar ahora el hecho de que Andalucía ya es polo de atracción turística per se, algo que no alcanza a ser Teruel. ¿Se realizan las acciones necesarias para aprovechar esta oportunidad?

Análisis de asistencia a los Grandes Premios de España de MotoGP

Al final, tal y como se ha concluido en el apartado previo, si contamos con un interés creciente por el circuito a través de las pantallas, es imprescindible ver cómo este se materializa en las visitas recibidas.

Motorland, el circuito español más joven, tienen una interesante cifra de asistentes con una menor cifra de aprendizaje.

Son muchos los indicadores que muestran que, con una comunicación más intensa, Motorland se encuentra en fase de crecimiento y tienen una gran capacidad de mejorar sus resultados en atracción de participantes.

Gran Premio	Fechas 2022	Asistencia 2018	Asistencia 2019
Qatar - Losail	06 marzo	31.618	32.252
Indonesia - Pertamina Mandalika	20 marzo	** No activa	** No activa
Argentina - Termas de Rio Hondo	03 abril	171.604	179.551
Las Américas - EEUU	10 abril	125.127	120.545
Portugal - Algarve	24 abril	** No activa	** No activa
España - Jerez	01 mayo	144.127	151.513
Francia - Le Mans	15 mayo	206.617	206.323
Italia - Mugello	29 mayo	150.129	139.329
Cataluña - Barcelona	05 junio	155.401	157.827
Alemania - Sachsenring	19 junio	193.355	201.162
Países Bajos - TT Circuit Assen	26 junio	167.170	167.500
Finlandia - KymiRing	10 julio	** No activa	** No activa
Gran Bretaña - Silverstone	7 agosto	125.434	114.607
Austria - Red Bull Ring – Spielberg	21 agosto	206.746	197.315
San Marino - Misano	04 septiembre	159.120	158.300
Aragón - Motorland	18 septiembre	114.057	104.390
Japón - Twin Ring Motegi	25 septiembre	96.425	88.597
Tailandia - Chang International Circuit	2 octubre	222.525	226.655
Australia - Phillip Island Circuit	16 octubre	86.250	82.850
Malasia - Sepang International Circuit	23 octubre	169.827	170.778
Comunitat Valenciana- Circuit Ricardo Tormo	noviembre	170.708	176.826
República Checa	**agosto	187.348	186.793

Por su parte, **el resto de circuitos de España seguían en esta etapa pre COVID-19 una tendencia alcista:** Jerez pasó de 144.127 personas a 151.513, Barcelona de 155.401 a 157.827 y Valencia de 170.708 a 176.826.

Se trata de una diferencia sustancial respecto al resto, pero analizados en perspectiva: **Motorland Aragón no solo es el circuito más nuevo, sino que carece de ciertos condicionantes que son motores de atracción para el público,** como los que comentamos previamente: cierre de carrera, localización de alta atracción turística y renombre como destino vacacional per se.

Gran Premio	Fechas 2022	2018	2019	2021	2022
España - Jerez	01 mayo	144.127	151.513	0	123.101
Cataluña - Barcelona	05 junio	155.401	157.827	60k - 70k	50k domingo
Aragón - Motorland	18 septiembre	114.057	104.390	*Permitido: 20K	*No celebrado
Comunitat Valenciana - Circuit Ricardo Tormo	6 noviembre	170.708	176.826	150.000	*No celebrado

Repercusión en turismo de los Grandes Premios de España

Es muy interesante, teniendo en cuenta la idiosincrasia del espectador de MotoGP, analizar cómo estos Grandes Premios afectan al flujo de turismo que recibe cada zona.

Turistas por provincias en 2019

Provincia	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
Cádiz (Jerez)	97.967	130.732	176.231	245.551	286.684	307.993	358.654	375.349	308.278	248.441	132.940	123.166
Teruel	21.544	28.377	36.273	44.469	36.264	39.327	41.947	60.386	41.522	41.433	32.038	31.185
Barcelona	746.797	814.340	961.604	1.109.962	1.230.382	1.274.805	1.328.095	1.284.916	1.168.716	1.183.573	903.909	804.389
Valencia	198.202	226.318	288.836	304.990	330.238	349.657	349.558	349.487	302.210	292.391	265.703	216.380

Sí se observan -por ejemplo- los números totales relativos a la afluencia de turistas en el año 2019 (el último previo al COVID-19 que puede servirnos de muestra), podemos observar lo siguiente:

JEREZ

En el mes del circuito, que en 2019 fue en mayo, la llegada de turistas es inferior a otros meses clave, como puede ser el verano. Es más, desde el mes de abril, con la llegada del buen tiempo, comienza la temporada alcista en términos de recepción de turistas. Así que no se puede concluir que el circuito suponga un incremento sustancial de las visitas.

BARCELONA

Teniendo en cuenta que el Gran Premio coincide en plena temporada de verano, observamos nuevamente que no se puede concluir que este evento sea el catalizador de la llegada de nuevos turistas o aficionados a la ciudad. Ciertamente es que ese mes de junio se reciben más turistas que los meses previos, pero menos que en julio y agosto.

VALENCIA

El Gran Premio de Valencia cierra la temporada, por lo que se celebra en el mes de noviembre. Nuevamente vemos cómo los meses veraniegos siguen siendo de mayor importancia para este sector turístico. Sin embargo, sí se puede intuir el impacto del circuito dado que, el siguiente mes, la ola de turistas es menor.

TERUEL

Partiendo de la base de que Teruel no es un destino vacacional nacional internacionales tan reconocido, podemos concluir que cualquier tipo de evento realizado en el territorio debe tener repercusión en este índice. Así, vemos cómo, a pesar de que es agosto el mes con mayor recepción de turistas, tanto abril (Superbikes) como septiembre (MotoGP) pueden ser catalizadores de turismo.

Sin embargo, y dada la poca información que se puede extraer de los datos del Instituto Nacional de Estadística que acabamos de presentar, hemos creado un análisis que brinda mucha más luz a la importancia del circuito en relación con la recepción de turistas internacionales:

Provincia	Media Turistas Extranjeros resto del año	% Turistas Extranjeros en mes de MotoGP
Cádiz (Jerez)	35,6 %	40,2 %
Teruel	12,1 %	17,7 %
Barcelona	74,5 %	76,8 %
Valencia	45,2 %	44,8 %

>> Es en Teruel donde se observa que el turismo internacional aumenta en mayor medida en el mes del Gran Premio

Teruel es la provincia en la que el porcentaje de turistas recibidos en el mes del Gran Premio de MotoGP aumenta en mayor medida. Así, mientras que, en el mes de MotoGP en Valencia se percibe una disminución del turismo internacional (-0,4 %), en Barcelona la cifra es de +2,3 % y en Cádiz (Jerez), de +4,6 %. Por su parte, en Teruel -que cuenta con menos elementos positivos a su favor en lo referido a ser foco de atracción de turismo internacional- de +5,6 %.

Del mismo modo, si tenemos en cuenta que la información indica cuáles son los intereses turísticos de la región (deportes de montaña y de invierno), vemos cómo **la actividad continua del circuito (tanto en MotoGP como en otros eventos relacio-**

nados como Superbikes) puede afectar a la llegada de turismo internacional. Con esto intuimos que el circuito tiene la capacidad de generar un mayor impacto en la región y generar unas mayores cifras de venta tanto para el propio circuito como para el territorio de su entorno de influencia. El quid de la cuestión será lograr que se convierta en algo más estratégico para la provincia y, por ende, para la comunidad autónoma.

Por ofrecer un último dato relativo a este aspecto y que nos ayude a clarificar si, como se cree, el Gran Premio de MotoGP de Aragón es o no un catalizador de turismo, hemos optado por incorporar una comparativa de lo que se vivía antes de la existencia y después de este circuito.

	2019 (con MotoGP)			2009 (sin MotoGP)		
	Total Turistas	Nacionales	Extranjeros	Total Turistas	Nacionales	Extranjeros
Enero	21.544	18.494	3.050	15.723	14.983	740
Febrero	28.376	25.790	2.586	20.912	20.086	826
Marzo	36.273	32.784	3.489	21.640	20.263	1.377
Abril	44.469	38.394	6.075	32.049	29.631	2.418
Mayo	36.265	30.021	6.244	25.252	23.349	1.903
Junio	39.327	34.382	4.945	23.993	21.737	2.256
Julio	41.947	36.672	5.275	28.833	26.209	2.624
Agosto	60.386	54.667	5.719	44.775	42.072	2.703
Septiembre	41.522	34.193	7.329	29.863	26.993	2.870
Octubre	41.433	34.642	6.791	31.352	28.384	2.968
Noviembre	32.038	29.358	2.680	21.027	20.012	1.015
Diciembre	31.185	28.086	3.099	21.205	20.242	963
	454.765	397.483	57.282	316.624	293.961	22.663
Porcentuales	100 %	87,40 %	12,60 %	100,00 %	92,84 %	7,16 %

	2019 (con MotoGP)			2009 (sin MotoGP)		
	Total Turistas	Nacionales	Extranjeros	Total Turistas	Nacionales	Extranjeros
Septiembre	41.522	34.193	7.329	15.723	26.99	2.870
Importancia del mes de MotoGP en flujo de turistas anuales	9,13 %			9,43 %		

Así vemos cómo en 2019 se recibió un estimado de más de 138.000 turistas más que en 2009, cuando aún no se celebraba la carrera. Este dato puede no considerarse relevante dado que, analizado lo que el mes de septiembre supone respecto al global del año, vemos que la cifra es, antes y después de la existencia de este Gran Premio, muy similar.

	2019 (con MotoGP)			2009 (sin MotoGP)		
	Total Turistas	Nacionales	Extranjeros	Total Turistas	Nacionales	Extranjeros
Septiembre	41.522	34.193	7.329	29.863	26.993	2.870
Importancia de extranjeros en septiembre dentro del total de turistas anual			1,61 %			0,91 %

Sin embargo, en términos globales observamos cómo **el número de turistas extranjeros se ha más que duplicado entre 2009 y 2019**. Analizando en porcentaje, vemos que su importancia frente al global del año se ha duplicado.



Y, por ende, la importancia respecto a los datos obtenidos en el mes de septiembre también se han duplicado:

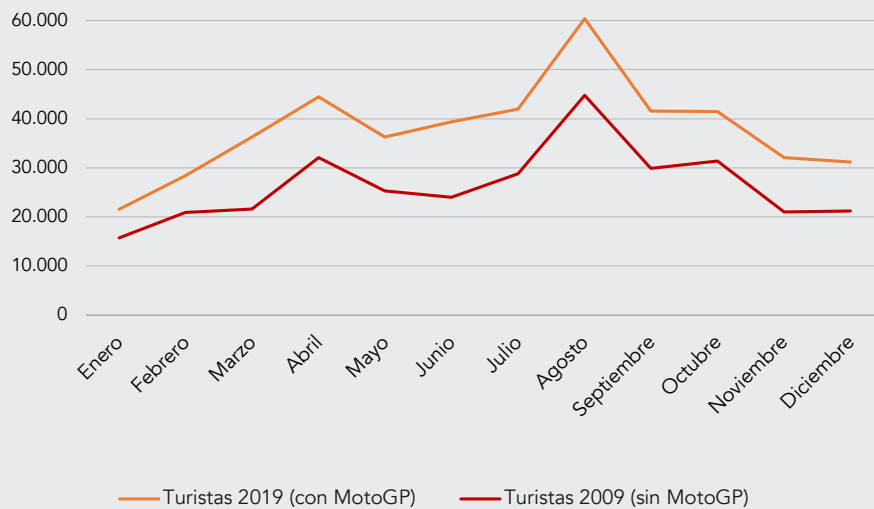
	2019 (con MotoGP)			2009 (sin MotoGP)		
	Total Turistas	Nacionales	Extranjeros	Total Turistas	Nacionales	Extranjeros
Septiembre	41.522	34.193	7.329	29.863	26.993	2.870
Extranjeros respecto al total de turistas en Septiembre			17,65 %			9,61 %

>> El turismo internacional en Teruel se ha duplicado desde la existencia del Gran Premio

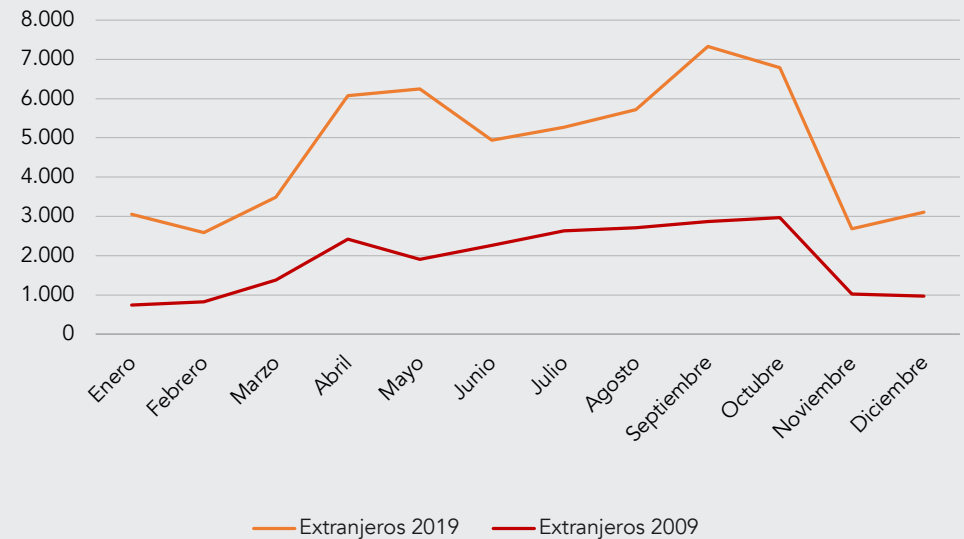
¿Acaso esto no nos debe hacer entender la celebración de este evento sí que influye en los resultados de la zona? Mostraremos

unos últimos gráficos que nos ayudarán a comprender la solidez de esta hipótesis que estamos presentando:

Turistas en 2019 vs. turistas 2009



Turistas extranjeros en 2019 vs. 2009



Así, si continuamos analizando cuál puede ser la repercusión económica que supone la llegada de todos estos turistas, podemos observar que, según fuentes del INE, Motorland Aragón tiene una ventaja competitiva respecto al resto de circuitos de España:

