

# JEREZ: CAPITAL MUNDIAL DEL MOTOCICLISMO

## ÍNDICE

- 1. Jerez: Capital Mundial del Motociclismo**
  - a) Jerez y el motociclismo: vínculo histórico
  - b) Presentación
  - c) Análisis de la situación
  - d) Significado de la capitalidad mundial del motociclismo
  
- 2. Plan Estratégico (2015 - 2017)**
  - a) Misión, visión y valores
  - b) Objetivos estratégicos
    - b.1) Crear una marca para “Jerez: Capital Mundial del Motociclismo” y reforzar la imagen de la ciudad
    - b.2) Organización de actividades y eventos
    - b.3) Desarrollar un Plan innovador
  - c) Plan de acción: Ejes y Programas
    - c.1) Eje 1: Consolidación deportiva del Circuito
    - c.2) Eje 2: Impulso económico: Inversión e Innovación
    - c.3) Eje 3: Desarrollo turístico y conocimiento
    - c.4) Eje 4: Promoción y comunicación
  
- 3. Plan de Comunicación integral**
  - a) Objetivos principales
  - b) Público objetivo
  - c) Segmentación de mercados
    - c.1) Público objetivo 1: Segmento origen
    - c.2) Público objetivo 2: Segmento corporativo
    - c.3) Público objetivo 3: Segmento turismo
  - d) Estrategia





# JEREZ: CAPITAL MUNDIAL DEL MOTOCICLISMO

## A) JEREZ Y EL MOTOCICLISMO: VÍNCULO HISTÓRICO

La designación por parte de la Federación Internacional del Motociclismo (en adelante la FIM), de **“Jerez: Capital Mundial del Motociclismo”**, queda completamente justificada si miramos hacia atrás en el tiempo, y comprobamos la relación de la ciudad de Jerez de la Frontera con el motociclismo.

Esta relación, que se mantiene con pasión a lo largo de los años, puede considerarse como histórica, tras más de medio siglo albergando pruebas de velocidad, y ha provocado que la ciudad sea conocida por pseudónimos como la “Catedral del Motociclismo” o la “Meca del deporte de las dos ruedas”.

La gran afición de Jerez de la Frontera por el motociclismo, queda latente con la organización del primer Gran Premio en el año 1956, por aquel entonces, aun no se contaba con un Circuito permanente de velocidad y las carreras se organizaban en circuitos urbanos, en diferentes ubicaciones de la ciudad.

TEAM





Las primeras pruebas celebradas fueron de carácter nacional, pero a partir del año 1963, a partir del 1º Gran Premio “Trofeo Internacional Nuestra Señora de La Merced”, las carreras comenzaron a ser internacionales, con la presencia de los mejores pilotos del mundo.

El Circuito permanente de velocidad, vino a sustituir al trazado urbano, inaugurándose el 8 de diciembre de 1985. Desde 1987, alberga el Gran Premio de España de Motociclismo, y atrae a miles de aficionados a la ciudad cada año, más de 220.000 aficionados que se unen a la afición local en buena armonía, celebrando juntos esta gran fiesta del motociclismo.

El Circuito de Jerez, es la materialización de la gran afición de los jerezanos por el motociclismo, verdaderos promotores del mismo con la organización de aquellas primeras carreras urbanas a mediados de los años 50, con las cuales toda la ciudad se volcaba.

Después de casi 60 años, en 2016 se cumple el sexagésimo aniversario de la primera carrera organizada en la ciudad, es merecido el reconocimiento dado por la FIM a Jerez de la Frontera y a la gran afición jerezana, “**Jerez: Capital Mundial del Motociclismo**”.



7

096

tuenti  
móvil

tuenti  
móvil

tuenti  
móvil

hp

DUNLOP

ALCANTARA

YALEO

HEON

SLAGG

YALEO



## B) PRESENTACIÓN

Este Plan Director, se elabora para establecer los objetivos y criterios generales a seguir, tras el título conferido por la FIM como “Jerez: Capital Mundial del Motociclismo”.

El fin último, es convertir a Jerez de la Frontera, en un referente para el deporte y para el turismo internacional relacionado con el mundo del motociclismo, y en general, con el mundo del motor, consiguiendo que se reconozca esta ciudad como Capital Mundial del Motociclismo a todos los niveles, que se asimile esta condición, tanto a nivel local, provincial y regional, como a nivel nacional e internacional.

Este objetivo, se plantea en un horizonte temporal de 3 años. 2015, será el año durante el cual se proyecta obtener la mayor parte de objetivos cumplidos, y en los dos años inmediatamente posteriores, se llevarán a cabo las inversiones previstas y el proceso de consolidación para que de forma definitiva, Jerez de la Frontera sea reconocida en el ámbito internacional no solo por el flamenco, el vino y los caballos, también por el motociclismo, aun mas de lo que ya se la conoce.







Para la consecución de este objetivo principal, será necesaria la implicación y el compromiso de todas las administraciones implicadas y a todos los niveles, incluso de la propia ciudad, para que este Plan Director pueda llegar a ejecutarse logrando el objetivo propuesto, y teniendo en cuenta que el mismo, traza una serie de ejes y programas que garantiza el objetivo, pero que no deja de ser un documento abierto y dinámico, que admite cualquier cambio, siempre que el mismo sea aprobado por el organismo competente.

La conversión de la ciudad de Jerez de la Frontera, en referente tanto para el deporte como para el turismo internacional relacionado con el mundo del motociclismo, hará florecer un turismo temático que supondrá un impulso socioeconómico importante para ésta, pues atraerá nuevas inversiones empresariales que permitirán crear nuevos puestos de trabajo para sus ciudadanos, a la vez que beneficiará a los empresarios locales, que son pieza clave para el desarrollo.

Los puestos de trabajo en el sector turístico son especialmente atractivos para la mano de obra joven, que sufre una tasa de desempleo importante, pero dado que con el desarrollo de este proyecto plurianual, se pretende también atraer actividad industrial y empresarial, la oferta final de puestos de trabajo será amplia y variada.



ANNA  
MACHADO  
VENDIA

ANNA  
MACHADO  
VENDIA



## C) ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

Tras el nombramiento de “Jerez: Capital Mundial del Motociclismo”, y para poder desarrollar el proyecto que esto implica para la ciudad, es fundamental analizar cuál es la situación actual y cuáles son los recursos de los que se dispone.

Jerez de la Frontera, además de ser una de las ciudades más representativas de Andalucía, es una ciudad privilegiada desde el punto de vista turístico.

Geográficamente se encuentra ubicada a 15 km. de la costa y a unos 60 km. aproximadamente de la Sierra de Grazalema y del Parque Natural de los Alcornocales, con lo que al turista le ofrece además de sus posibilidades, disfrutar de la playa o practicar senderismo, con un corto desplazamiento.

