

## CIRCUITO DEL MOTOR Y PROMOCIÓN DEPORTIVA, S.A.

### MEMORIA DE ACTUACIONES

#### OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Mejora de la gestión integral que incluye como uno de los objetivos estratégicos el desarrollo continuo de la Responsabilidad Social Corporativa.
2. Mejora en la calidad y eficiencia de las escuelas de formación de pilotos.
3. Consolidar el número de asistentes a los acontecimientos propios y ajenos buscando fidelizar de forma orgánica a los actuales: Valencia American Fest, Racing & Legens, Campeonato de España de Resistencia(CER/TCR), Motodes, King Of Europe Drift (KOE), Copa de España de velocidad, Territorial de Automovilismo, FIM CEV Repsol, Gran Premio de la Comunidad Valenciana, así como RFME Copa de España de Dirck Track siendo de nueva creación en el Circuito del Motor el pasado año el primer campeonato de España, dentro de este se encuentra el campeonato de Flato track y de campeonato TT.
4. Incrementar el número de escolares usuarios del Parque de Seguridad Vial del Circuito.
5. Desarrollo y optimización comercial por medio de alquiler de instalaciones y venta de publicidad.
6. Potenciar el desarrollo económico del área geográfica de influencia en el Circuito.
7. Puesta en marcha e impulso del Centro de tecnificación deportiva del motor.

#### OBJETIVO Y ACCIONES A DESARROLLAR DURANTE EL 2022

- 1.-Implementar procesos de desarrollo que permitan una mejora continua y eficiente en el desempeño de la actividad.
- 2.-Incrementar y optimizar el número de eventos organizados directamente por el Circuit.
- 3.-Incrementar el número de asistentes a todos los eventos.
- 4.-Incrementar los ingresos derivados de la gestión comercial a nivel corporativo.
- 5.-Búsqueda de nuevos ingresos mediante atípicos, desarrollo de nuevas líneas de negocio y recursos externos.

Acciones principales bases:

- Seguimiento y control de los sistemas de control de calidad implantados en la Sociedad. ISO 9001. ISO 14001. ISO 39001
- Optimización de ingresos mediante monitorización y ajuste de las políticas de descuento promocional en ticketing.
- Acciones cruzadas: Alianzas con socios clave que beneficien directamente a nuestro cliente final.
- Redes sociales: Acciones promocionales directas que incentive a los aficionados a consumir nuestros productos.
- Monitorización: Correcto uso de herramientas de medición para poder valorar la efectividad de las inversiones realizadas en materia de publicidad y buscar su máxima optimización.
- Optimización de los recursos propios: crear nuevos y mejores soportes y espacios destinados a la publicidad de nuestros clientes en nuestras instalaciones.
- Mejora de las instalaciones: Búsqueda de la renovación y actualización de las instalaciones con el menor coste posible.
- Web oficial: Potenciar la venta on-line mediante una línea de producto de pilotos reconocidos e incluirlo dentro del proceso de compra de entradas.
- Desarrollo de influencia económica: Seguir creando sinergias con empresas vinculadas directamente al turismo en la Comunidad con el objetivo de crear una oferta de ocio más completa, más ventajosa y más atractiva para el turista/consumidor.