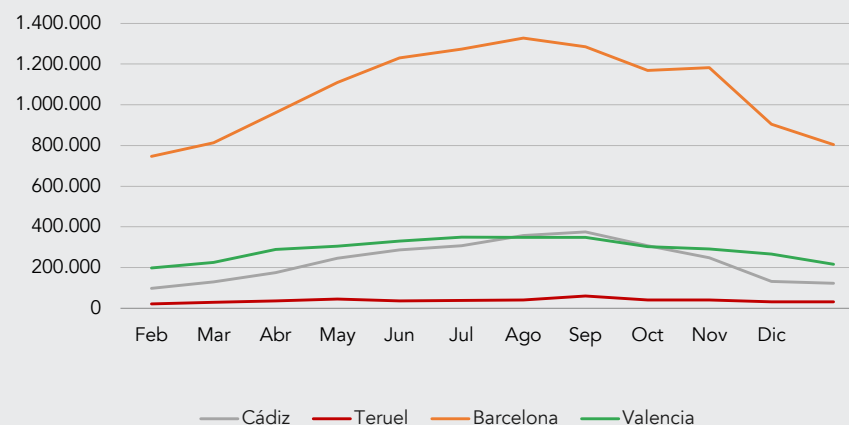
Provincia	Precio Medio MotoGP - Tribuna	Gasto Medio Turista por día	Precio Medio Hotel por persona
Cádiz (Jerez)		123 €	109 €
Teruel	45 € - 110 €	113 €	72,5 €
Barcelona	65 € - 140 €	217 €	121,7 €
Valencia	69 € - 180 €	126 €	107,5 €

La ventaja subyace en el hecho de que el coste que le supone al aficionado disfrutar de un fin de semana de MotoGP en Aragón es inferior a cualquiera de los otros circuitos. Es decir, puede llegar a **atraer a aquel turista de nivel medio que quiere disfrutar de la experiencia sin pagar los altos costes -tanto por entrada como por alojamiento- del resto de circuitos de España.**

Los precios turísticos de la zona constituyen una magnífica oportunidad para que los asistentes al Gran Premio alarguen su estancia en las cercanías del circuito.

Distribución de turistas por provincia

Ahondando en este aspecto, podemos observar cómo solo es en Teruel donde, a pesar de que su curva de turismo es inferior, se percibe un claro pico en cuanto al número de turistas recibidos en el mes de su Gran Premio. Esto nos indica que el impacto turístico en la región es mayor.

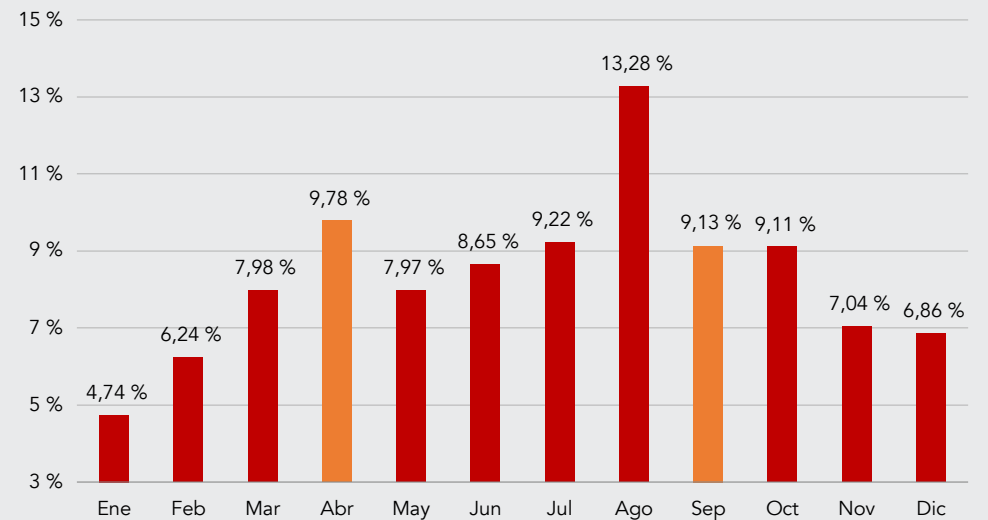


	Teruel		Cádiz		Barcelona		Valencia	
	Number	%	Number	%	Number	%	Number	%
Ene	21.544	4,74 %	97.967	3,51 %	746.797	5,83 %	198.202	5,71 %
Feb	28.377	6,24 %	130.732	4,68 %	814.340	6,36 %	226.318	6,51 %
Mar	36.273	7,98 %	176.231	6,31 %	961.604	7,51 %	288.836	8,31 %
Abr	44.469	9,78 %	245.551	8,79 %	1.109.962	8,66 %	304.990	8,78 %
May	36.264	7,97 %	286.684	10,27 %	1.230.382	9,60 %	330.238	9,51 %
Jun	39.327	8,65 %	307.993	11,03 %	1.274.805	9,95 %	349.657	10,07 %
Jul	41.947	9,22 %	358.654	12,85 %	1.328.095	10,37 %	349.558	10,06 %
Ago	60.386	13,28 %	375.349	13,44 %	1.284.916	10,03 %	349.487	10,06 %
Sep	41.522	9,13 %	308.278	11,04 %	1.168.716	9,12 %	302.210	8,70 %
Oct	41.433	9,11 %	248.441	8,90 %	1.183.573	9,24 %	292.391	8,42 %
Nov	32.038	7,04 %	132.940	4,76 %	903.909	7,06 %	265.703	7,65 %
Dic	31.185	6,86 %	123.166	4,41 %	804.389	6,28 %	216.380	6,23 %
TOTAL	454.765	100 %	2.791.986	100 %	12.811.488	100 %	3.473.970	100 %

En este gráfico se pueden observar los números totales y porcentaje de turistas recibidos a lo largo del año en las cuatro sedes de MotoGP en España.

En 2019, abril y septiembre fueron el segundo y cuarto mes con más turistas en Teruel, coincidiendo con los grandes eventos de Motorland (Superbikes y MotoGP).

Teruel



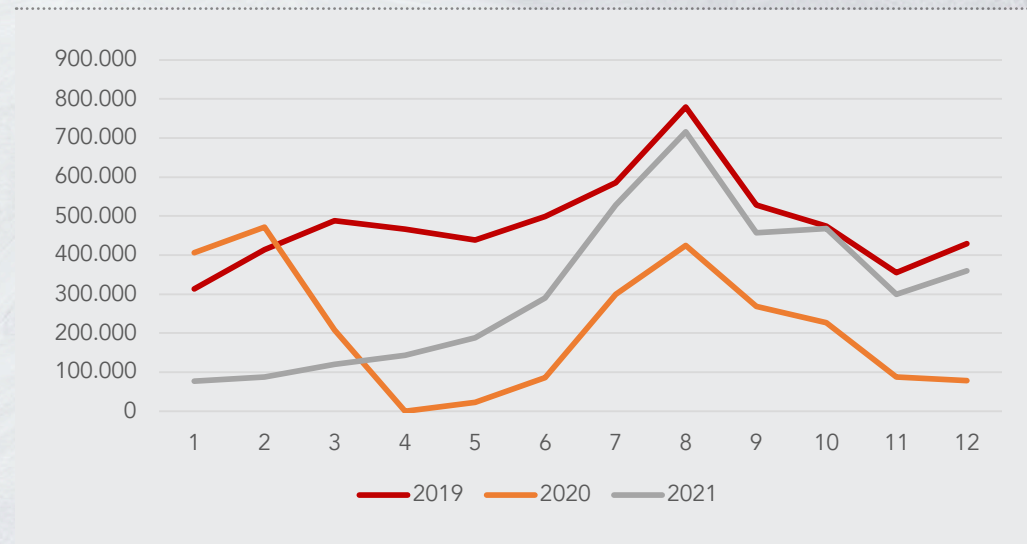
PERNOCTACIONES

Para analizar también el negocio que aporta y que puede recuperarse tras la pandemia, vemos las cifras de pernoctaciones en 2019, su caída en 2020 y cómo van recuperándose en 2021, con todo el efecto que tiene en la economía de la zona.

	2019	2020	2021
1	313.477	405.829	77.125
2	414.640	471.817	88.276
3	487.832	208.657	120.812
4	466.265	0	143.181
5	438.160	23.442	188.590
6	498.847	86.862	290.685
7	586.020	299.712	528.599
8	779.604	425.170	716.120
9	528.078	269.155	457.595
10	474.685	227.018	467.890
11	355.187	87.524	299.717
12	429.308	79.087	359.632
TOTAL	5.772.103	2.584.273	3.738.222

INE: Aragón - Pernoctaciones en establecimientos hoteleros

Pernoctaciones en establecimientos hoteleros

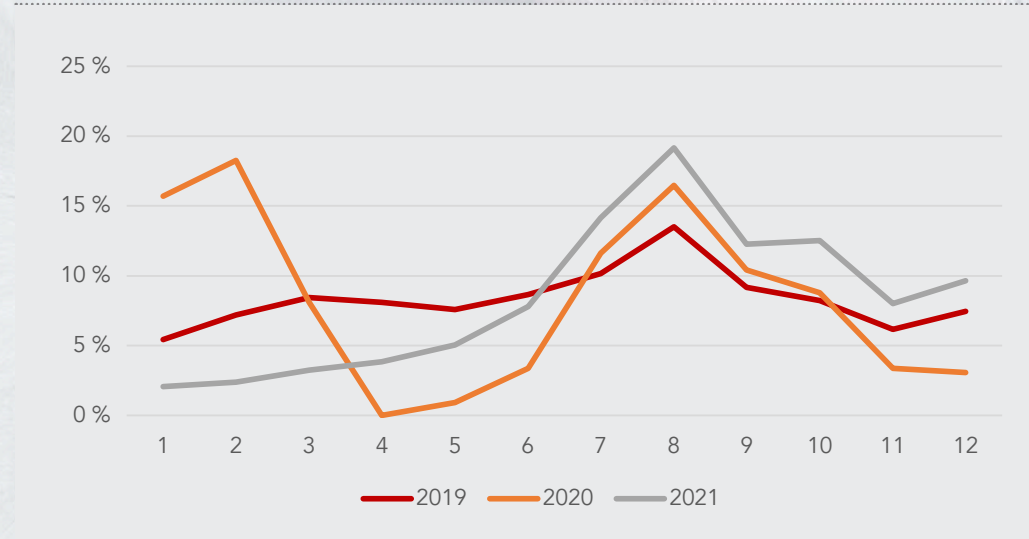


INE: Aragón - Pernoctaciones en establecimientos hoteleros

	2019	2020	2021
1	5,4 %	15,7 %	2,1 %
2	7,2 %	18,3 %	2,4 %
3	8,5 %	8,1 %	3,2 %
4	8,1 %	0,0 %	3,8 %
5	7,6 %	0,9 %	5,0 %
6	8,6 %	3,4 %	7,8 %
7	10,2 %	11,6 %	14,1 %
8	13,5 %	16,5 %	19,2 %
9	9,1 %	10,4 %	12,2 %
10	8,2 %	8,8 %	12,5 %
11	6,2 %	3,4 %	8,0 %
12	7,4 %	3,1 %	9,6 %
TOTAL	5.772.103	2.584.273	3.738.222

INE: Aragón - Pernoctaciones en establecimientos hoteleros, en porcentaje

Pernoctaciones en establecimientos hoteleros



INE: Aragón - Pernoctaciones en establecimientos hoteleros, en porcentaje

En 2019, el mes de septiembre fue el tercer mes en número de pernoctaciones, detrás agosto y julio, respectivamente. En 2021 vemos que ocupa la cuarta posición, aunque concentra un 3,1 % más de pernoctaciones en el cómputo global del año que en 2019.

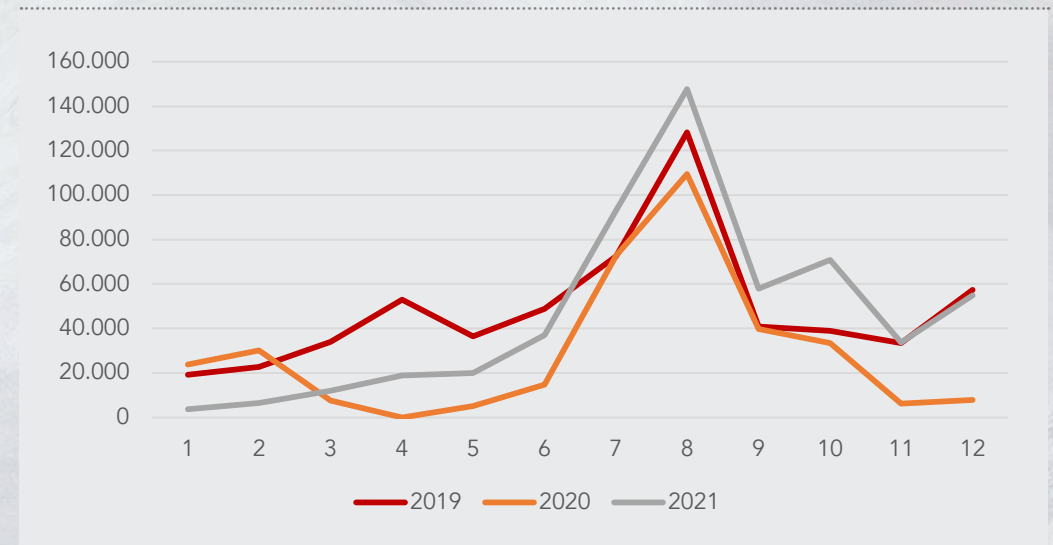
Pernoctaciones turismo rural

Las pernoctaciones en turismo rural representan el 10 % de las pernoctaciones en hoteles. En la tabla observamos cómo se recupera prácticamente el 100 % de la cifra de pernoctaciones en 2021 respecto a la actividad de 2019.