Jerez cuenta con atractivos mundialmente famosos que hacen de nuestra ciudad, uno de los destinos más completos y sugerentes de toda Andalucía, el caballo, el vino y el brandy y el flamenco, son rasgos diferenciadores propios que definen e identifican plenamente a nuestra ciudad.

Instituciones únicas en el mundo, como la Real Escuela de Arte Equestre, donde se pueden admirar los maravillosos y únicos caballos cartujanos, de raza hispano árabe; o las bodegas donde se elaboran los afamados caldos de su denominación de origen y el disfrute del flamenco más puro día a día o su centro antiguo, declarado como Conjunto Monumental Histórico-Artístico.





Otros atractivos de gran renombre son el Zoo-botánico de Jerez donde niños y mayores pueden disfrutar de un lugar excepcional y de una de las colecciones zoológicas más completas de nuestra geografía, así como sus numerosas fincas, haciendas, cañadas y enclaves naturales, donde poder disfrutar del turismo activo y de naturaleza.

Y finalmente posee el Circuito de Velocidad, en base al cual y junto con todos los atractivos anteriormente descritos, se pretende con este Plan Director convertir a Jerez de la Frontera en un referente del deporte y del turismo internacional relacionado con el mundo del motociclismo.

Podemos por lo tanto, afirmar que el potencial de Jerez de la Frontera desde el punto de vista turístico es muy alto, pero además a este, tenemos que sumarle el potencial para el desarrollo de empresas e industrias relacionadas con el motor, al disponer de suelo de actividades económicas próximo al Circuito, así como otros suelos industriales que se proyectan desarrollar a corto- medio plazo.

Además Jerez de la Frontera, por sus recursos propios forma parte de la Plataforma Logística Sur de Europa, junto con las ciudades de Algeciras y Cádiz, al disponer de aeropuerto, estación de tren de alta velocidad a media y larga distancia, así como excelentes condiciones por carretera.

Podemos concluir que esta ciudad, reúne todos los requisitos para cumplir el objetivo principal marcado en este Plan Director, pues además de todos sus recursos, parte, para convertirse en referente mundial del motociclismo, de la base obtenida a lo largo de estos casi 60 años organizando Grandes Premios de Velocidad, por lo cual ya es sobradamente conocida en el mundo del motociclismo y del motor en general.



bwin

SPORTS

ER

MONSTAR

99

YAMAHA

29

Lifter

Lifter

AL NEVILLI  
MOTER



## D) SIGNIFICADO DE LA CAPITALIDAD MUNDIAL DEL MOTOCICLISMO

Que Jerez de la Frontera haya sido la primera ciudad en la historia elegida por la FIM, para concederle el título de Capital Mundial de Motociclismo, además de un honor y de suponer una enorme responsabilidad, tiene sin duda un gran significado para esta ciudad. Si tuviéramos que resumir en dos palabras ese significado, sin duda serían: **reconocimiento y oportunidad**.

En primer lugar, es el **reconocimiento** a la afición jerezana que desde años ha apoyado al motociclismo, que ha impulsado el deporte de las dos ruedas hasta el punto de obligar a sus dirigentes municipales a construir un Circuito permanente de velocidad, conocido mundialmente tras 27 años albergando pruebas internacionales de motociclismo.

Un **reconocimiento** a los miles de aficionados que invaden la ciudad cada año durante la celebración del Gran Premio de España de Motociclismo, convirtiendo el evento en la mayor concentración motera de la península.

En segundo lugar, es una **oportunidad** inigualable para convertir a Jerez de la Frontera en un referente en el mundo del motociclismo y del motor, presentando un programa activo y plural a través del presente Plan Director, que permitirá abarcar más competiciones y realizar nuevas inversiones.

Una **oportunidad**, para convertir la relación entre la ciudad y su afición al motociclismo, a través de la capitalidad mundial del motociclismo, en una marca propia y autónoma en los mercados nacionales e internacionales.

Una **oportunidad** para el hermanamiento del Circuito de Jerez con otros circuitos, unificando fuerzas para la realización de proyectos en beneficio mutuo y fomentar la personalización independiente de cada circuito.







Una **oportunidad** para que el Circuito de Jerez de la Frontera, además de ser un motor económico en si para la ciudad, sea un reclamo para la instalación de nuevas empresas e industrias relacionadas con el motociclismo y el motor en general, con el impacto que ello supondrá para la economía local así como la generación de puestos de trabajos directos e indirectos.

Una **oportunidad** para alcanzar la excelencia en la gestión, tanto deportiva como organizativa, con la celebración de los eventos más importantes del motociclismo, como de los recursos propios y de los obtenidos con el desarrollo de este Plan Director.

La capitalidad del motociclismo de Jerez de la Frontera, se trata de un proyecto plurianual (2015 – 2017). Se intentará que el mismo, sea una iniciativa abierta para que haya participación ciudadana en él.

La celebración de la capitalidad mundial del motociclismo, dejará su impronta en los siguientes ámbitos:

1. En el ámbito económico y social a través de un programa de actividades que fomente el conocimiento, la motivación social y la economía.
2. En el ámbito cultural, ampliando nuestros conocimientos sobre el mundo del motociclismo y las particulares señas de Jerez de la Frontera y su afición por el motociclismo.
3. En el ámbito promocional, convirtiendo la ciudad en referente mundial del motociclismo.



FÉDÉRATION INTERNATIONALE  
DE MOTOCYCLISME

bwin

bwin

bwin

bwin



PREMIO  
bwin DE ESPAÑA



GRAN PR



## PLAN ESTRATÉGICO

### A) MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

La **misión** de este Plan Director, es la de implementar una serie de estrategias y actuaciones concretas a seguir para lograr los objetivos fijados tras el nombramiento de esta ciudad por la FIM, como Capital Mundial del Motociclismo.

La **visión**: apostar por el crecimiento cualitativo sostenido y sostenible, para convertir a Jerez de la Frontera en un nodo de referencia en el mundo del motociclismo y del motor en general a diferentes escalas, y promocionarla como destino turístico vinculado a esta actividad.

Enfocar nuestra actividad, en mejorar el atractivo de la ciudad y en la creación de sinergias en el ámbito empresarial para lograr el impulso de la actividad económica vinculada al motor en general, con la atracción de nuevas inversiones, que generen reconocimiento, riqueza y empleo.

Lograr la excelencia en la gestión para conseguir la consolidación como sede deportiva de las distintas modalidades de competición reconocidas por la FIM, así como un lugar de prestigio para obtener la formación adecuada para la dedicación al mundo del motociclismo.





Los **valores** fundamentales de este Plan Director son los siguientes:

- **Innovación**, promoviendo mejoras continuas e infraestructuras novedosas, que supongan en si un elemento diferenciador.

