

## COMPETICIONES

# Ezpeleta (Dorna Sports): “En el mundo hay 26 ciudades que quieren estar en MotoGP”

El consejero delegado del grupo promotor del Mundial de motociclismo ha desgranado las claves de la gestión de la competición desde que entró en esta disciplina en 1992. Ahora, su reto pasa por aumentar la base de aficionados jóvenes, donde ya cuenta con 27 millones de *millennials*.

Palco23  
7 jun 2018 - 13:12

Ezpeleta (Dorna Sports): “En el mundo hay 26 ciudades que quieren estar en MotoGP”

Internacionalización, seguridad y consenso en la toma de decisiones. Estas son las claves que han permitido al Mundial de MotoGP convertirse en una de las principales competiciones deportivas del mundo. Así lo ha explicado Carmelo Ezpeleta, consejero delegado de Dorna Sports, en el marco de Sports Business Meeting 2018.

“Empezamos con derechos de fútbol, pero a partir de 1992 incorporamos a nuestra cartera los derechos del Mundial de motociclismo; a partir de entonces Dorna Sports se centró en este deporte, que ha pasado de la segunda línea a ser uno de los más seguidos del mundo”, ha señalado el directivo.

La notoriedad de la competición ha seguido una tendencia alcista a lo largo de los últimos 25 años, lo que ha provocado que en la actualidad haya 26 ciudades interesadas en albergar un Gran Premio de MotoGP. Con todo, Ezpeleta ha aclarado que fijará “el límite en 22 carreras por motivos de calendario”. Junto a la internacionalización, mejorar la seguridad de los pilotos ha sido clave.

**Ezpeleta apuntó que el reto de MotoGP pasa por conquistar a las generaciones más jóvenes**

“Este fue el primer problema que nos encontramos en 1992”, recordó el directivo. “El motociclismo es un deporte peligroso, pero debemos reducir ese factor, por eso vamos de la mano de los pilotos y les consultamos”, ha asegurado. Tener en cuenta a los *stakeholders* ha sido una constante en la hoja de ruta de la organización, que se ha centrado en integrar a los equipos.

En este sentido, el 50% de los ingresos que Dorna Sports se destina a pagar a los equipos, lo que ha provocado que el Mundial cuente con los seis principales fabricantes de motos del mundo. “Es muy importante que hayamos conseguido esto”, ha incidido.

En relación al consenso, el directivo ha comentado que la mayoría de las decisiones que afectan al Mundial y a la organización se han tomado “con unanimidad con la Federación Internacional de Motociclismo (FIM), la asociación de equipos (Irta) y la Msma (Motorcycle Sports Manufacturers' Association)”.

Ezpeleta ha remarcado que “si queremos dedicarnos a hacer las mejores carreras del mundo, es vital consensuar la toma de decisiones para hacer cada vez mejor las cosas”. Ahora, el reto pasa por aumentar la base de aficionados jóvenes, donde ya cuentan con 27 millones de *millennials*. Y una de las claves será también el inicio del campeonato mundial de motos eléctricas, que dará comienzo en 2019 con el patrocinio de Enel.

Sports Business Meeting 2018 se celebra hoy, 7 de junio, en el antiguo mercado del Born de Barcelona. El evento, organizado por *Palco23*, tiene como objetivo reunir a los profesionales del sector deportivo para ponerlo en valor y crear entornos de debate y conocimiento alrededor de los desafíos que enfrenta esta industria. La cita cuenta con el patrocinio de GOL, la empresa de *branding* deportivo MolcaWorld, el *software* de gestión de centros deportivos Poliwin y el apoyo de LaLiga.