	2019	2020	2021
1	19.230	23.937	3.730
2	22.855	30.275	6.401
3	34.081	7.706	12.050
4	53.009	.	18.894
5	36.453	5.035	19.919
6	48.979	14.752	36.999
7	72.516	72.757	93.134
8	128.215	109.479	147.649
9	40.860	39.761	57.866
10	39.023	33.501	70.843
11	33.398	6.383	33.612
12	57.254	7.882	54.839
TOTAL	585.873	351.468	555.936

INE: Aragón - Pernoctaciones turismo rural

Pernoctaciones turismo rural



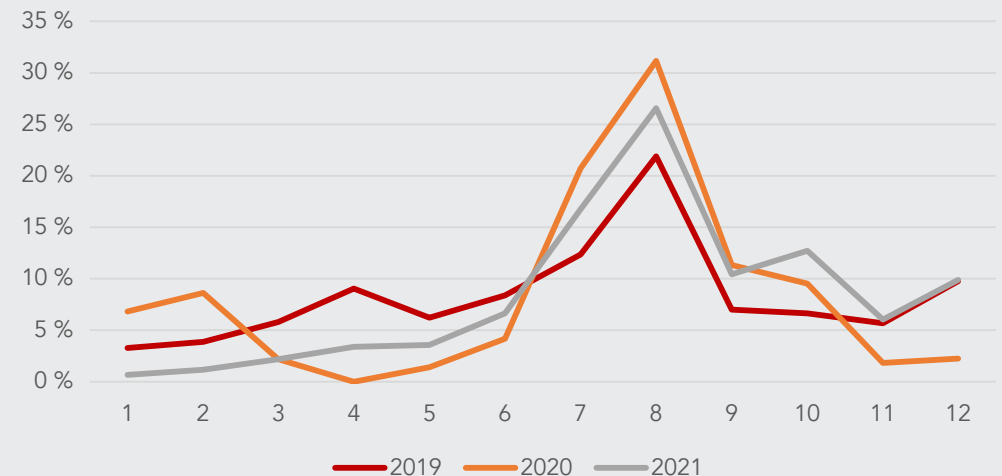
INE: Aragón - Pernoctaciones turismo rural

>> En 2021, el mes de septiembre fue el cuarto mes en pernoctaciones de turismo rural y concentra un 3,4 % más de pernoctaciones en el cómputo global del año que en 2019

	2019	2020	2021
1	3,3 %	6,8 %	0,7 %
2	3,9 %	8,6 %	1,2 %
3	5,8 %	2,2 %	2,2 %
4	9,0 %	0,0 %	3,4 %
5	6,2 %	1,4 %	3,6 %
6	8,4 %	4,2 %	6,7 %
7	12,4 %	20,7 %	16,8 %
8	21,9 %	31,1 %	26,6 %
9	7,0 %	11,3 %	10,4 %
10	6,7 %	9,5 %	12,7 %
11	5,7 %	1,8 %	6,0 %
12	9,8 %	2,2 %	9,9 %

INE: Aragón - Pernoctaciones turismo rural, en porcentaje

Pernoctaciones turismo rural



INE: Aragón - Pernoctaciones turismo rural, en porcentaje

Pernoctaciones en hoteles en Teruel

Para ver cómo influyen los principales eventos en la provincia de Teruel, hemos querido comparar Teruel con Huesca en cuanto a pernoctaciones en hoteles.

Teruel tiene una cifra de negocio del 40 % si la comparamos con el total de

pernoctaciones de Huesca. Analizando el total de pernoctaciones en 2021 respecto a 2019, vemos cómo **Teruel se aproxima más que Huesca a la cifra de 2019, aunque ambas provincias están aún muy por debajo** de las cifras alcanzadas en 2019.

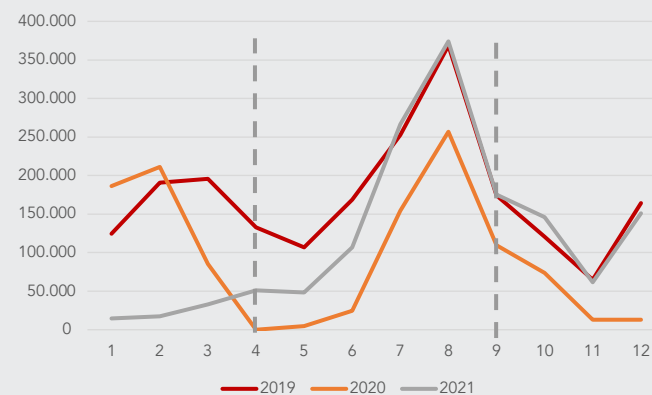
	Teruel			Huesca		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
1	36.983	50.390	7.024	124.718	186.327	14.618
2	49.625	60.243	9.164	191.016	211.011	17.393
3	62.849	25.083	14.214	195.894	85.443	32.981
4	82.528	0	18.592	132.986	0	51.010
5	65.647	2.962	31.706	107.102	4.505	48.050
6	67.270	10.080	50.370	168.836	24.701	106.651
7	79.925	43.061	80.882	252.609	154.214	266.406
8	122.176	73.727	115.251	368.557	256.804	374.025
9	78.972	53.856	77.877	173.976	109.747	175.182
10	74.165	48.932	86.638	120.604	73.574	146.092
11	60.319	11.267	51.774	64.828	13.057	61.305
12	57.382	8.428	53.941	164.402	13.132	150.955
TOTAL	839.860	390.049	599.454	2.067.547	1.134.535	1.446.689
		2021 respecto 2019	71,38 %		2021 respecto 2019	69,97 %

INE: Teruel / Huesca - Pernoctaciones en establecimientos hoteleros

Pernoctaciones Teruel



Pernoctaciones Huesca



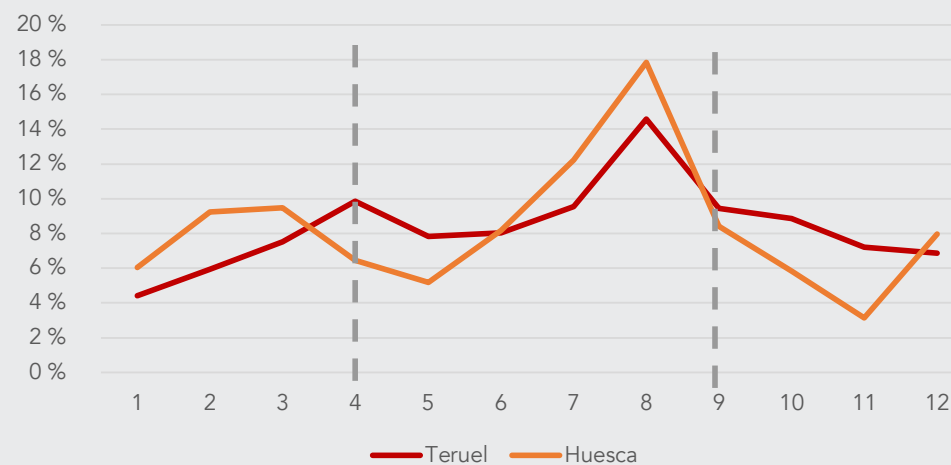
INE: Teruel / Huesca - Pernoctaciones en establecimientos hoteleros, en porcentaje

Se observa en Teruel, en los meses de abril y septiembre, una mayor ocupación de plazas hoteleras que en Huesca, meses que coinciden con los grandes eventos del circuito.

Cogiendo 2019 como año más significativo por mostrar los datos de ocupación antes de la pandemia, vemos cómo Teruel concentra más pernoctaciones hoteleras en los meses de abril y septiembre que Huesca.

Mientras que en Teruel el número de pernoctaciones en abril y septiembre corresponden al segundo y cuarto mes de máxima ocupación, en Huesca representan el noveno y sexto lugar respectivamente, mostrando una mejor ocupación que Teruel en los meses de práctica de deportes de nieve y en julio-agosto.

Pernoctaciones 2019



INE: Teruel / Huesca - Pernoctaciones en establecimientos hoteleros, en porcentaje. Año 2019

Analizando estas cifras de ocupación hotelera, **confirmamos que la celebración de eventos de Motorland influye en la actividad económica de Teruel en esos mismos periodos.**

Ocupación y empleo en Teruel

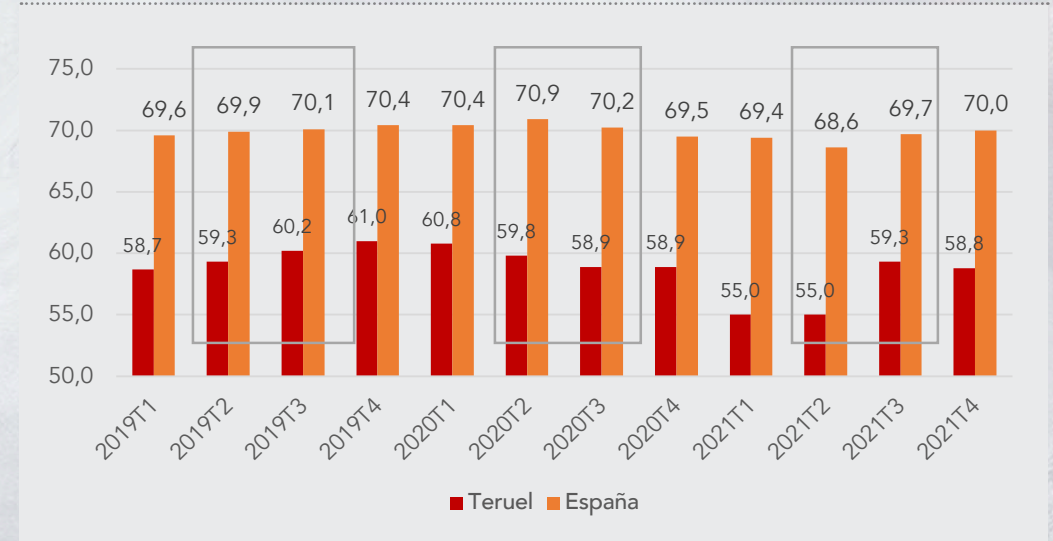
Analizando la población activa en Teruel y comparándola con el total de la población activa de España, observamos en primer lugar que **existe una diferencia de 10,1**

puntos porcentuales entre el nivel de ocupación de Teruel y el promedio de toda España.

	Teruel	España
2019T1	58,7	69,6
2019T2	59,3	69,9
2019T3	60,2	70,1
2019T4	61,0	70,4
2020T1	60,8	70,4
2020T2	59,8	70,9
2020T3	58,9	70,2
2020T4	58,9	69,5
2021T1	55,0	69,4
2021T2	55,0	68,6
2021T3	59,3	69,7
2021T4	58,8	70,0
Promedio	58,8	69,9

EPA - Encuesta de población activa. Porcentaje de ocupación

Activos



EPA - Encuesta de población activa. Porcentaje de ocupación

La población activa en Teruel en 2019 se ve incrementada en un 0,6 % en el T2 y en un 0,5 % en el T3, mientras que en España, en promedio, aumenta un 0,3% en el T2 y un 0,2 % en el T3. Es decir, en estos dos trimestres, **la tasa de empleo aumenta el doble en Teruel que en el promedio de toda España.**

El año 2020 resultó ser un año atípico por el inicio de la pandemia del COVID-19. Por ello, analizando mejor los datos de

2021, en Teruel la población activa en el T2 se mantiene como en el T1 y en el T3 en un 4,3 %, mientras que en España, en promedio, disminuye un 0,8 % en el T2 e incrementa un 1,1 % en el T3.

Teruel, en estos dos trimestres de eventos en Motorland, logra mantener la ocupación en el T2 e incrementarla el 4,3 % en el T3, muy por encima del promedio de España en estos dos trimestres que analizamos.

>> La celebración de grandes eventos como MotoGP y Superbikes ayuda a mantener las tasas de empleabilidad de Teruel

Análisis de impacto mediático y comunicación de los Grandes Premios de MotoGP en España

La comunicación es una herramienta fundamental de negocio y clave para dar a conocer cualquier evento. De hecho, no parece posible realizar un plan de negocio sin establecer las bases de su comunicación. Sin embargo, no siempre las estrategias de comunicación funcionan y, en la mayoría de los casos, es porque se diseñan de forma independiente a la estrategia global, sin poner el foco en el objetivo a conseguir y sin conectar todas las herramientas y vías posibles para dinamizarla.

Si vemos cómo las noticias generadas no logran captar la atención de los medios deportivos y del motor, se puede concluir que existe una amplia posibilidad de crecimiento en este aspecto: cuanto mejor sea la estrategia de comunicación, más valor se otorgará a la marca, mayor audiencia se alcanzará y mayor interés entre el público *target*. **Es imprescindible diseñar una estrategia de comunicación con activaciones publicitarias a lo largo**

del año para mejorar el posicionamiento global de Motorland Aragón tanto nacional como internamente.

Radio, prensa, televisión, internet, redes sociales, teléfono, e-mail, sms... Son muchos los canales de comunicación que se utilizan para comunicar. Para un sector como el **de MotoGP que ha alcanzado en 2022 40 millones** de seguidores en redes sociales, cabe destacar la importancia de su uso.