- **Rigor**, trabajar siguiendo los procedimientos establecidos, con responsabilidad, disciplina y eficiencia.

- **Transparencia**, proporcionar información continua, veraz, clara y objetiva. Facilitar el acceso a esa información.

- **Excelencia**, logrando una gestión de calidad que permita alcanzar los objetivos y sostenerlos a lo largo del tiempo.

- **Compromiso**, fundamentalmente con la formación para el desarrollo de capacidades, competencias y valores.





## B) OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

### b.1) Crear una marca para “Jerez: Capital Mundial del Motociclismo” y reforzar la imagen de la ciudad

Se ha diseñado un imagen corporativa, que servirá de marca para “Jerez: Capital Mundial del Motociclismo” y que deberá alcanzar valores suficientes de modo que sirva para asociar la misma a Jerez de la Frontera representando su identidad, con el objeto de crear un posicionamiento y una visión positiva del destino en la mente de los públicos.

Así mismo esta marca, relacionará la ciudad con el deporte y con un nicho diferencial de Turismo, el relacionado con el motociclismo y con el motor, despertando un interés capaz de promover la implicación de la ciudadanía y la fidelización del público, conectando con él a nivel emocional.

Intentaremos con el desarrollo de la marca, incentivar tanto el mercado nacional como internacional, para que visite nuestra ciudad y fomente la inversión nacional y extranjera directa.

Como **primera acción**, se ha elaborado un Manual de Uso que recoge una normativa básica para el correcto uso del símbolo identificador de la marca “Jerez: Capital Mundial del Motociclismo”, que servirá de guía para todas las personas que trabajen con la marca.

Dentro de esta normativa, se tratarán las aplicaciones básicas de la identidad corporativa, trasladando la identidad visual a piezas concretas: tarjetas de visita, papelería, plantillas, etc.

Como **segunda acción**, se plantea la posibilidad de firmar colaboraciones con determinadas instituciones, medios de comunicación y patrocinadores que contribuyan a convencer de la seriedad de la marca, así como para el desarrollo de actividades conjuntas y actuando como embajadores para la difusión y promoción de la capitalidad mencionada.







Como **tercera acción**, se llevará a cabo una campaña mediática en medios y canales de comunicación, y de forma complementaria se seguirá una estrategia de marketing on line acompañada de una línea de mercadotecnia potente.

También se tratará de promocionar y editar determinadas publicaciones, que contribuyan a aumentar el conocimiento e información de las actividades y propuestas de este Plan Director.

Como **cuarta acción**, destacaríamos la presencia activa de nuestra marca en ferias nacionales e internacionales, como Fitur, y presentaciones en el Parlamento Europeo, etc.

## **b.2) Organización de actividades y eventos**

Durante los tres años en los que se proyecta desarrollar este Plan Director, se desarrollará una programación potente en la que se incluirán actividades y grandes eventos para la ciudad, todos ellos dirigidos a promocionar el deporte a través de la capitalidad mundial del motociclismo y Jerez como destino turístico y de inversión.

Hay que partir de la base, de que estas actividades y eventos proyectados, son deportivos o relacionados con el deporte de las dos ruedas, y nadie pone en duda a estas alturas, la importancia del mismo desde distintas perspectivas: social, económica y política. El Gran Premio de España de Motociclismo, atrae a miles de aficionados aunque no todos ellos asisten finalmente a presenciar las carreras, esto demuestra que los grandes eventos deportivos como este, superan la faceta meramente deportiva, se convierte en un fenómeno social con gran capacidad de movilización y convocatoria.

Estas actividades y eventos, generarán impacto económico y social, como consecuencia de los visitantes que acuden a los mismos, pero también constituyen una fuente de beneficios por el realce de la ciudad y su entorno.

Las acciones previstas se dirigirán, a ofrecer una oferta plural de actividades y eventos, que pueda ser atractiva para toda clase de personas y de patrocinadores.

Se realizará la difusión y publicitación de las actividades y eventos, mediante campañas publicitarias, optimizando las herramientas de comunicación y los medios de marketing.

http://www





### **b.3) Desarrollar un Plan innovador**

Se intentará aprovechar el recurso de las tecnologías de la información y comunicación (TICs), así como la creatividad, para la elaboración de proyectos y actividades novedosas e innovadoras. Se propondrá promover el turismo de calidad asociado a cada evento con campañas de comunicación específicas.

Se propone crear una página web, abierta y modulable, en la que se publiquen noticias, actualidad, servicios, redes sociales, link con otras instituciones .., el portal web se utilizará como herramienta de marketing y adaptado a los perfiles socio-demográficos de los posibles usuarios.

Se intentará atraer el talento joven, a través de acciones que generen participación e implicación, fomentando e impulsando las propuestas mas innovadoras.

Se promoverá la instalación y la creación de infraestructuras diferentes, únicas en el mundo, capaces de convertir a Jerez en el referente que se pretende para el deporte y como destino turístico relacionado con el mundo del motociclismo. Es necesario considerar como factor de competitividad el diseño de una oferta de productos turísticos diferenciales asociados al motociclismo y al motor en general, para definir un posicionamiento de la ciudad que permita atraer, satisfacer y fidelizar a los turistas objetivo.





## C) PLAN DE ACCIÓN: EJES Y PROGRAMAS

Este Plan Director, se desarrollará en 4 ejes fundamentales, a partir de los cuales se establecerán los diferentes programas a desarrollar y ejecutar:

- **Eje 1: Consolidación deportiva del Circuito**
- **Eje 2: Impulso económico:**
  - Inversión e Innovación**
- **Eje 3: Desarrollo turístico y conocimiento**
- **Eje 4: Promoción y comunicación**



**JEREZ**

CAPITAL MUNDIAL DEL  
**MOTOCICLISMO**

*Eje 1*

*Consolidación  
deportiva  
del circuito*

*Eje 2*

*Impulso  
económico:  
Inversiones  
e innovación*

**Plan Director  
Jerez:  
Capital Mundial  
del Motociclismo**

*Desarrollo  
turístico y  
conocimiento*

*Eje 3*

*Promoción y  
comunicación*

*Eje 4*

IAS A TOD







c.1) El **Eje 1, Consolidación Deportiva del Circuito**, tiene como principal objetivo, no solo consolidar las pruebas que actualmente se organizan en el Circuito de velocidad, sino que además se pretende, que el Circuito sea una puerta abierta a otras modalidades reconocidas por la FIM.

**Programa 1.1 Celebración Pruebas Mundiales.-** Se elaborará un calendario, cuya programación se base en las pruebas deportivas de automovilismo y motociclismo ya previstas para este año 2014 y para el año 2015, intercalando nuevas pruebas, algunas incluso ya confirmadas por la Federación Nacional de Motociclismo, como el Campeonato de Trial, de Enduro y de Extreme, los primeros meses del año próximo.