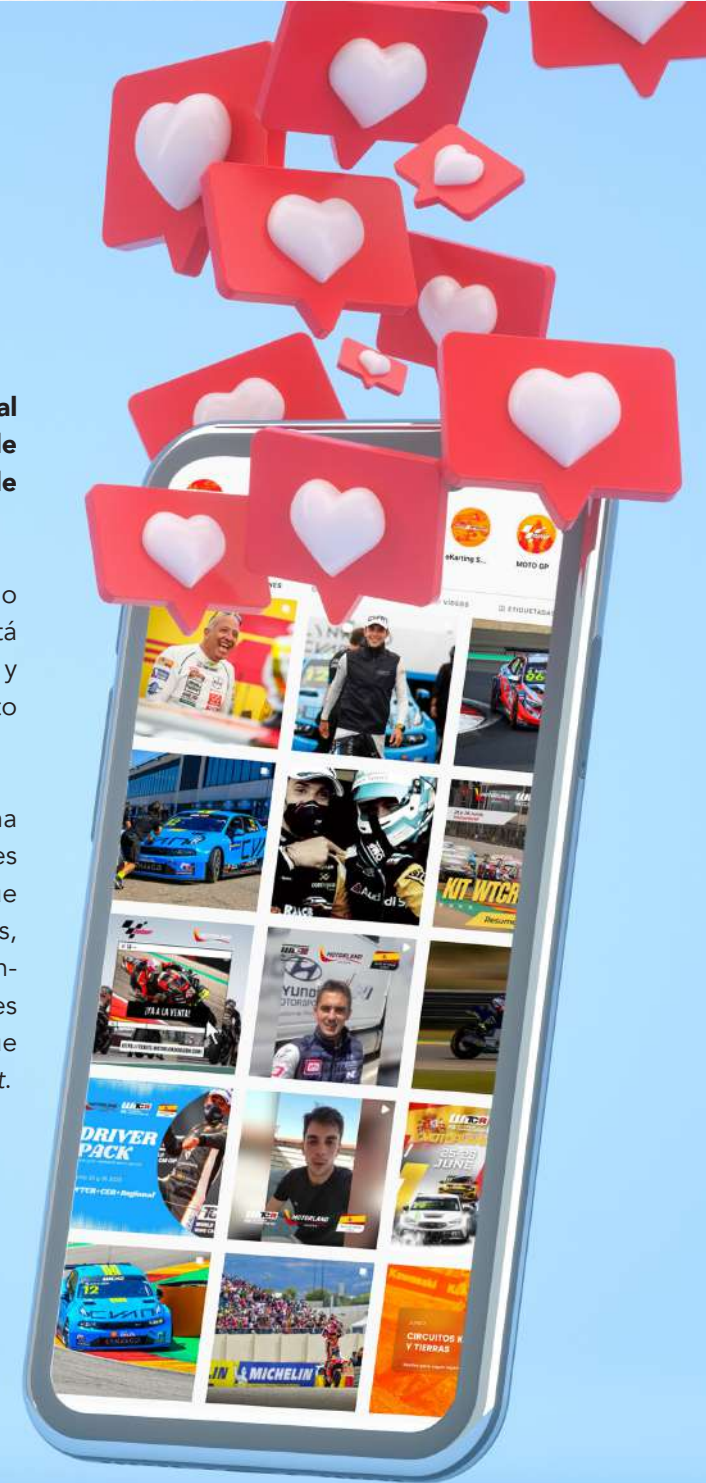
Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y muchos más, los datos demuestran que la base de fans de MotoGP ha crecido en un 33 % en poco más de un año y sigue creciendo a medida que los aficionados consumen la gama de contenidos que ofrece este deporte.

Por ello, **se han analizado los diferentes canales sociales tanto de Motorland Aragón, como de sus principales competidores, para entender cómo**

influye la comunicación digital y la relación con los medios de comunicación en el desarrollo de negocio de estas entidades.

Del mismo modo, se han extraído hipótesis sobre qué puede estar fallando, qué se puede mejorar y encontrar casos concretos de éxito y/o fracaso en el desarrollo.

Aunque en todos los casos se ha percibido la existencia de diferentes canales digitales, sí es cierto que unos se aprovechan más que otros, saben canalizar dónde se encuentran principalmente sus seguidores y cuáles son las publicaciones que más pueden encajar con su *target*.



Número de seguidores canales sociales

Círculo	Facebook	Twitter	Youtube	Instagram	Linkedin	Tik Tok
Motorland Aragón	45.886	33.610	1.030	27.000	1.528	no
Jerez	134.725	43.000	159	37.700	no	no
Cheste	80.866	38.600	1.410	48.500	no	1.381
Barcelona	160.689	34.000	1.880	114.000	4.401	4.566

De este modo, se resume a continuación el estado de cada uno de los perfiles sociales. Partimos de la base de que **MotoGP, el elemento que vincula a todos estos perfiles, tiene una masa de seguidores de:**

Facebook	Twitter	Youtube	Instagram	Linkedin	Tik Tok
14.128.397	3.100.000	13.100.000	5.000.500	29.772	1.600.000

Asimismo, analizando el perfil del usuario seguidor de MotoGP, observamos que:

- **62 % de sus seguidores tienen entre 18 y 34 años**, el 28 % entre 35 y 54 años; el 84 % son hombres y 16 % mujeres.
- El **43 % ha seguido este deporte durante un periodo de entre 2 a 5 años**, mostrando que los nuevos fans van creciendo sosteniblemente (Dorna 2020 Review).

Respecto a sus resultados:

- **En 2019, tuvo 12.2 BN de impresiones, 3BN video views**, 400M de engagement y 2.5BN minutos vistos.
- **Los fans de MotoGP's son muy leales** y durante el año ven al menos 15 de las 19 carreras.
- El **alcance total en canales digitales para 2019 fue de 6.7 billones** de interacciones.

Es decir, nos encontramos ante esta audiencia target con un interés real en el mundo de la competición. **En una situación idílica, ese sería nuestro techo objetivo, aunque -por supuesto- existen ciertos condicionantes que impedirán que todos se conviertan en clientes.**

Estos datos nos servirán como punto de partida para analizar cuál es la salud digital de los diferentes circuitos españoles y cuáles son los huecos de crecimiento que se pueden observar en el caso del Motorland Aragón.

Cabe destacar que en general que siguiendo los gustos de los propios seguidores de MotoGP, en cada circuito las preferencias en cuanto a redes sociales se repiten. **Facebook y Twitter destacan como las comunidades preferidas por los usuarios, en cualquiera de los circuitos analizados.**

MOTORLAND ARAGÓN

Lleva a cabo una estrategia digital activa, aunque publica el mismo contenido en todas las redes sociales, con una media de publicación de un post diario. Se observa que existe poco contenido audiovisual y falta de interacción con los profesionales del mundo del motor, entidades institucionales, presencia profesional, etc.

Como conclusión generalizada, se puede indicar que **todas las redes sociales del circuito tienen un amplio potencial de crecimiento respecto al nivel de MotoGP.**



Facebook: la red social con mayor alcance y con mayor actividad.



Twitter: su estrategia de publicación parece estar basada en los retuits y la compartición de material de terceros en los que se cita a Motorland, como profesionales del mundo del motor, marcas, otras entidades, participantes de los diferentes cursos, etc.: @WorldSBK, @yamaharacingcom, @PataYamahaBR1XX, @ducaticorse, @Karting_RFEa, entre otros muchos. Estas interacciones son clave para el desarrollo digital del perfil.



LinkedIn: publicaciones dirigidas a la parte más "corporativa" y formativa del Circuito Motorland Aragón; en concreto, publican información relacionada con el Máster en Ingeniería del Motosport, cursos de formación y participación en encuentros especiales dentro del circuito. Se

observa que el circuito se aprovecha como localización para otras muchas actividades de perfil educativo, deportivo y empresarial. De media las publicaciones rondan entre 7/20 me gustas. Sin embargo, se aprecia mucho mayor alcance cuando aparecen profesionales del mundo del motor o entidades representativas citadas en los post. A pesar de que algunos de los contenidos están publicados en **inglés**, no es algo continuado ni diario.



Instagram y Youtube: los perfiles menos representativos del circuito. Su carácter visual parece que dificulta la ejecución de una

estrategia de comunicación continuada. Así, sus métricas se ven reducidas: en el caso de Instagram, el número de post publicados se cifra en 3-4 a la semana. No se percibe una agilidad en el uso de nuevos formatos de publicaciones de gran alcance a día de hoy (reels y stories). Analizando cuál es la situación del resto de circuitos en Youtube vemos cómo con pequeñas acciones podríamos hacernos con su mercado.



En el plano de la **relación con medios de comunicación** se puede observar cómo en la **web de Motorland** existe una sección dedicada a la difusión de noticias (eventos

propios, acuerdos, fechas de carreras, etc.). Entre 2-3 noticias a la semana. Dicha información no tiene gran repercusión a nivel local ni sirve de fuente informativa para los periodistas, por lo que no se ven publicados en medios. Vemos cómo lo ocurrido en el Motorland Aragón no trasciende a los medios deportivos o de motor, quedando relegado solo al plano regional y local. Así, se observa cómo la visibilidad de la marca depende, en gran medida, de los medios ganados (*earned media*) cada vez que terceros citan a Motorland Aragón.

A continuación vemos algunas de las noticias generadas recientemente donde se plasman actividades realizadas en el circuito:

- **La Copa del Mundo de Turismos llegará a Motorland Aragón el último fin de semana de junio**
- **La película "Centauro" rodada en Motorland se estrena el 15 de junio en Netflix**



CIRCUITO DE JEREZ

Es el circuito más reconocido a nivel nacional, por trayectoria e historia es bastante popular y eso se refleja de forma directa en sus redes sociales.



Twitter: Publica una media de un post al día, su actividad se centra mucho en el retuit de algún post de terceros y la interacción con todas las entidades, corredores y profesionales del mundo del motor. Es un canal muy informativo y activo. Su potencial residen en la continua interacción con terceros: partners, equipos, marcas, etc: @RacingWeekend22, @CET_RFEdA, @CET_RFEdA.



Facebook: Es la red social más fuerte para el Circuito de Jerez, publicando gran número de contenidos (2-3 diarios). La página se alimenta de muchas de las noticias en las que se cita al circuito, celebración de eventos, fomentando ese espíritu "motero". Algunos de los contenidos revisados, tienen formato publicitario, por ejemplo, los que se promocionan los diferentes **spots** producidos para las temporadas específicas de Moto GP, por lo que probablemente se desarrollen campañas publicitarias de social ads.



Instagram y Youtube: Son perfiles menos explotados por el circuito. En el caso de Youtube, hay subidos pocos vídeos y con escasas visualizaciones, 25-60. Instagram sí parecer ser un canal en pleno desarrollo, pero con poco contenido audiovisual, una media de 130-150 "me gustas" por publicación.



de la Frontera o del propio Gobierno Andaluz.

Medios de comunicación:

El circuito está muy vinculado con la ciudad de Jerez, apareciendo en muchas noticias de contexto social y desarrollo económico, bien a través del propio Ayuntamiento de Jerez

- **La Junta pretende invertir hasta 5 millones para que Jere... (lavozdelsur.es)**

- **Se optan a 8,5 millones de fondos Next Generation para convertir el circuito de Jerez "no sólo en recurso deportivo sino también turístico" - DIARIO Bahía de Cádiz (diariobahiadecadiz.com)**
- **Presentado el proyecto 'Jerez, Catedral del Motor' - Revista digital LAGUIADELMOTOR.NET**

En lo relativo a la difusión de noticias propias, la web del Circuito cuenta con una sección específica de noticias, en las que se detallan todas las acciones y eventos desarrollados en el circuito. Detectamos una media de cinco noticias a la semana, en función de la actividad de ese mes. Aunque solo se comparten con los medios locales-regionales-nacionales aquellas de gran impacto relativas a los grandes premios. Por ejemplo, durante la celebración del Gran Premio de España de MotoGP de Jerez obtuvo **un retorno de 12 millones de euros a nivel mediático. Noticias - Circuito de Jerez - web oficial**

Lo que se traduce en un número de impactos en prensa de 6.514, 5.354 del entorno digital, 836 a prensa impresa, 175 noticias de radio y 149 en televisiones. Obteniendo un alcance de total de 802.450.843 espectadores.

CIRCUIT RICARDO TORMO

CIRCUITO RICARDO TORMO- VALENCIA



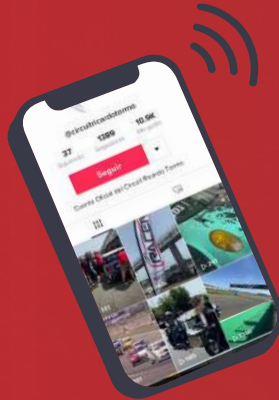
Facebook: Encontramos en Facebook a su target objetivo, cerca de 80.866 seguidores están vinculados a la comunidad de Cheste. La página publica varias veces al día y de forma muy activa interactúa con los seguidores y genera publicidad sobre encuentros, eventos específicos, etc.



Twitter: Con una media de 2-3 publicaciones diarias y varios retuits. Contenidos generales de actividades celebradas en el circuito.



Instagram y Youtube: Tienen menos alcance, en general. En Youtube, la entidad sube aproximadamente un vídeo cada semana, con un alcance de unas 200 visualizaciones de media.



Tik Tok: Cabe destacar que en este mismo año 2022, el circuito también ha abierto su perfil de Tik Tok, aunque todavía no logra tener buenos resultados de alcance.



Con relación a la generación de noticias y la relación con los medios de comunicación, cuenta con un equipo muy activo en la publicación y elaboración de contenido propio. La comunicación tiene mucho impacto local/regional, algunas de ellas con gran valor informativo

y publicitario.

Registrando impactos de valor con muchas de las noticias que publican. Varía mucho en función de la temporada.

- [El Circuito Ricardo Tormo recorta un 60 % sus ingresos por el Covid-19 y prevé retomar la normalidad en 2022 | Palco23](#)
- [El Circuito Ricardo Tormo, listo para acoger el 'Racing Weekend' - Levante-EMV](#)
- [Circuito de Cheste Valencia: carreras gratis | Fin de semana de carreras gratis en el Circuito de Cheste | Las Provincias](#)
- [El Circuito Ricardo Tormo celebra la segunda carrera del FIM JuniorGP \(elperiodic.com\)](#)
- [El Circuito Ricardo Tormo celebra la segunda carrera del FIM JuniorGP | Deportes | Cadena SER](#)



**Circuit de
Barcelona
CATALUNYA**

CIRCUITO DE BARCELONA

En materia de comunicación, redes sociales y relación con los medios de comunicación, el Circuito de Barcelona es el que mejor trabaja el posicionamiento de marca. Aprovechando cualquier hito para realizar una comunicación específica y conectando con el interés del usuario.



Tik Tok: El Circuito de Barcelona tienen un perfil con 4.567 seguidores y una media de 300-450 visualizaciones de los vídeos. Un canal en crecimiento en el que se observa mayor número de visualizaciones en función del desarrollo de la comunidad.



Medios de comunicación: En lo relativo a noticias y relación con los medios, se observa un gran trabajo detrás de la comunicación de la entidad. Aunque muchos de los impactos son a través de los resúmenes o reportajes efectuados tras los

campeonatos, los corredores, patrocinios o marcas, existe un posicionamiento bastante positivo del circuito en medios de comunicación. En comparación con el resto, traspasa la barrera de la comunicación regional y local, consiguiendo muchos impactos mediáticos generalistas a nivel nacional.

- **El Circuito de Barcelona-Cataluña volverá a rugir en las gradas (lavanguardia.com)**
- **El Circuito de Barcelona-Cataluña, el más sostenible de la F1 (mundodeportivo.com)**

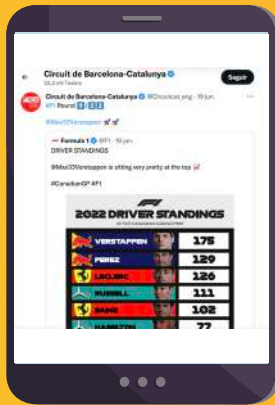
Además, publican en su web contenido relacionado con cada evento y acción celebrada. A nivel gabinete de prensa publica aquellas noticias más relevantes.

- **El primer circuito integrado de la historia - Abadía Digital (abadiadigital.com)**
- **El Circuito de Barcelona-Cataluña es el primer circuito del mundo en obtener la nueva versión del certificado ISO de medio ambiente - Brito Prensa (britoprensaracing.es)**
- **Nace el Village Barcelona&Circuit, la F1 más integrada en la ciudad condal (todoformula1.net)**
- **¿Qué ha probado cada fábrica de MotoGP en los test de Barcelona 2022? (motorsport.com)**
- **MotoGP: Quartararo da cátedra en Cataluña (revistamoto.com)**
- **El desastre organizativo del GP de España: «Nunca había visto esto en 17 años» (motor.es)**
- **Horario de MotoGP: Gran Premio Cataluña en el Circuito de Barcelona-Cataluña (elperiodico.com)**
- **Barcelona y su amor por la Fórmula 1 (cocheglobal.com)**



Facebook y Twitter:

Cuenta con grandes comunidades, publicando una media de 2-3 veces al día. En Facebook, la página tiene una sección exclusiva



para destacar los **eventos**. Cabe destacar que cuenta con un perfil propio del Circuito para comunicar en inglés **canal de Twitter**. **Una comunidad de 59 mil seguidores. Y otro en catalán, con 1.930 seguidores.**



Instagram: En el perfil de Instagram, publica por lo general en tres idiomas: catalán, inglés y castellano.

En general, en todos los circuitos analizados, se puede concluir que **tienen mucho territorio por explotar nuevos canales como Twitch, no parece que habiliten herramientas de marketing de influencers ni en formatos de alto rendimiento endimimento, como reels o vídeos.** Aplicar estas herramientas en el corto plazo les posibilitaría convertirse en líderes del espectro digital de la MotoGP en España.

Proseguimos analizando diferentes aspectos relacionados con la difusión que desde el circuito Motorland se llevan a cabo:

AUDIENCIA DIGITAL

Tomando como referente la masa de seguidores que conservan los perfiles de MotoGP en sus redes sociales, podemos concluir que **el hecho de que Motorland Aragón no alcance el 1 % de la audiencia que tiene MotoGP le habilita para que, con una buena estrategia de social media, incremente su visibilidad y contacto con su potencial target.**

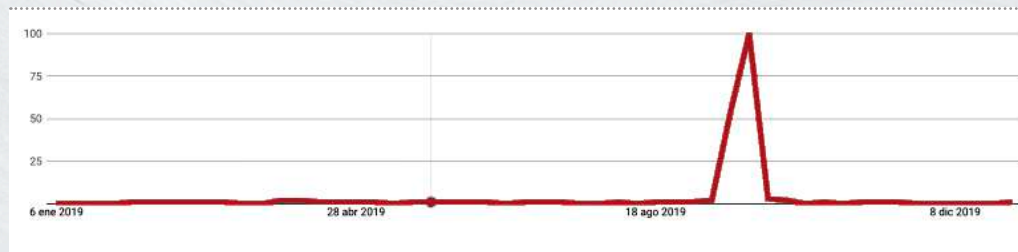
CAMPAÑAS DE ADS NACIONALES E INTERNACIONALES

Con herramientas como Google Trends observamos cómo existe un interés latente en nuestro circuito.

Esto nos permite concluir que un uso eficiente de los canales de comunicación digital nos ayudaría a capitalizar el actual interés existente

en el Gran Premio de Mortorland Aragón:

Interés a lo largo del tiempo



Así, para atraer a un turismo internacional de gran valor para Aragón, vemos cómo realizando acciones de publicidad en ciertos países se puede incrementar el número de visitas recibidas de lugares como:

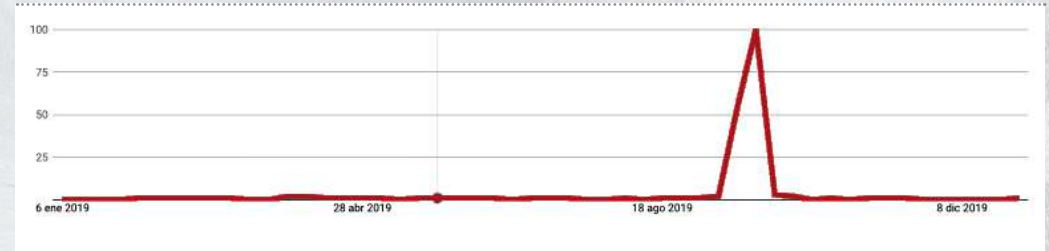
Interés por región



Indonesia e Italia, dos áreas que cuentan con una población interesada en nuestro circuito. ¿Se han realizado acciones concretas para la captación de este target? Es el momento de comenzar a hacerlo.

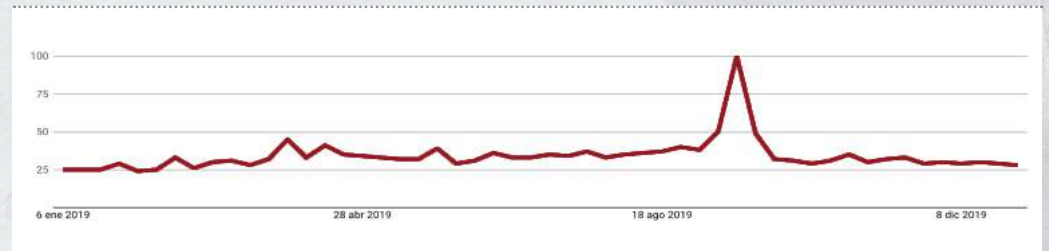
Asimismo, y reincidiendo en este hecho que nos muestra las tendencias de búsqueda existentes en la actualidad, vemos cómo **se abre la puerta a aprovechar el verano para capitalizar ese sentimiento e interés orgánico existente actualmente en el premio de MotoGP** y que se muestre en búsquedas como:

Interés a lo largo del tiempo



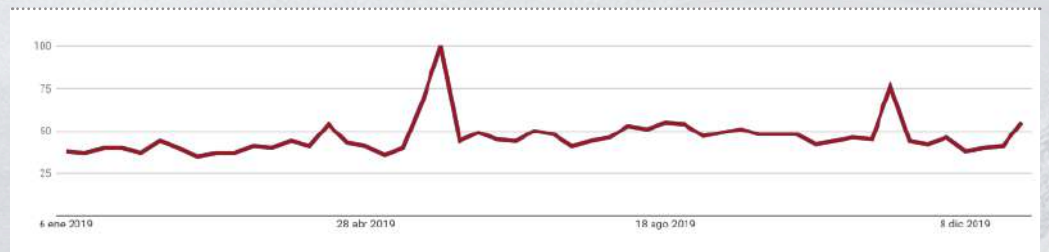
Aragon MotoGP

Interés a lo largo del tiempo



Alcañiz

Interés a lo largo del tiempo



Teruel

No podemos dejar de destacar el hecho de que el nivel de búsquedas sobre un término como Teruel es más constante, manteniendo un pico en momentos como el de Superbikes. **Una buena estrategia de contenidos y de SEM en Google puede ayudarnos a incrementar el número de compras digitales, así como fomentar una oferta turística a todos los aficionados al MotoGP.**

MARKETING TRANSVERSAL

Aprovechar este hito y realizar acciones de *cross selling*, como hacen el resto de zonas de España, puede ser clave para generar un incremento de venta de entradas, de prolongación de la estancia en el territorio y, como consecuencia, de incremento de la recaudación:

- Festivales, conciertos, actividades culturales vinculadas al Motorland Aragón.
- Promoción del resto de actividades organizadas en el circuito.
- Estancia en el Gran Premio + rutas de montaña y actividades deportivas.
- Packs de hotel + acceso al evento + actividades.

Del mismo modo, no se observa el aprovechamiento publicitario permanente en las zonas aledañas al circuito. La promoción del Motorland Aragón en otros focos turísticos de mayor calado puede generar *awareness* sobre el evento:

- Instalación de vallas promocionales en carreteras (Valencia, Tarragona, Teruel, etc.)
- Contratación de espacios en aeropuertos y estaciones de AVE.
- Actividades promocionales al turista deportivo que llega a las costas mediterráneas.

Activaciones como estas, bien ensambladas en un plan de comunicación y publicidad global, permitirían sacar el mayor partido a este evento internacional. Del mismo modo, activaciones en España,

en aquellas zonas que congregan mayor número de aficionados al MotoGP (Madrid, Barcelona, Valencia, Alicante, Sevilla, Vizcaya, Málaga, Asturias, Guipúzcoa y Murcia) puede ser un modo coestoeiciente de promocionar Motorland Aragón.

No podemos olvidar que, tal y como se expuso en el capítulo de análisis, Teruel cuenta con algunos elementos diferenciales que le pueden ayudar a captar nuevos clientes en el territorio:

- Precio / calidad: lo que permite atraer a un público de nivel medio que no puede permitirse una estancia en el resto de circuitos
- Destino desconocido con cultura y deporte (montaña y espacios urbanos de calidad).
- Proximidad a otras zonas en las que

se pueda continuar la experiencia (cercanía con Tarragona o Valencia, zonas turísticas de playa en las que en septiembre aún hace buen tiempo).

Del mismo modo, no podemos dejar pasar la oportunidad de recordar que es el único circuito de España en el que se observa que el turismo extranjero se mueve gracias a este evento. Es imprescindible realizar acciones de marketing a lo largo del año para poder atraer a todos los amantes del motor y de la gastronomía y diversidad de España como destino turístico.

ACCIONES COMERCIALES INTERNACIONALES: IMPLICACIÓN INSTITUCIONAL

Del mismo modo, es interesante destacar que **existe un claro margen de crecimiento en lo relativo a la recepción de turistas** (tanto en comparativa con el resto de circuitos como en análisis de las audiencias obtenidas) y, del mismo modo, existe una clara amenaza: la situación a la que se abocaría este territorio si se le elimina una actividad de proyección internacional como esta.

Capitalizar y maximizar la recepción de turistas (más de lo logrado, que recorda-

mos que en el periodo 2009 - 2019 se ha duplicado) **requiere de la implicación y compromiso de los actores institucionales, locales y regionales**, que pueden habilitar palancas de promoción cultural en el exterior.

Sin embargo, observamos cómo en las webs oficiales de la región no se está capitalizando el hecho de contar con este circuito.

WEBS OFICIALES

SIENTE TERUEL

Web turística de la diputación:

La búsqueda de la palabra "Motorland" no arroja ningún resultado desde 2018.

OFICINA TURISMO TERUEL

No promueve la existencia de este circuito internacional en su web.

TURISMO DE ARAGÓN

Web oficial de la comunidad:

No destaca, entre las actividades y planes turísticos, la visibilidad ofrecida al Motorland.



#SiénteteTeruel

ORGANIZA TU VIAJE ▾ QUÉ HACER, QUÉ VISITAR ▾ TERUELSIENTE ▾ MULTIMEDIA ▾

SBKkeni
MOTORLAND ARAGÓN
10-12 ABRIL 2015

La provincia de Teruel se promociona en Motorland durante el Mundial de Superbikes 2015

por Muñoz Lafuente | Abr 10, 2015 | Noticias, Noticias, Noticias, Noticias

Turismo Diputación va a participar activamente en la atención a los asistentes a las pruebas del Mundial de Superbikes 2015 que se celebran en Motorland Aragón desde el viernes, 10 de Abril, y hasta el próximo domingo, 12 de Abril. En los puntos de información que...



CIUDAD DE TERUEL

CONOCE TERUEL ▾ CÓMO LLEGAR ▾ MUDÉJAR PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD ▾ CIUDAD DE LOS AMANTES ▾ ITINERARIOS ▾ SERVICIOS ▾

castellano / english / français / 中文 /

INICIO CONTACTA CON NOSOTROS

Bienvenidos a Teruel, **Ciudad del Amor**, capital mundial de la **arquitectura Mudéjar** y cuna de **Dinosaurios**.

Si aún estáis buscando vuestro destino turístico, o ya habéis decidido disfrutar de Teruel, os proponemos unos días en los que podréis contemplar la mejor arquitectura mudéjar en las **Torres y la techumbre de la Catedral**, declaradas **Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO**, visitar el **Mausoleo de los Amantes** (Diego e Isabel, protagonistas de la más bella historia de amor jamás contada), que ningún enamorado debería perderse y



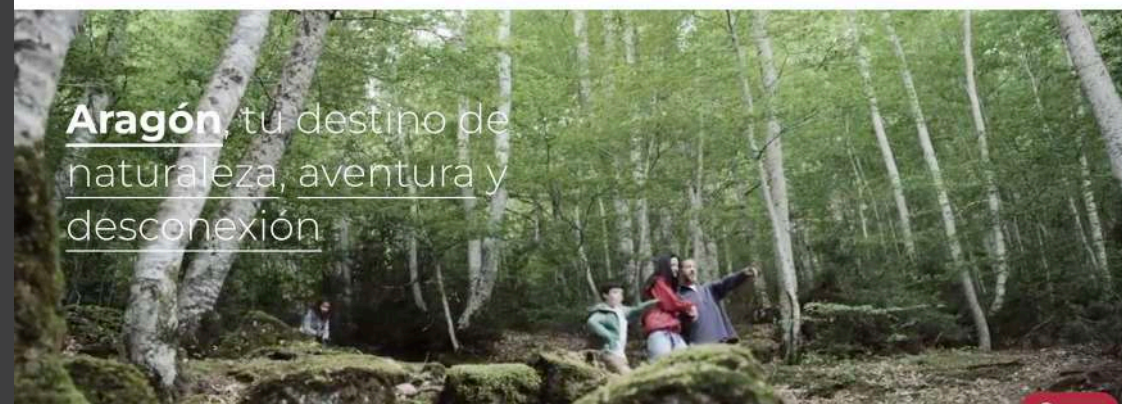
A turismo ARAGÓN

DÓNDE IR
Destinos más visitados, zonas turísticas y lista top 50 y localidades.