**Programa 1.2 Escuela de Pilotos.-** Además, se intentará que Jerez de la Frontera, sea “cuna de campeones”, con la creación de una *Escuela de Pilotos*, donde dar formación a todos los jóvenes aficionados al motociclismo. El proyecto tiene como objetivo, crear una Escuela capaz de alcanzar el reconocimiento nacional e internacional, cuyos pilotos participen en campeonatos y pruebas de nivel de la mano de la Real Federación Motociclista Española. La *Escuela de pilotos*, ofrecerá cursos de conducción o de perfeccionamiento de conducción, tanto para motociclismo como para automovilismo, intentando llegar a acuerdos para impartir esta formación, con la Dirección General de Tráfico.

**Programas 1.3 Fondo de Patrocinio de Pilotos.-** Con la idea de que los pilotos noveles no vean limitado su crecimiento por cuestiones económicas, en la medida de lo posible, en el mundo del motociclismo, se creará un *Fondo de Patrocinio para pilotos*. El *Fondo de Patrocinio*, permitirá ofrecer apoyo económico al piloto, una vez alcanzada la formación suficiente y superadas las pruebas que se determinen pertinentes.





**Programa 1.4 Club de Socios del Circuito de Jerez.-** El *Club de Socios del Circuito de Jerez*, permitirá el uso del mismo en condiciones ventajosas. En el caso de pilotos formados en la *Escuela del Circuito*, será un aliciente mas para su formación y desarrollo como pilotos, en óptimas condiciones. A través del *Club de Socios*, se podrá desarrollar un programa de fidelización del *Circuito* para estabilizar la asistencia e ingresos por los eventos.

**Programa 1.5 Escuela de Mecánicos de Competición.-** Para completar la oferta formativa de la Ciudad en relación al mundo del motociclismo y del motor, se proyecta crear una *Escuela de Mecánicos de Competición*, que permita la obtención de un título, y conseguir que este llegue a ser reconocido y de prestigio en el mundo del motociclismo internacional.

Con todo esto, se pretende que el *Circuito* sea un referente en la gestión a todos los niveles, logrando la excelencia en su oferta formativa y deportiva.



**JEREZ**

---

CAPITAL MUNDIAL DEL  
**MOTOCICLISMO**

## ***Eje I: Consolidación deportiva del circuito***

*Celebración  
de pruebas  
mundiales*

*Escuela  
de  
pilotos*

*Fondo  
patrocinio  
de pilotos*

*Club de  
socios  
"Circuito  
de Jerez"*

*Escuela de  
mecánicos de  
competición*





**c.2) El Eje 2, Impulso económico: Inversión e Innovación**, permitirá la ampliación y mejora de las instalaciones actuales del Circuito de velocidad y el desarrollo urbanístico de los suelos de actividad económica próximos al mismo.

**Programa 2.1 Circuitos secundarios.**- Se proyecta ampliar las instalaciones actuales del Circuito, creando nuevos circuitos de Motocross, Trial, Speedway y de aquellas modalidades que se consigan con el desarrollo del Eje I. Igualmente, se ejecutará un circuito comercial exterior, que permitirá alquileres a los particulares y empresas interesadas, así como, para la formación práctica de los alumnos de la propia Escuela del Circuito. También podrá utilizarse para la presentación de nuevos modelos de coches y motos.

**Programa 2.2 Iluminación trazado.**- Se mejorarán las instalaciones existentes, intentando instalar iluminación a lo largo del trazado del Circuito, que permita pruebas nocturnas, abriendo el abanico de posibilidades para traer nuevas pruebas, así como permitiendo un uso más diversificado de la pista con alquileres, visitas, presentaciones, etc.

**Programa 2.3 Torre de Autoridades e instalaciones turísticas.**- La remodelación de la Torre de autoridades del Circuito, conocida como “Torre Tío Pepe”, es otra de las mejoras proyectadas. La obra de remodelación, tendrá por objeto permitir que la misma pueda albergar un pequeño negocio de restauración que permita su uso durante todo el año.

Como servicio colateral, se estudiará la posibilidad de construir un pequeño hotel, con la idea de ofrecer hospedaje al personal de los equipos así como al público en general.

Para que el atractivo turístico del Circuito sea aun mayor, se plantea la posibilidad de instalar en el mismo una *Noria Panorámica*, que ofrecerá vistas espectaculares del trazado jerezano y de parte de la ciudad.







**Programa 2.4 Desarrollos urbanísticos: Parque Tecnológico del Motor y Parque Comercial del Motor, Outlet y Centro Logístico.**- Para finalizar los objetivos de este Eje, se proyecta desarrollar urbanísticamente los suelos de actividades económicas próximos al Circuito. Se intentará que en los mismos se instalen empresas o pequeñas industrias relacionadas con el mundo del motociclismo y del motor en general, conformando un Parque Tecnológico del Motor por un lado y un Parque Comercial por otro. Dentro del Parque Comercial, se contempla la instalación de un outlet del motociclismo.

Además del Parque Comercial próximo al Circuito, se proyecta desarrollar parcialmente los terrenos del Sector Pastranilla, ubicados en la zona suroeste de Jerez. En ellos se proyecta un centro de referencia logística para la venta de coches y motos, una “Ciudad del Motor”, donde se localicen los concesionarios de vehículos y en donde además de actividades comerciales, se ofrezcan diversos servicios relacionados con el sector, como un centro de pruebas y de homologación oficial de nuevos vehículos.





**JEREZ**

---

CAPITAL MUNDIAL DEL  
**MOTOCICLISMO**

**Eje 2:  
Impulso económico:  
Inversión  
e innovación**

*Circuitos  
secundarios*

*Iluminación  
del  
trazado*

*Torre de  
autoridades e  
instalaciones  
turísticas*

*Desarrollos  
urbanísticos:  
Parque tecnológico  
del motor, parque  
comercial, outlet  
y centro logístico*





c.3) El **Eje 3, Desarrollo turístico y conocimiento**, para que Jerez de la Frontera se convierta en un referente turístico internacional en el mundo del motociclismo, es importante que en la ciudad también se desarrollen actividades relacionadas con el motor.

**Programa 3.1 Actividades varias.-** Se plantea organizar:

- **Exposiciones temáticas** tanto en el Museo del Circuito, como en diferentes espacios de la ciudad. Se tratarán 4 áreas temáticas: rutas moteras, circuitos, pilotos y marcas.

- **Ciclos de conferencias** sobre motociclismo y el motor en general. Se aprovechará la infraestructura existente en la ciudad para ello.