QUÉ HACER
Desconectar, naturaleza, aventura, atracciones, actividades y agenda.

PLANIFICA
Favoritos, itinerarios y cómo llegar, oficinas de turismo y folletos. Sobre Aragón.

ENTRADAS TICKETS



Aragón, tu destino de naturaleza, aventura y desconexión

BÚSQUEDAS GOOGLE

Es más, realizando una sencilla búsqueda en Google con las palabras "Motorland turismo" vemos cómo se ha desaprovechado la posibilidad de posicionarse de manera orgánica en el buscador, ofreciendo información de interés -y en diferentes idiomas- al potencial usuario que pueda querer venir a disfrutar de la carrera.

Si la búsqueda se realiza en inglés, con la opción más simple posible: "motorland visit" puede verse como en ningún caso se intenta, desde páginas web oficiales, capitalizar este interés, siendo solo el propio circuito el que ofrece respuesta a este posible usuario.

Google MOTORLAND TURISMO

Todo Maps Imágenes Noticias Shopping Más Herramientas

Aproximadamente 89.400 resultados (0,54 segundos)

<https://www.motorlandaragon.com> › informacion-turisti... ▾
Información Turística | MotorLand Aragón
MotorLand Aragón está integrado en el entorno urbano de la ciudad de Alcañiz y los espacios naturales de La Estanca y Las Saladas, de gran valor medioambiental.

<https://www.motorlandaragon.com> ▾
MotorLand Aragón |
El circuito de velocidad acoge los campeonatos más importantes del mundo: las World Series, el Mundial de MotoGP, el FIM Superbike World Championship y el ...

<https://www.motorlandaragon.com> › visitas-guiadas ▾
Visitas guiadas | MotorLand Aragón
Localización y entorno. Información Turística · Alojamientos · Cómo llegar y accesos · Prensa · Servicio de notas de prensa · Inicio sesión · Acreditaciones.

<https://www.motorlandaragon.com> › calendario › eventos ▾
Calendario de Eventos 2022 | MotorLand Aragón
Localización y entorno. Información Turística · Alojamientos · Cómo llegar y accesos · Prensa · Servicio de notas de prensa · Inicio sesión · Acreditaciones.

Google MOTORLAND VISIT

Todo Maps Noticias Imágenes Videos Más Herramientas

Aproximadamente 161.000 resultados (0,44 segundos)

Lugares destacados de MotorLand Aragón Sobre estos resultados

Castillo de los Calatravos
4,4 ★★★★★ (156)
Castillo, pintura, historia y arquitectura románica

Museo de la Magia
4,7 ★★★★★ (132)

La Estanca
4,2 ★★★★★ (14)
Acampada y embalse

Más cosas que hacer →

<https://www.motorlandaragon.com> › ... ▾ Traducir esta página
GUIDED TOURS | MotorLand Aragón
The Visit MotorLand! programme opens the doors of the sports facility to schools, associations and groups. It is, with no doubt, a different and closer way ...

<https://www.motorlandaragon.com> › visitas-guiadas ▾
Visitas guiadas | MotorLand Aragón
El programa Visita MotorLand! abre las puertas del recinto deportivo a centros escolares, asociaciones y grupos. Sin duda, una forma diferente e íntima de ...
Falta: VISIT | Debe incluir lo siguiente: VISIT

MotorLand Aragón
Sitio web · Cómo llegar · Guardar
4,5 ★★★★★ 1.395 reseñas de Google
Circuito de carreras en España

MotorLand Aragón, también conocido como MotorLand Aragón, es un complejo multifuncional ubicado en el municipio de Alcañiz de la comunidad autónoma de Aragón, España.

Dirección: Crta, A-2404, km 1, 44600 Alcañiz, Aragón, España
Teléfono: 978 83 55 48
Inauguración: 2009
Provincia: Teruel
Capacidad: 129.500 espectadores
Coordenadas: 41°04'47"N 0°11'14"E
[Sugerir un cambio](#) · [¿Eres el propietario?](#)

La importancia del apoyo institucional para la dinamización del circuito

Por ello, generar un apoyo institucional firme para la promoción del circuito de Motorland Aragón será clave para minimizar las pérdidas, generar mayores beneficios y posicionarse al nivel del resto de circuitos de España que han sabido sacar un mayor rendimiento a esta inversión.

FORTALEZAS

Alto número de productos basados en recursos que pueden proporcionar un alto contenido emocional, enfocados al "turismo de experiencias"

Gran diversidad de recursos para confeccionar productos dirigidos a un amplio espectro de segmentos

Pluralidad de productos para dirigirse a nichos de mercado y público objetivo específicos

Calidad y variedad de la gastronomía aragonesa

Festivales culturales y musicales potentes con una oferta amplia y variada

Consistencia de productos relacionados con actividades físicas, activas y deportivas, para todas las edades como senderos, turismo fluvial o BTT frente a otras Comunidades Autónomas

Zaragoza como gran ciudad supone un foco de atracción

Pirineo como marca reconocida internacionalmente

Gran variedad de Patrimonio de la Humanidad (Mudéjar de Teruel)

Producto de nieve consolidado y referente en el mercado estatal

Turismo de ocio relacionado con la ciencia

Desarrollo de productos agroalimentarios ligados al territorio

Figura de Francisco de Goya

Fortaleza del turismo espiritual

Enoturismo y marca única coordinada con las rutas del vino con Denominación de Origen

OPORTUNIDADES

Creación de iconos en base a eventos multitudinarios

Venta de productos innovadores/nueva ideación a mercados consolidados o maduros

Elaboración de productos con alta relación con la población del territorio donde se desarrollan, que supongan experiencias con la gente del lugar

Altas posibilidades tecnológicas de llegar a los microsegmentos con los productos desarrollados

Desarrollo de nuevos productos en aquellos campos no explorados para buscar una desestacionalización

Posibilidades de los Espacios Naturales Protegidos o el ecoturismo como elemento vertebrador y diferenciador de todo Aragón

Creación de una Film Commission aragonesa para la atracción de rodajes de películas a Aragón

Fomentar el asociacionismo en aquellos productos donde no esté desarrollado

Desarrollo de clubes de producto como motores de la colaboración público-privada

Utilización de las vías menos transitadas para productos como el slowdriving

Desarrollo de nuevos mercados aun no explorados

Personajes de primer orden sobre los que construir productos de nicho: Goya, Ramón y Cajal, Baltasar Gracián, etc...

Explotar el binomio turismo-deporte y turismo-medio ambiente

Estudio, análisis y regulación de la economía colaborativa para su mejor aprovechamiento turístico

Aprovechar las oportunidades que ofrece el turismo familiar

Utilización de la figura de "Embajadores" para la promoción de Aragón

Búsqueda de nuevos eventos deportivos

Incrementar la actividad del circuito como elemento clave para su viabilidad

Tal y como se observa en el resto de circuitos de España, incrementar el número de actividades organizadas en estos circuitos puede ser la clave para generar nuevos ingresos que respalden la viabilidad de los mismos. Como se ha comprobado previamente, Teruel cuenta con prácticamente un tercio del calendario con un circuito deficitario e inactivo. Es imprescindible analizar el ciclo de vida del mismo y proponer actividades a lo largo del año que:

- Impida la dependencia de la visibilidad del circuito de un solo mes.
- Generar acciones publicitarias para amantes del motor (Superbikes, carreras de coches, etc.)
- Ofrecer el espacio para acciones paralelas como rodajes, formaciones, eventos deportivos o corporativos.

Motorland busca posicionarse como un complejo tecnológico de referencia mundial a través del PERTE VEC, la asociación F3 Future Fast Forward y el futuro Laboratorio de Movilidad conectada 5G. Su concepto "híbrido" por su vertiente deportiva y tecnológica dentro del ámbito deportivo e industrial lo hacen único.

Motorland es el candidato idóneo para constituir una plataforma para el desarrollo de pruebas y validación del vehículo eléctrico y conectado. Para ello, se cuenta con las instalaciones y circuitos actuales, así como nuevas inversiones en infraestructuras, pistas, equipamientos y redes 5G, que se integrarán junto al complejo tecnológico de Technopark en el proyecto común.

IMPACTO ECONÓMICO

ACTUAL

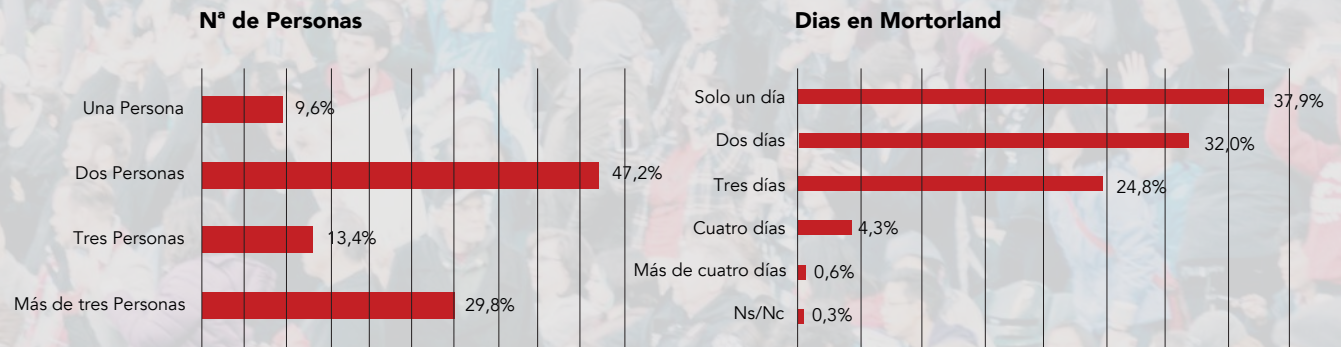
En este capítulo se presenta una estimación del impacto económico de la actividad de Motorland en el año 2022. Los resultados que se muestran en este capítulo tienen como base los informes externos de AINMER y Onclusive, empresas expertas en la realización de estudios de mercado, y que fueron encargados por parte de la organización.

Según la encuesta que llevó a cabo AINMER en el propio circuito durante el fin de semana en el que se celebró el Gran Premio de Aragón de Moto GP, **el número de días que se disfruta del circuito aumenta acorde con el número de personas que vienen en el grupo.**

Prácticamente **la mitad de los encuestados acudió en grupos de dos personas (47,2%)** mientras que **el 29,8% lo hizo en grupos de más de tres personas**, siendo el **tamaño promedio de estos grupos de 3,07 personas**. Cerca de **cuatro de cada diez (37,9%) acudió solo un día**, sin embargo, **el promedio de días que los asistentes estuvieron en el circuito fue de 1,98**.

>> el número de días que se disfruta del circuito aumenta acorde con el número de personas que vienen en el grupo

Datos adicionales: Encuesta MotoGP



Fuente: AINMER

3,07

PROMEDIO
PESONAS GRUPO

1,98

PROMEDIO
DÍAS

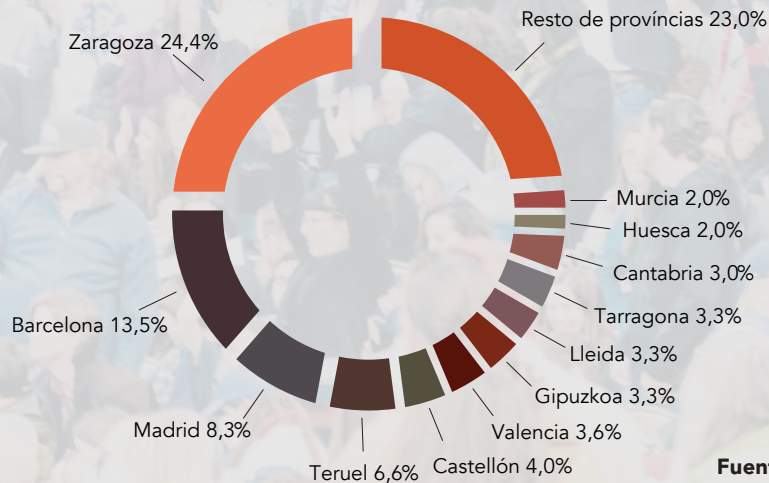
94,1%
ARAGÓN

En lo que respecta a la **procedencia de los visitantes**, se observó que la **mayor parte de los visitantes de Motorland Aragón (94,1%) vinieron desde diferentes puntos de la península**, mientras que **entre los extranjeros destacan los procedentes de Francia (2,5%)**, seguidos de los del Reino Unido (0,6%), Andorra (0,3%) y Australia (0,3%).

Del universo de visitantes nacionales podemos ver cómo el 33% era de Aragón, más concretamente, **el 24,4% venían de Zaragoza** y el **6,6% de Teruel**. Entre las otras provincias destacan **Barcelona (13,5%)**, **Madrid (8,3%)**, **Castellón (4%)** y **Valencia (3,6%)**.

Provincias de origen de los asistentes

Origen de los Visitantes



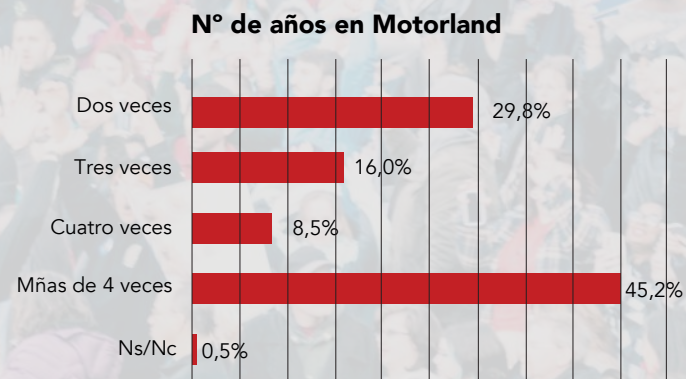
Fuente: AINMER

Este informe nace con la vocación de analizar cómo mejorar el impacto generado por Motorland Aragón en los años venideros, qué palancas de marketing se pueden aplicar y qué aprendizajes de otros circuitos se podrían incorporar al día a día de este circuito para maximizar su resultado.