- Organización de **concentraciones moteras, rutas y encuentros**. Se proponen 3 concentraciones moteras a lo largo del año. Para 2015, se organizará una concentración de motos custom, otra durante el Campeonato de España de moto GP y otra de motos clásicas. Todas las concentraciones seguirán el mismo esquema: recepción oficial, desfile por las calles de la ciudad, exposición temporal y concierto de música.

- **Ciclos musicales**, coincidentes con la organización de actividades en la ciudad. Cada ciclo variará en función de la temática de la actividad o de la concentración que se organice.

- **Presentación de marcas**, presentación de nuevos modelos y prototipos en la ciudad, se aprovechará la infraestructura existente y se promoverá el uso del nuevo circuito exterior proyectado.

**Programa 3.2 Galas y Premios.-** Conjuntamente con la organización de las mencionadas actividades, se ofrecerá la ciudad a los distintos organismos y entidades, para que sea *Sede de Galas y Premios* relacionadas con el motociclismo y el motor tanto a nivel nacional como internacional.

Así mismo, se promoverán directamente este tipo de actos, con la organización de la Gala Superbike, la Gala Moto GP o los Premios Internacionales de Periodismo “Circuito de Jerez”..





Jerez de la Frontera, cuenta con suficientes infraestructuras como para organizar galas a nivel nacional e internacional, con lo que esta propuesta no requerirá nuevas inversiones. Esto queda patente con la organización este año de la Gala World Series el próximo mes de octubre o la Cumbre Mundial del Motociclismo, organizada por la FIM que se celebrará a finales del mes de noviembre del presente año.

**Programa 3.3 Museos.-** También se proyecta la creación de varios museos temáticos, tales como el *Museo Interactivo de Miniaturas* y el *Museo de Cera del Motor*, en principio la sede de dichos Museos, podría ser el propio Circuito. También se proyecta la instalación definitiva del *Museo del Motor*, instalado actualmente de forma provisional en una carpa en el interior del Circuito.

En el Museo del Motor, ya se exponen monoplazas, motos, cascos y réplicas históricas que han usado los mejores pilotos internacionales. Además, se puede disfrutar de la sensación de montarse en un simulador de tumbadas con una moto Honda CBR, capaz de inclinarse del mismo modo que lo hacen los pilotos de Moto GP.

**Programa 3.4 Paseo de la Fama.-** Otro proyecto innovador y mediático que se propone, es la de instalar en una de las calles mas conocidas y céntricas de la ciudad, un *Paseo de la Fama* en honor a los grandes pilotos de la historia del motociclismo. Se colocará en el acerado algún elemento relacionado con el deporte de las dos ruedas, como la silueta de un casco o las huellas de las botas y guantes. En el año 2015, ya siendo Jerez Capital Mundial del Motociclismo, se homenajeará a pilotos españoles, siendo el primero de ellos Ángel Nieto, por su especial relación con la afición jerezana.

**Programa 3.5 Parque de las Naciones.-** Este Paseo de la Fama dedicado a los pilotos, servirá para implicar y comprometer a la ciudad en este proyecto, y esta implicación se verá aun mas reforzada con la ejecución del *Parque de las Naciones*. Se desarrollará urbanísticamente una zona verde de la ciudad en donde se instalará el Parque de las Naciones, en el que en función de los hermanamientos del Circuito de Jerez con los mejores circuitos internacionales, se instalarán maquetas de los circuitos hermanos. Dentro de la planificación, se plantea un hermanamiento continuo y sucesivo a lo largo del año 2015, y que continuará en los siguientes años.



**JEREZ**

---

CAPITAL MUNDIAL DEL  
**MOTOCICLISMO**



### ***Eje 3: Desarrollo turístico y conocimiento***

*Actividades:  
Exposiciones,  
concentraciones,  
conferencias,  
ciclos musicales,  
presentación  
de marcas*

*Galas  
y premios*

*MUSEOS*

*Paseo  
de la fama*

*Parque de  
las naciones*





**c.4) El Eje 4, *Promoción y comunicación***, es fundamental para alcanzar los objetivos propuestos en el proyecto plurianual que conforma este Plan Director.

**Programa 4.1 *Publicaciones***.- Como primer programa de este Eje 4, se propone la edición de publicaciones relacionadas con el motociclismo y Jerez de la Frontera, inicialmente se propone publicar:

- Rutas moteras por la provincia de Cádiz
- Historia gráfica del Circuito de Jerez
- Jerez, Capital Mundial del Motociclismo

**Programa 4.2 *Ferias Internacionales***.- El primer año de la capitalidad mundial del motociclismo, Jerez a través del Circuito, contará con presencia específica en la Feria Internacional de Turismo de Madrid, donde se presentará la oferta deportiva y turística, así como los contenidos de este Plan Director.

Además se propone la organización de una Feria Internacional de Muestras del Motociclismo y del Motor, con sede en nuestra ciudad, en las instalaciones de IFECA (Institución Ferial de Cádiz), coincidiendo con la semana del Gran Premio de España de Moto GP.

**Programa 4.3 *Imagen corporativa y Mercadotecnia***.- se diseñará una marca para “Jerez: Capital Mundial del Motociclismo”, a partir de la cual se desarrollará todo un plan de micro-mercadotecnia y comercialización.

Se propone inicialmente adjudicar mediante concurso público la explotación tanto de la marca de la capitalidad, como la del propio Circuito.

La imagen corporativa, se utilizará para los planes comunicacionales y plataformas web, tales como facebook, twitter, etc.





**Programa 4.4 Aplicaciones móviles y nuevas tecnologías.-** se programarán aplicaciones móviles con información sobre el Circuito de Jerez, en la que pueda consultarse el calendario de pruebas, así como información sobre días libres para posibles alquileres, organización de visitas e información en general.

También está prevista una aplicación de realidad aumentada del Circuito de Velocidad, y otra de rutas moteras por la provincia de Cádiz, en la que se recomienden carreteras, paradas, alojamientos, etc. y se pueda comentar y recomendar a los demás moteros.

**Programa 4.5 Pantallas led.-** se propone en este programa la instalación en la ciudad de una red de pantallas led, las cuales se utilicen además de cómo espacios publicitarios como pantallas de información de todas las actividades programadas en este Plan Director.

**Programa 4.6. Implantación de marcas en la ciudad.-** el objeto principal de este programa, es conseguir la presencia de las principales marcas vinculadas al motociclismo y al motor, en la ciudad.

La propuesta, consiste en ceder espacios públicos con visibilidad, interesantes desde el punto de vista publicitario, mediante concesión administrativa a dichas marcas. Actualmente, ya existe una referencia en la ciudad, la glorieta Michelin en el acceso a Jerez por la zona norte.