Así, **necesitamos saber hasta qué punto contamos con un público fidelizado** para que podamos generar mayor recurrencia al mismo tiempo que se incorporan nuevos usuarios a los que fidelizar.

Fidelidad

Cerca del **60%** del público ha acudido en otras ocasiones al Gran Premio. De entre los que han hecho:



Fuente: AINMER

Según la misma fuente, sabemos que **el 60% del público ha acudido en diferentes ocasiones al Circuito Motorland Aragón**. Entre aquellos que han estado presentes en otras ediciones, **uno de cada tres (29,8%) lo ha hecho en dos ocasiones y casi la mitad (45,2%) ha acudido más de 4 veces**. A este más que positivo dato se le unen los buenos resultados en términos de satisfacción con la experiencia vivida pues **según las encuestas realizadas, la satisfacción general de los asistentes en el año 2022 obtuvo una nota media de 8,2 sobre 10**.

Valoración del Gran Premio de Moto GP

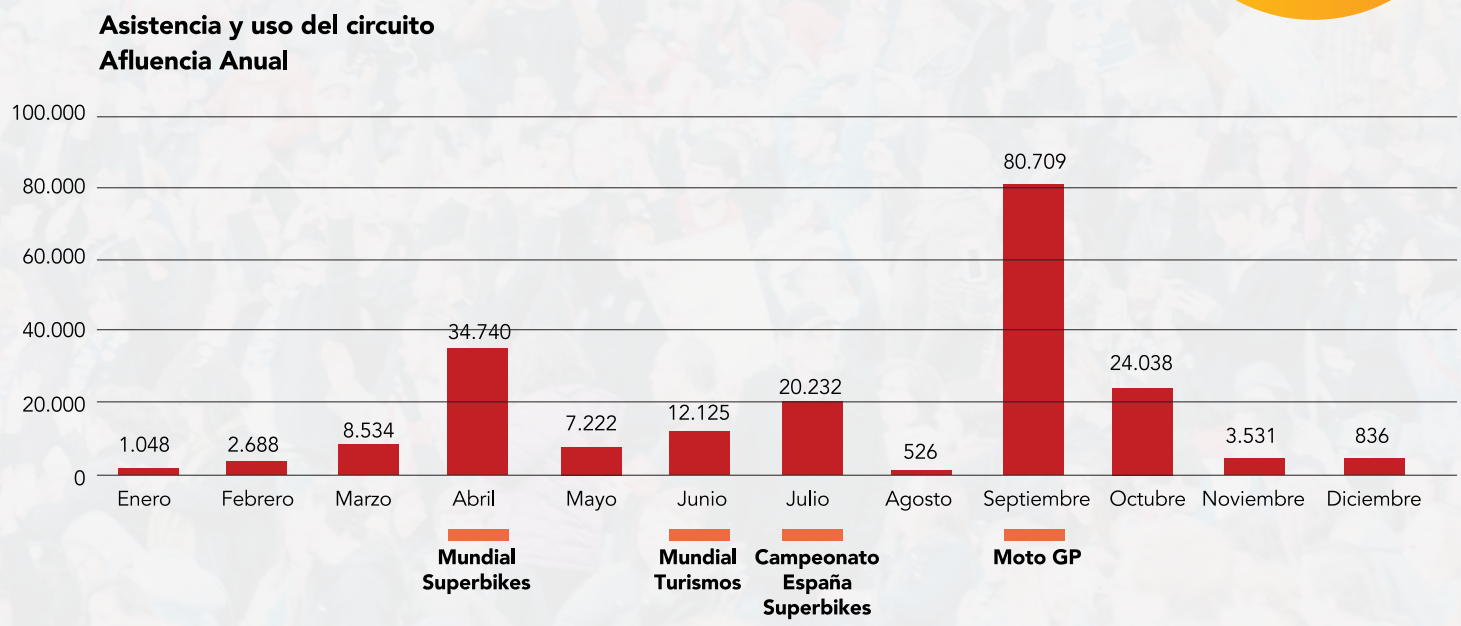
El Gran Premio de Moto GP de Motorland Aragón ha generado una elevada satisfacción entre el público asistente. La **satisfacción general** con la experiencia vivida fue de:

8,2
Satisfacción General

Asistencia y uso del Circuito Motorland Aragón

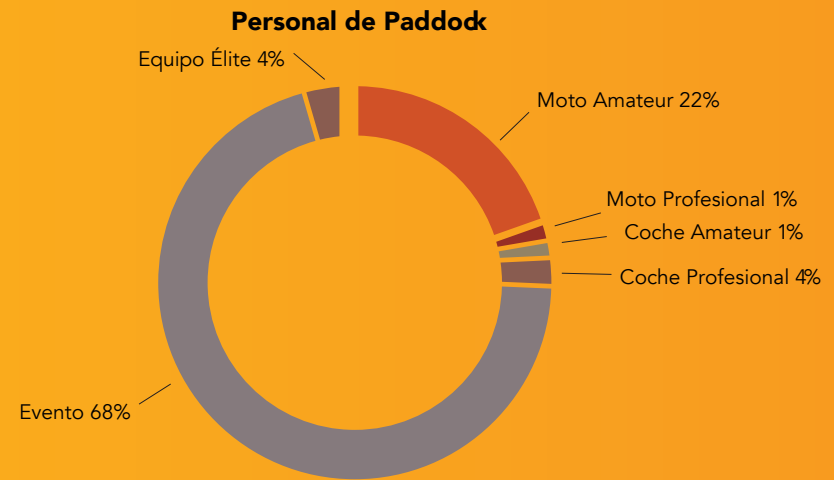
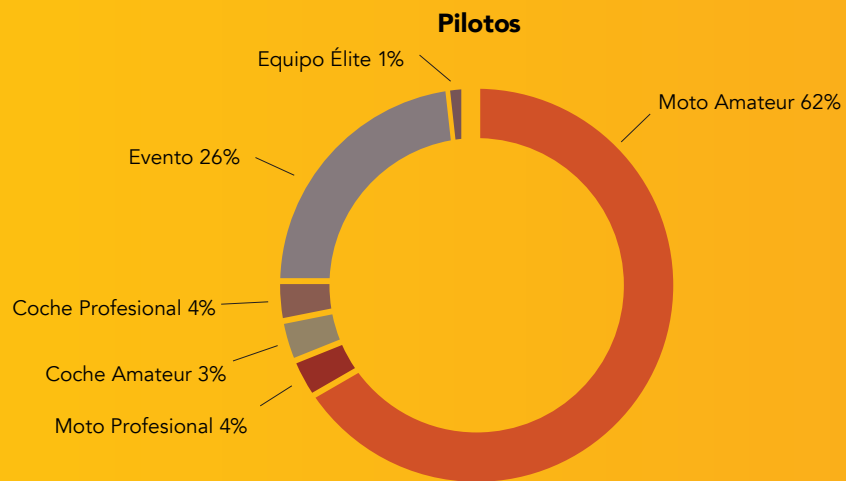
Según los datos ofrecidos por la organización del Circuito Motorland Aragón el circuito se ha utilizado 260 días de los 365 que tiene el año.

260
días de uso



Fuente: Organización Motorland

De estos días de uso, sabemos que la distribución entre los diferentes eventos y segmentos de usuarios se divide como sigue:



*En eventos se incluyen: el Mundial de Superbikes, los test de Pirelli, el Mundial de Turismos, el Campeonato de España de Super bikes, los test de F4, la Copa Saxo 8v., el Racing Weekend, Moto GP, FIM Junior GP, Motorland Classic Festival y el Campeonato Interautonómico.

Fuente: Organización Motorland

Impacto económico directo e indirecto de Motorland Aragón

Impacto Gran Premio Moto GP

En base a la información primaria recopilada en la encuesta de AINMER, sabemos que **cada persona del público que acudió al Gran Premio de Moto GP en Motorland Aragón tuvo, de media, un gasto de 211,20€ por día**. Dichos 211,20€ por persona y día se distribuyen entre: 55€ de transporte, 42,9€ de las entradas al circuito, 33,8€ de alojamiento, 51,5€ en restauración, 4,7€ de actividades turísticas y 23,4€ de otros gastos (merchandising, sanitarios, compras, etc.).

Estos datos nos permiten estimar **cuál es el gasto medio total de toda persona que acude como público a Moto GP según el tiempo medio que pasa en el circuito**.

Gasto en Entradas	42,9€	2,0*	74,8€
Gasto en Alojamiento	33,8€	1,06**	64,7€
Gasto en Restauración	51,5€	2,04	125,9€
Gasto en Transporte	55,0€	2,04	129,1€
Gasto en Actividades Turísticas	4,7€	2,04	12,0€
Otros Gastos	23,4€	2,04	56,9€

Gasto al día

Promedio de días de estancia

Gasto Total

GASTO TOTAL
PERSONA Y
ESTANCIA

463,5
EUROS

*Días que acude al Circuito
**Noches que pernocta

IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO

12.065.549€

IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO

10.617.683€

IMPACTO ECONÓMICO TOTAL

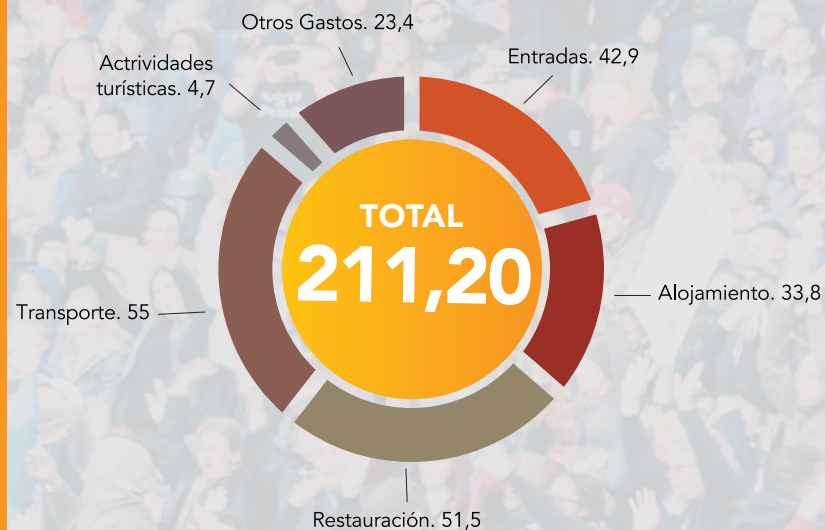
22.683.232€

Impacto económico Moto GP

El gasto medio total de cada persona del público por estancia fue de unos **463,50 euros**. Además hemos de contemplar que la realización del Gran Premio movilizó a **5.568 personas más entre los pilotos y sus respectivos equipos, la organización del GP, los comisarios y los trabajadores** con una estancia media de **5,20 días** y un **gasto medio ponderado por persona y día de unos 93 euros** en concepto de alojamiento, restauración, transporte y otros gastos.

Con estos datos se llega a una estimación del **impacto económico directo de la prueba de Moto GP que asciende hasta los 12.065.549 euros**.

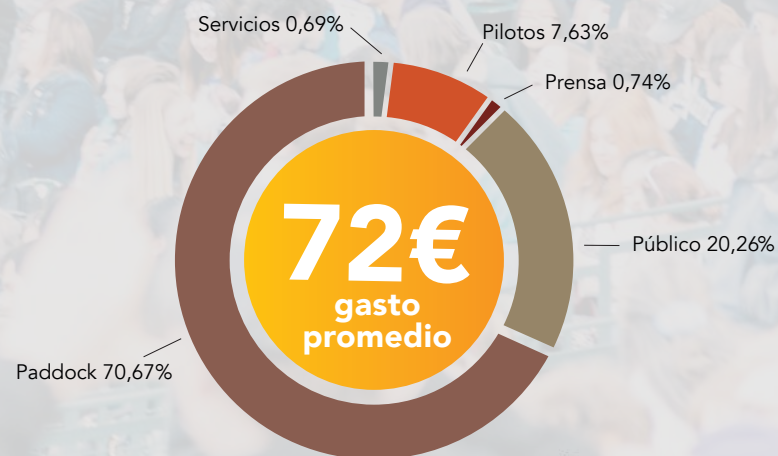
GASTO POR PERSONA Y DÍA



Impacto resto de actividad Circuito Motorland Aragón

La utilización del circuito durante el resto del año, excluyendo la semana de Moto GP, generó la presencia de **127.215 personas**, con un **gasto promedio ponderado de aproximadamente 72 euros**: 17€ en concepto de alojamiento, 33,5€ de restauración, 9,5 € en transporte, y 12€ en turismo y otros gastos. En total **el impacto directo del circuito durante el resto del año ha sido de 9.126.612 euros**.

Gasto de los visitantes de Motorland ajenos a Moto GP



Fuente: Organización Motorland



Impacto directo total de la explotación del circuito

Para calcular el impacto directo total del circuito se han tenido en cuenta tres magnitudes: el impacto del Gran Premio de Aragón, el impacto del resto de pruebas que se realizan en el circuito y el gasto en proveedores de productos y servicios necesarios para el buen funcionamiento del complejo deportivo.

Los gastos de Motorland en la compra a sus proveedores producen un incremento de la demanda de **5.448.141 euros** (sin tener en cuenta los fees de organización y federaciones). Como gran parte de este gasto se financia con las entradas vendidas para el Gran Premio de Moto GP, y con el objetivo de evitar duplicidades, no se ha considerado como incremento de la demanda el gasto de los asistentes en estas entradas.