Dentro de este programa, se creará un *Fondo de Patrocinio de equipos*, que permita dar a conocer el mundo del motociclismo, con la presencia como patrocinadores en otras disciplinas.

**Programa 4.7 Redes sociales.-** se abrirán cuentas en todas las plataformas sociales como medio de difusión de las actividades y programas que se llevarán a cabo por el desarrollo de este Plan Director.



**JEREZ**

---

CAPITAL MUNDIAL DEL  
**MOTOCICLISMO**

## ***Eje 4: Promoción y comunicación***

*Publicaciones*

*Ferias  
internacionales*

*Imagen  
corporativa y  
mercadotecnia*

*Pantallas led*

*Aplicaciones  
móviles y  
nuevas  
tecnologías*

*Redes sociales*

*Implantación  
de marcas*



**REPSOL**





## 2. PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL

### A) OBJETIVOS PRINCIPALES

Los **objetivos** principales de este Plan Integral de Comunicación son:

- Difundir y dar a conocer al máximo posible, la celebración de “Jerez: Capital Mundial del Motociclismo”, como oportunidad para el desarrollo turístico y económico de Jerez de la Frontera y el área de influencia con especial importancia del tejido productivo ligado al sector servicios.
- Lograr la consolidación de un fuerte posicionamiento nacional e internacional, como ciudad con identidad propia dentro del mundo del Motor, con especial relevancia en el Motociclismo, con una completa y variada oferta y como un destino de experiencias con un atractivo permanente.



FREE  
O DE VELOCIDAD

bwin

bwin



Como **sub-objetivos** podemos destacar:

- Mover la participación y la implicación activa de la ciudadanía en esta celebración y en todos los acontecimientos que tendrán lugar en este marco.
- Generar interés en torno a Jerez de la Frontera, trascender el ámbito andaluz y español y difundir como acontecimiento de dimensión internacional generando grados de confianza y sinergias entre la sociedad civil.
- Creación de grupos de interés en torno a la iniciativa. Difusión entre los agentes sociales, políticos y económicos con el propósito de que se asuma como algo propio.
- Difundir las actuaciones y actividades que se pongan en marcha en este marco y que se desarrollen en el territorio comprendido en la celebración de Jerez: Capital Mundial de Motociclismo.
- Llamar la atención sobre Jerez de la Frontera como centro turístico de gran calado, logrando construir un mensaje único, coherente y permanente en todos los canales de difusión.
- Atraer turismo a Jerez de la Frontera, fomentar el turismo relacionado con el mundo del Motociclismo y dar impulso al sector hotelero y a la inversión.





• Utilizar componentes emocionales tradicionalmente asociados al sector del Motociclismo, que nos permita consolidar a un público entusiasta de la moto y componentes racionales con los que alcanzar una mayor proyección social, que atraerán a un público nuevo.

• Conseguir asociar la marca “Jerez”, con la de “Capital Mundial del Motociclismo”, promoviendo el equilibrio en su promoción, y teniendo en cuenta el resto de oferta turística de la ciudad.

• Reforzar la colaboración con otras administraciones turísticas, así como promover la cooperación público-privada en la realización de actividades de mercadotecnia, con el objeto de lograr máxima rentabilidad y se eviten duplicidades innecesarias en las actuaciones realizadas.

• Informar y sensibilizar a los distintos niveles de la Administración Pública implicados directa o indirectamente en el proyecto y en el desarrollo de este Plan Director para alcanzar los objetivos.



**REPSOL**

**bwin**

bwin.com bwin bwin.com bwin bwin.com bwin



## B) PÚBLICO OBJETIVO

La capacidad de entendimiento entre ciudadanía y gobierno, es la base del éxito de todo Plan. Para ello es imprescindible realizar un análisis en profundidad de los públicos objetivo a los que se va a dirigir la comunicación.

El **principal público** al que se dirigirá este Plan, será a la ciudadanía, a la Sociedad Civil. Posteriormente tendremos que precisar y delimitar los grupos de interés o segmentos, ya que la ciudadanía constituye un público amplio y con múltiples diferencias, y las vías de comunicación y los mensajes variarán dependiendo de las características de cada grupo concreto.

Como **públicos objetivo secundarios**, tendremos:

- los grupos empresariales
- los líderes de opinión
- el segmento turístico

Cabe especial mención, dentro de los grupos empresariales, las empresas patrocinadoras, colaboradoras o proveedoras, que puedan obtener beneficios fiscales colaborando con este proyecto.



**JEREZ**

---

CAPITAL MUNDIAL DEL  
**MOTOCICLISMO**



*Líderes  
de opinión*

*Grupos  
empresariales*

***Público  
objetivo  
del Plan de  
comunicación***

*Sociedad  
civil*

*Segmento  
turístico*





## C) SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

En función de los objetivos y públicos objetivo, deben definirse una serie de estrategias que configuran la segmentación y especialización de las actuaciones, para adaptar al máximo el mensaje a las distintas necesidades de cada público objetivo, con una extensa utilización de los distintos soportes, en especial los diferentes soportes online, dada la realidad actual del mercado, que garanticen su máxima promoción y difusión.

Así los públicos objetivo se dividirán en segmentos, siendo estos grupos homogéneos de personas u organizaciones, que demandan características similares y que probablemente respondan de modo similar a determinadas estrategias de mercadotecnia.

Al segmentar el mercado, se pueden maximizar los esfuerzos de mercadotecnia en el segmento elegido y se facilita su conocimiento. El objetivo es incrementar la efectividad del Plan de Comunicación, optimizar recursos y costes, estandarizar la oferta de productos y servicios e incrementar la satisfacción por parte de los públicos objetivo.

Identificación de los segmentos:

### **c.1) Público objetivo I: Segmento origen**

Incluye todas las personas que residen en el Área de influencia, son los principales receptores y amplificadores de las acciones de comunicación emitidas.





No se establecen otros criterios de segmentación socio-demográfica o económica, ya que se quiere llegar a toda la población, sin restricciones de hábitat o entorno de residencia aunque, lógicamente, serán objetivo prioritario los residentes en el entorno de Jerez de la Frontera y las provincias colindantes.

### **c.2) Público objetivo 2: Segmento corporativo**

De este segmento los mas importantes son:

- Sector institucional público
- Agrupaciones empresariales y sectoriales
- Empresas
- Medios de comunicación
- Líderes de opinión
- Otros agentes sociales

### **c.3) Público objetivo 3: Segmento turismo**

Turista con motivaciones hacia el turismo de ocio, cultural y deportivo. Identificando a su vez tres grupos:

- Sub-segmento nacional: visitantes y turistas potenciales procedentes de todo el territorio nacional.
- Sub-segmento Europa: Zona geográfica europea de mediana edad y con un nivel económico medio - alto. Con el objetivo de delimitar este amplio grupo utilizaríamos criterios de segmentación aplicados al mercado turístico-cultural.
- Sub-segmento Cuenca mediterránea y Oriente: que agruparía básicamente a visitantes de países del mundo árabe y al visitante oriental, muy interesado en la oferta turística de Andalucía: cultura, flamenco, gastronomía, motociclismo.
- Sub-segmento América y resto: Visitantes del continente americano y del resto del mundo, de nivel económico alto e interesados en la oferta turística relacionada con el motociclismo principalmente.





Conscientes de lo ambicioso, por su dimensión, de este público objetivo y de los importantes esfuerzos de comunicación que conllevaría alcanzar una notoriedad o relevancia suficiente de las acciones de comunicación entre un público tan amplio, no debe de olvidarse el dejar de considerar la enorme importancia como factor de atracción turística que la celebración de “Jerez: Capital Mundial del Motociclismo” puede tener para toda el área de influencia.

Esto será clave a la hora de plantear, en una fase posterior, las acciones de comunicación que se orienten a este tipo de públicos. El objetivo es maximizar la utilidad y eficiencia de las inversiones ejecutadas para poder impactar en estos mercados con vistas a generar la respuesta deseada.

En general, y como ya hemos mencionado, se trata de ofrecer múltiples servicios adaptados a los gustos de los más variados visitantes. Se ofertan diferentes opciones para satisfacer sus necesidades de ocio, cultura y turismo. Contaremos con la presencia de gentes de todas las edades y condiciones sociales, y para todos ellos tenemos prestaciones adaptadas a su perfil, posibilidades y gustos.







## D) ESTRATEGIA

El análisis de mercados lleva a definir una estrategia de comunicación diferente para cada público objetivo. La estrategia se articula a corto plazo con una campaña de lanzamiento de “Jerez: Capital Mundial del Motociclismo” que ha de ejecutarse antes de finales de 2015 y otras estrategias a medio “largo plazo que se desarrollarán en los años 2016 y 2017, ambas irán asociadas al calendario de actividades y eventos.

Las campañas se harán con diferentes herramientas de difusión:

### **Herramientas Off Line**

- Medios de masas
  - Prensa
  - Radio
  - Televisión
- Publicidad exterior
  - Vallas publicitarias
  - MUPIS
  - Cartelería
- Publicidad directa
  - Flyers
  - Folletos explicativos

### **Herramientas On Line**

- RRSS
  - Facebook
  - Twitter
  - Tuenti
  - Blog | 1408
- Sitios Web
  - Web
  - Posicionamiento SEO, ad words y ad sense

### **Herramientas BTL (bellow the line)**

- Merchandaising
- Street Marketing
- Marketing Relacional
- Marketing directo

Tanto la campaña de lanzamiento, como las campañas posteriores, serán de dos tipos: genéricas del proyecto y específicas de cada actividad o evento.





### **d.1) Estrategia de comunicación on line**

El Plan Director se sustenta en gran medida en el empleo de un amplio abanico de canales difusores adaptados a la particularidad de cada proyecto.

De vital importancia es el planteamiento y potenciación de las herramientas de comunicación social existentes hoy en día. Son medios de bajo coste y alto impacto publicitario.

En esta línea se potencia el área tecnológica y de innovación, en cuanto que una de sus líneas de actuación es la difusión online y a través de plataformas específicas.

Pero sobre todo, el área tecnológica actuará de forma transversal en todos y cada uno de los ejes de este Plan Director, estudiando y dando solución a los soportes de difusión adecuados a cada evento, potenciando ante todo la promoción online a través de canales genéricos y redes sociales, canales específicos dirigidos a profesionales y búsqueda de soluciones innovadoras desde diferentes soportes para alcanzar una mayor difusión social y acentuar el carácter innovador y de futuro del proyecto.

Las líneas genéricas de actuación se basarán en:

- Aprovechamiento de recursos web propios, y soporte a la difusión en plataformas webs externas.
- Interacción y acercamiento a la sociedad a través de canales de redes sociales, potenciación de foros online de debates, comunidades virtuales y portales temáticos relacionados con las diferentes actividades.
- Soporte I+D para la investigación y desarrollo de soluciones innovadoras, que apoyen la organización de los diferentes eventos programados.
- Innovación y búsqueda de soluciones avanzadas para dar soporte informativo y expositivo.
- Creación de espacios virtuales en los que se amplíen y den cabida a los distintos eventos celebrados (exposiciones virtuales de nueva creación y virtualización de las exposiciones físicas, streaming en tiempo real de los conciertos, congresos, conferencias, presentaciones, etc.)
- Aprovechamiento del soporte tecnológico para apoyar labores de documentación y edición de material promocional y publicaciones.
- Soporte documental de archivo en el que se recoja testimonio de todos los eventos organizados, para su puesta a disposición en red de cara al futuro.





#### **d.1.1) Web**

“Jerez: Capital Mundial del Motociclismo” será el dominio utilizado para el sitio web que se proyecta. Será un portal corporativo y oficial en el que se plasme toda la información institucional y contenidos actualizados de las actividades que se desarrollan, transmitiendo una comunicación uniforme de la marca. Desde el portal se conecta con cada una de las acciones a desarrollar a través de diferentes canales, englobados todos bajo el mismo dominio.

El portal seguirá unas pautas de diseño moderno, accesible y legible, traducido a diferentes idiomas, con secciones destacadas en las que se potencie la información, tanto corporativa como informativa. Proporcionará las herramientas precisas a diferentes sectores (prensa, patrocinadores, contratas, etc.)

Las características propias de un portal institucional hacen que no sea el medio de comunicación más directo, por el coste de mantenimiento que puede suponer y por el alto impacto visual que debe contener en cada una de las acciones promocionales. Es por esto que se plantean medios más directos y específicos, acordes con las líneas de comunicación establecidas en las sucesivas campañas promocionales.

#### **d.1.2) Medios específicos acordes a campañas promocionales**

- Micro - portales

Son puertas de enlace a un sitio web a través de las cuales los usuarios de la web pueden navegar y obtener información específica, que recoja las líneas maestras de cada campaña de comunicación.

A modo de portal, aúnan la imagen promocional vigente en cada momento, con información específica y destacada y enlaces, en función de los objetivos planteados en cada fase de la campaña de comunicación.





Funcionan a modo de accesos directos modulables e intercambiables, y pueden recoger campañas de acción específica o dirigirse a un público determinado. Dichas páginas de acceso, fácilmente cambiables, aparecerían como un previo a la web corporativa.