Bajo los supuestos anteriores y sumando todos los importes previos, **podemos concluir que el impacto directo del circuito asciende a los 25.125.598 euros.**

196.229
TOTAL VISITANTES

pilotos
13.605

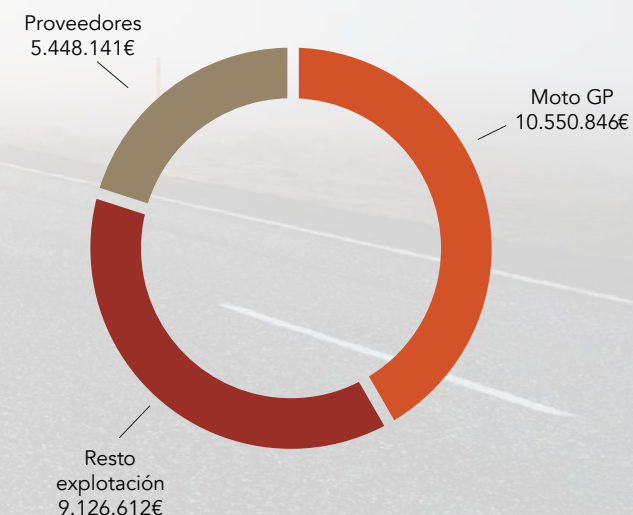
prensa
2.110

público
55.642

servicios
7.983

paddock
116.889

Impacto económico directo



** No incluye gasto en entradas, el importe se utiliza para compras a proveedores

Fuente: Organización Motorland

Impacto económico total del Circuito Motorland Aragón

Para conocer cuál es el impacto económico total del circuito debemos sumar al importe obtenido previamente el impacto indirecto que se produce como respuesta ante el incremento de la demanda generado por la explotación de Motorland Aragón. Para ello, se ha usado la metodología de las tablas input-output. Las tablas utilizadas han sido las publicadas en el año 2016 por el INE. Tras efectuar los cálculos pertinentes, se obtuvo **un efecto multiplicador de 1,88**.

El resultado de la suma del impacto directo e indirecto de la explotación del Circuito Motorland Aragón es de 47.306.309 euros.

En una segunda estimación en la que se emplea una adaptación de las mismas tablas del INE regionalizadas para Aragón y utilizadas en otros trabajos de los autores Langarita y Cazcarro, el efecto multiplicador resultante es de 1.87, por lo que **podemos concluir que el impacto económico directo e indirecto del circuito en este caso es de 47.095.022 euros.**

Fuente: INE (2019); Langarita, R., Cazcarro, I. (2022)

Impacto Directo
e Indirecto 2022

47
millones
de euros

ESPAÑA

ARAGÓN

IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO

25.125.598€

IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO

25.125.598€

MULTIPLICADOR

1,88

MULTIPLICADOR

1,87

IMPACTO ECONÓMICO TOTAL

47.306.309€

IMPACTO ECONÓMICO TOTAL

47.095.022€

Empleo generado por el Circuito Motorland Aragón

Teniendo en cuenta que uno de los aspectos clave de este estudio es analizar el potencial generador de empleo en la zona, se procedió a calcular cuántos empleos generaría tal incremento de la demanda. Para ello, a partir de las mismas tablas del INE, se calculó el vector de empleo correspondiente **y se llegó a la conclusión de que Motorland Aragón ayudó a generar 482 empleos a tiempo completo en España durante el año 2022.**

Al haber utilizados tablas de carácter nacional no podemos determinar qué parte de todos estos empleos se han generado en el entorno de influencia del circuito.

	ESPAÑA	ARAGÓN
IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO	25.125.598€	25.125.598€
MULTIPLICADOR	1,88	1,87
IMPACTO ECONÓMICO TOTAL	47.306.309€	47.095.022€
PUESTOS DE TRABAJO*	482	1.055

*Puestos de trabajo a tiempo completo

Fuente: INE (2019); Langarita, R., Cazcarro, I. (2022)

Asimismo, no podemos olvidar que esto provocaría un aumento de la demanda de los consumidores debido al incremento en las rentas y, cómo no, un aumento de recaudación tributaria en materia de IRPF, IVA e Impuesto de Sociedades.

Sectores más beneficiados del impacto de Motorland Aragón en 2022

Para entender cuál es el impacto real que este circuito genera en la zona es de suma importancia entender quiénes son los beneficiarios del mismo. Con ese objetivo, se presenta la siguiente tabla que deja completamente claro que **el mayor beneficiario es todo el sector HORECA y hostelería, seguido del comercio al por menor y el transporte.**

Top 10 sectores más beneficiados*	
Servicios de alojamiento y de comida y bebidas	11.344.745 €
Servicios de comercio al por menor, excepto de vehículos de motor y motocicletas	5.259.263 €
Servicio de transporte terrestre	5.055.963 €
Productos alimenticios, bebidas, tabaco manufacturado	2.519.051 €
Servicios de seguridad e investigación, servicios para edificios y paisajísticos, servicios administrativos, de oficina y otros servicios de ayuda a las empresas.	1.852.182 €
Energía eléctrica, gas, vapor y aire acondicionado	1.513.866 €
Servicios de almacenamiento y auxiliares del transporte	1.398.311 €
Servicios Inmobiliarios	1.337.596 €
Servicios de comercio al por mayor e intermediación del comercio, excepto de vehículos de motor, motocicletas y ciclomotores.	1.300.416 €
Servicios deportivos, recreativos y de entrenimiento	1.256.970 €

*A pesar de que únicamente se representan los 10 sectores en los que el impacto es mayor, todos los sectores se ven beneficiados

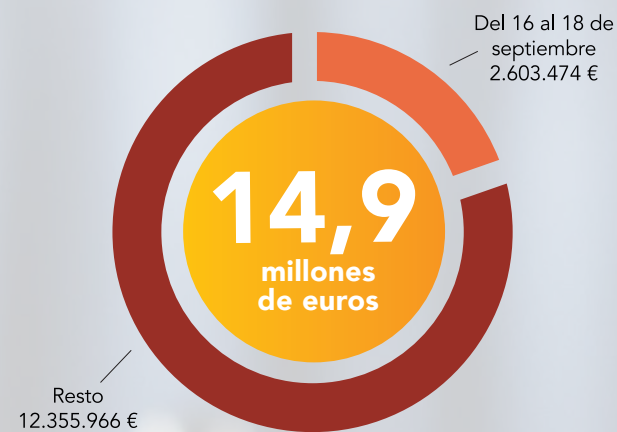
Fuente: elaboración propia a partir de INE (2019)

Impacto mediático de Motorland Aragón

Por último, es imprescindible entender cuál es la proyección mediática de Motorland Aragón, así como de su Gran Premio de Moto GP. Esta proyección puede redundar en la imagen que se proyecta de Aragón fuera de sus fronteras en aspectos como su actividad deportiva, sus zonas de interés y su potencial como atractivo turístico.

De este modo, sabemos, gracias a Onclusive, que **el impacto mediático del evento de Moto GP ascendió a 14.959.440€** entre el 1 de julio y el 19 de septiembre de 2022.

Análisis de impacto mediático Moto GP



Periodo de análisis: del 1 de julio al 19 de septiembre de 2022
Medios analizados: Internet, prensa y TV

Si se analiza por soporte durante el fin de semana de Moto GP concluimos lo siguiente:

Mención



Podium



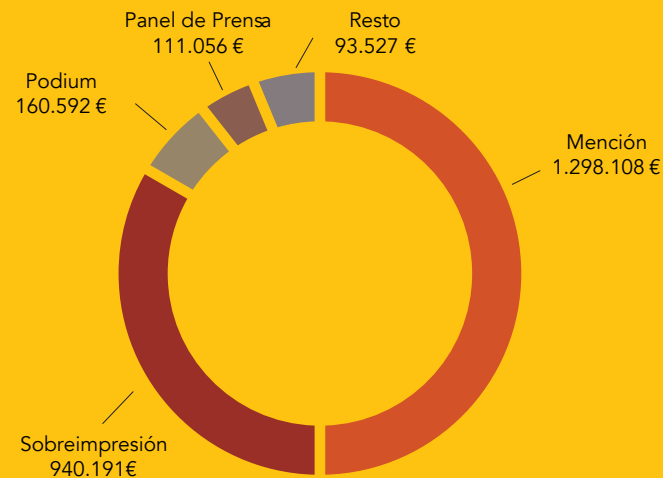
Panel de Prensa



Infografía



Datos clave por soporte en el fin de semana Moto GP



Así, analizados todos estos aspectos, podemos proceder a establecer una serie de palancas y activaciones que podrían maximizar los aspectos aquí contemplados.

Fuente: Onclusive



PRESS

TV

A woman with long dark hair is looking at a wall covered in various papers, charts, and colorful sticky notes. She is holding a small piece of paper in her right hand. The wall is filled with documents, some with charts and graphs, and many colorful sticky notes in shades of pink, green, blue, and red. The scene is brightly lit, suggesting an office or a workspace.

CONCLUSIONES

Y RECOMENDACIONES

Principales conclusiones

Comenzamos esta sección del estudio recopilando algunas de las conclusiones clave que se pueden extraer de la sección de análisis:

- **La MotoGP mueve anualmente a millones de aficionados** dispuestos a disfrutar de las carreras desde las retransmisiones televisadas o desplazándose a asistir al evento. Este hecho abre la puerta a activar las herramientas necesarias para promocionar el valor de Motorland entre ellos.
- **Motorland sigue con orden su curva de crecimiento**, por lo que generar acciones que magnifiquen los resultados obtenidos le generará beneficios.
- **Motorland es de los circuitos con mejores audiencias en el exterior**, lo que indica la posibilidad de generar mayores ingresos con el turismo extranjero.
- **La incidencia positiva de la MotoGP en Teruel** en lo relativo al turismo (sobre todo extranjero) es mayor en Teruel que en resto de zonas analizadas.
- **Existen zonas de España con claro interés en la MotoGP** que están a una distancia propicia para realizar acciones de publicidad geolocalizada que les animen a visitar el territorio.
- **En Google se observan picos de búsqueda** -lo que refleja el interés del aficionado- sobre el Gran Premio de Aragón a partir de agosto, por lo que un buen uso de esa data puede magnificar los resultados obtenidos.
- **Motorland Aragón tiene una impresionante capacidad de mejora en lo relativo a las redes sociales.** Una buena estrategia de social media le permitirá conquistar a un mayor número de público.
- **El uso de los medios de comunicación como generador de *brand awareness* es algo no explorado por Motorland** y que le puede posicionar en el imaginario español.
- **El resto de circuitos españoles utilizan en mayor medida y frecuencia las instalaciones** para maximizar el beneficio obtenido.
- **El apoyo institucional y la promoción del circuito como foco de atracción de turismo** puede mejorar para maximizar beneficios.

Motorland generó durante el año 2022 un impacto económico de aproximadamente 47 millones de euros y ayudó a consolidar 482 puestos de trabajos

Tras esta imagen fija que hemos ido desgranando en el anterior capítulo en el que se han estudiado diversas variables y analizado ciertas hipótesis que nos permitían intuir situaciones de mejora en lo relativo a este circuito, queremos ahora proyectar algunas acciones o propuestas de activaciones que nos permitan mejorar los resultados obtenidos hasta la fecha. Según lo analizado previamente, la clave está en sacar el mayor partido a herramientas que, por medio de la puesta en marcha de una estrategia global de marketing y comunicación, nos capacite para maximizar los resultados positivos que subyacen en este contexto general negativo.

Principales recomendaciones

Para lograr sacar el mayor rendimiento al Gran Premio MotoGP Motorland Aragón, así como al espacio del circuito, se considera imprescindible activar las siguientes palancas:

Elaboración de un plan de optimización y transformación basado en herramientas de marketing que permitan eficientar los resultados del Motorland Aragón.

Este hecho podría permitir al circuito abordar con éxito algunos de los espacios de crecimiento detectados en las páginas previas:

- Estrategia de comunicación y redes para generar *brand awareness* y visibilidad del circuito.
- Captación de nuevo *target* en un *funnel* de conversión estructurado.
- *Cross selling*, *up selling* y estrategias de venta que maximicen los beneficios del circuito.

- Promoción institucional del circuito como uno de los elementos clave del turismo de Aragón.
- Campañas publicitarias internacionales para la captación del turista extranjero.
- Estrategias de gestión que maximicen las posibilidades del circuito como espacio para eventos y otras actividades.
- Planes de fidelización para compras recurrentes entre los aficionados al motor.
- Estrategias publicitarias *offline* en territorio nacional para la promoción del circuito.

Será imprescindible buscar espacios de crecimiento con actuaciones relacionadas con el mundo del motor, como puede ser maximizar los negocios generados por el Technopark, acuerdos industriales o el uso del espacio para algunas acciones continuas que permitan maximizar los ingresos recibidos a lo largo del año.

Activar estas palancas permitirá, sin necesidad de incrementar el gasto del circuito, pero sí con una gestión más eficiente de los recursos, maximizar el beneficio generado por el mismo.

Este informe ahondará en aquellas palancas relacionadas con el marketing y la comunicación que puedan mejorar la situación, dado que el resto dependerán, en mayor o menor medida, de la gerencia y los órganos de gobierno del circuito.



Reforzar las acciones de marketing para maximizar los resultados

Existen ciertos elementos clave en el mundo del marketing que pueden incrementar los beneficios de la marca de una manera muy costo eficiente:

- **Estrategias de ticketing:** venta de *packs* experienciales, gestión de *palcos*, estrategias cruzadas de turismo, bonos familiares, socios, ventas recurrentes, etc.
- **Planes de fidelización:** si es más caro captar a un nuevo cliente que mantener a uno existente, analicemos cuál es el *customer journey* para generar ventas recurrentes entre personas interesadas, clientes y su entorno.
- **Patrocinios:** incrementar el interés de las marcas en el circuito, ya sea en los espacios aledaños al Gran Premio o en otras actividades que se puedan desarrollar en el mismo, puede maximizar los resultados obtenidos por Motorland Aragón.
- **Comunicación digital:** crear una estrategia de comunicación potente en social media que permita generar *brand awareness* e interés entre el público nacional e internacional será la clave para incrementar la venta de entradas al tiempo que se promociona el territorio como destino turístico.
- **Estrategias de comunicación:** generar un flujo constante de comunicación con los medios -nacionales e internacionales-, crear contenidos, analizar resultados, ofrecer visitas experienciales a medios para que puedan explicar a sus lectores información de interés sobre el territorio y demás será un método costoeficiente de generar mayor visibilidad de marca.
- **Publicidad digital:** analizar al *buyer persona* (nacional e internacional) y aplicar sobre él estrategias de SEM, de publicidad programática, de *social ads*, de *branded content* y demás puede ir ayudando a que nuestro público objetivo recorra nuestro embudo de conversión hasta realizar su compra.
- **Publicidad institucional:** acuerdos con otros territorios, uso de las infraestructuras (carreteras, estaciones, aeropuertos internacionales, etc.) generará un conocimiento de marca ante el público target.