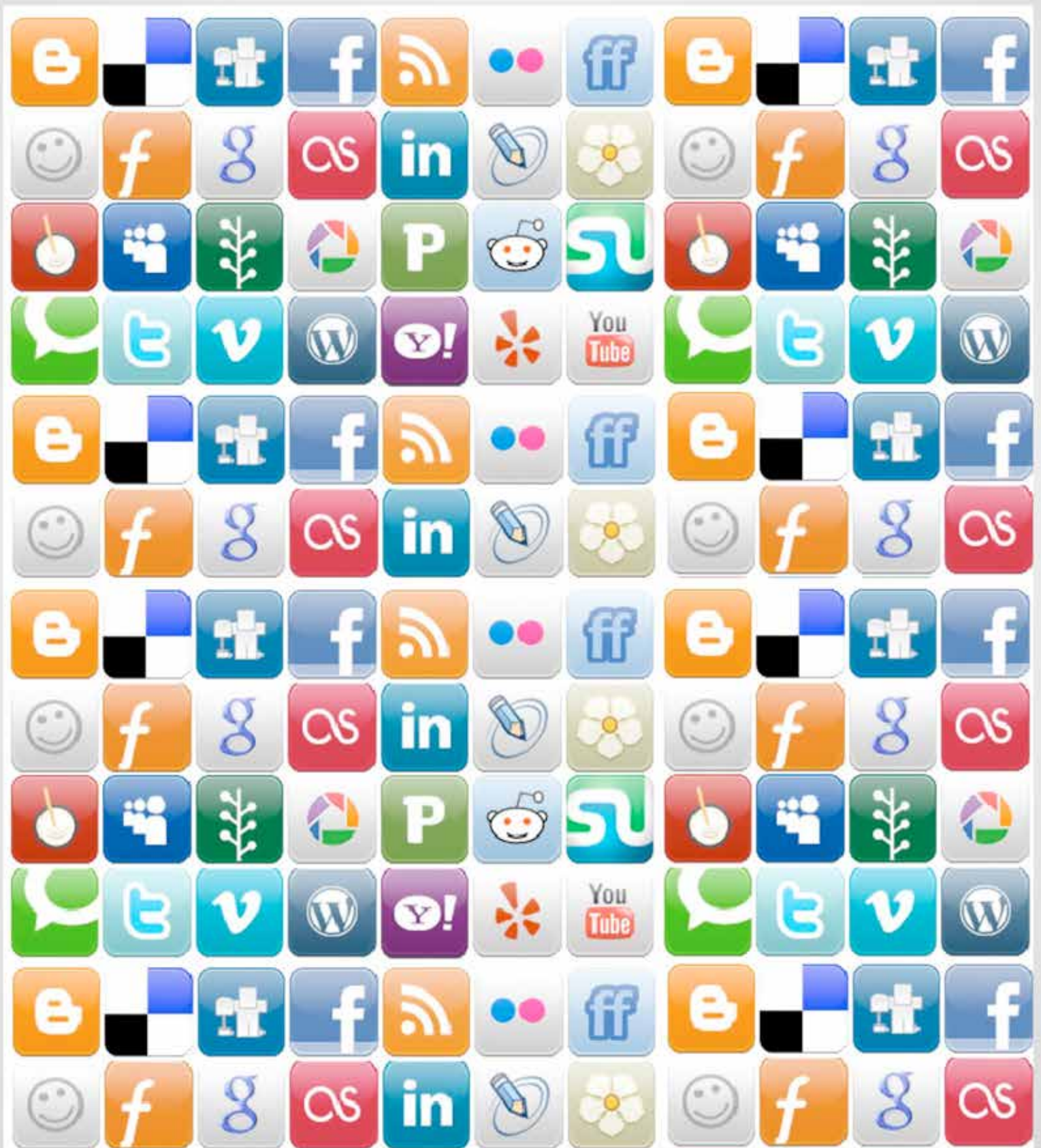
Distinguimos micro - portales de acción inmediata, aquellos en los que las acciones generales que se plantean pueden ser campañas de potenciación de redes sociales, campañas de participación, concursos, recogida de datos para acciones de marketing directo, todo bajo la imagen que en cada momento se establezca en la campaña de comunicación general.

Y micro - portales especializados, a través de los cuales se consigue diferenciar acciones específicas que, debido a características especiales, necesiten de una personalización mas directa y especializada. Pueden ser webs para exposiciones, acontecimientos deportivos específicos, que debido a la información que manejen precisen de una imagen propia, siempre englobada en los principios establecidos en el plan de comunicación.

- SMM (Social Media Marketing), SEO (Search Engine Optimization) y SEM (Search Engine Marketing)

El exponencial crecimiento de la oferta informativa en Internet, hace necesario utilizar una serie de técnicas para el posicionamiento en buscadores con el objeto de obtener los primeros resultados de búsqueda. Esto nos permitirá destacar ante la competencia, permitiendo que los posibles visitantes nos encuentren por los atributos de nuestras actividades y eventos, logrando un posicionamiento óptimo.

Para lograr este fin, se utilizarán las técnicas SMM (Social Media Marketing), SEO (Search Engine Optimization) y SEM (Search Engine Marketing), para que los sitios web que se desarrollen sobre “Jerez: Capital Mundial del Motociclismo” estén contruidos de tal manera que favorezca la indexación de sus contenidos en los principales motores de búsqueda.







### Social Advertising

Las plataformas sociales son medios paralelos al canal de comunicación oficial, con un lenguaje específico y mayor atención al usuario, en el que se establecen ciertos lazos de comunicación personal, que repercuten en la propagación de la información de forma directa entre los usuarios, consiguiendo dos objetivos fundamentales: cercanía del proyecto e inmediatez en la comunicación.

Tanto en el portal oficial como en los microportales de acción inmediata, deberá figurar un enlace destacado y contenidos de las acciones que se desarrollen en los Canales Sociales, interactuando entre ellos y fomentando la constante renovación de contenidos.

Será fundamental elegir entre las principales plataformas sociales: Facebook, Tuenti, Twitter, LinkedIn, Spotify, etc., la mas indicada según los objetivos de cada actividad o evento, construyendo campañas publicitarias eficaces.

### Marketing directo: mailing

El medio mas clásico de marketing directo, el mailing o ciberbuzoneo, permite crear una comunicación personal con cada posible interesado en las acciones y eventos que contempla este Plan Director y mantenerla en el tiempo gracias a la gestión de información que se realiza a través de bases de datos. Una comunicación individualizada tras una selección en función de determinadas variables buscando tener una relación continuada.

A través del portal web y microportales, establecemos fuentes de recogida de datos con herramientas que permitan agrupar al público objetivo en función de edad, ocupación, intereses, etc. Dichos datos servirán posteriormente para delimitar los envíos de información y ajustarlos a los intereses e inquietudes de distintos grupos de usuarios, pues lo mas importante para el éxito de esta acción de marketing son las bases de datos y la información con que contemos para dirigir nuestro mailing.

