

## **SUBIDA INTERNACIONAL DE ONIL 2025**

# **Informe ROI + Audiencias + Repercusión Prensa**

- ✓ Prueba Internacional FIA.
- ✓ Campeonato de España de Montaña AUTOhebdos SPORT – CEM 2025.
- ✓ Campeonato de España de Marcas 2025.
- ✓ Copa de España de Montaña por Clases 2025.
- ✓ Copa de España para pilotos Femeninos de Montaña 2025.
- ✓ Copa de España de pilotos Turismos Junior de Montaña 2025.
- ✓ Copa de España de pilotos CM Junior de Montaña 2025.
- ✓ Campeonato de Montaña de la Comunidad Valenciana 2025.
- ✓ Campeonato de la C.V. de Montaña de Monoplazas 2025.
- ✓ Campeonato de la C.V. de Montaña de Turismos 2025.
- ✓ Copas de la C.V. de Montaña por Clases 2025.
- ✓ Campeonato de la C.V. de Clubes / Escuderías 2025.

**26, 27 y 28 de Septiembre de 2025**

Organiza:



**Automóvil Club Alicante**

## SUBIDA INTERNACIONAL DE ONIL 2025

# Informe ROI + Audiencias + Repercusión Prensa

La prueba deportiva de automovilismo **tuvo lugar durante los días 26, 27 y 28 de Septiembre de 2025 en la localidad de Onil** (Alicante), aunque para la preparación de la prueba se tuvo que hacer desde bastantes meses anteriores a la misma, ya que al ser una prueba del máximo nivel de ámbito nacional e Internacional por ser Prueba Internacional FIA, y por ello contó con participantes de fuera de España, (Portugal y Andorra), y al estar amparada por el Consejo Superior de Deportes (CSD) y por la Real Federación Española de Automovilismo (RFEdA), se consiguió una gran repercusión publicitaria y deportiva, obligando a cumplir una serie de normas y estándares muy estrictos, así como contratar con empresas homologadas por dichas instituciones para ciertos servicios de la prueba, como el Sistema de Cronometraje, Servicios Médicos, etc.

La **puesta en marcha y presentación en público** de esta edición tuvo lugar a principios del 2025, en enero, en la Feria Internacional de Turismo en Madrid, **FITUR 2025**, en la Plaza de Callao, en el espacio del Patronato de Turismo de la Costa Blanca, y en los pabellones de IFEMA, con el Ayuntamiento de Onil.

La coincidencia de la prueba con un evento promovido en las mismas fechas por el Ayuntamiento de Onil denominado **"Onil es Mostra"**, motivó que durante los tres días coincidentes con la misma, hubo una intensa y numerosa afluencia de público al realizarse diferentes actividades, exposiciones (Museo de la Muñeca, Pozos de Nieve, etc.), ferias (Gastronómica, Medieval, Artesana, del Comercio, etc.), así como actividades culturales y lúdicas diversas (Concursos, Conciertos en directo, Demostraciones deportivas, etc.), lo que supuso un verdadero punto de atracción provincial que reunió a miles de personas atraídas por dicha actividad, que se juntaron con las que atrajo la prueba deportiva de toda España, siendo realmente espectacular el número de visitas que reunió Onil en ese fin de semana.

Asimismo se tuvo que contar con la inestimable ayuda de los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado y de la Comunidad Valenciana, coordinados por la Subdelegación del Gobierno en Alicante, debido a la importante afluencia de público de toda España que congregó esta prueba deportiva en las inmediaciones del Tramo Cronometrado de apenas 5 Km de recorrido durante los días de la prueba, y en las dos avenidas principales de Onil, donde se localizaban los Parques de Asistencia y Cerrados de la prueba, y que coincidían con la asistencia del público de la provincia de Alicante que llegaba a visitar el viento de **"Onil es Mostra"**

La prueba contó con **más de 250 personas en la organización de la misma** entre Comisarios Oficiales, tanto Deportivos, como Técnicos, Cronometradores, de Ruta, Señalizadores, Jefes de Área, y otros, como Voluntarios, Sistema de Comunicaciones, Sistema de Emergencias, Servicios Médicos, Personal de Seguridad, Protección Civil, Bomberos, Fuerzas de Orden Público, Equipos de Montaje y Desmontaje, etc., a muchas de las cuales se tuvo que alojar, darle manutención, pagar dietas, etc. durante una media de 4 días de la semana.

En cuanto a los equipos participantes, hubo una **inscripción de 60 equipos venidos de diferentes puntos de España, además de Portugal o Andorra, que supuso un total aproximado**, a una media de 5 personas por equipo, **de otras 300 personas** entre todas las que forman los equipos (piloto, mecánicos, familia, etc.) que estuvieron alojándose durante al menos 4 días en establecimientos de la comarca, con sus correspondientes gastos en manutención, suministros, servicios, etc.

En resumen, entre todas las personas que formaron la organización de la prueba, sumadas a las que formaban los equipos participantes, más la prensa desplazada al evento y otras personas habituales del campeonato, **más de 600 personas estuvieron durante varios días "viviendo" en Onil y su comarca.**

## SUBIDA INTERNACIONAL DE ONIL 2025

# Informe ROI + Audiencias + Repercusión Prensa

Cabe destacar que en esta edición, al ser una prueba prácticamente nueva por ser su segunda edición en el Campeonato y no conocerse el recorrido por los participantes que no participaron el año pasado, el periodo medio de estancia de estos equipos fue superior a la media por prueba en el campeonato, que son 5 días, 2 para reconocimientos del tramo cronometrado y 3 para la competición, por lo que muchos de ellos estuvieron la semana completa en Onil y comarca para conocer mejor el nuevo trazado, con su consiguiente incremento en el gasto dejado por los mimos.

**Según fuentes públicas, más de 15.000 personas se dieron cita en la prueba durante el fin de semana** para presenciar el evento deportivo, entre las cuales se repartieron **más de 1.000 juguetes cedidos por una empresa juguetera de la Comarca, 3.000 Revistas Oficiales de la prueba, con el Concurso de recogida de firmas de los Pilotos y regalos de la empresa juguetera Ninco, y 5.000 Guías del Espectador entre ese público, especialmente niños menores de edad.**

Muchos de estos aficionados aprovecharon para visitar “Onil es Mostra” ubicada en las calles adyacentes a las avenidas de Onil donde se instalaba el Parque o Zona de Asistencias, y los Parques Cerrados y las Ceremonias.

**El Impacto económico del evento, así como el Retorno de la Inversión (ROI: Return On Investment) de la prueba es muy alto, y según los datos recogidos hasta el 31 de Octubre, para un presupuesto total de la prueba de 91.000€, se obtuvo un impacto económico con un Coeficiente o Factor 15,4945, es decir, que se obtuvo un Impacto Económico en el área de influencia de la prueba superior a los 1,410 millones de euros, lo que supone que por cada € “gastado” o “invertido” en la prueba por el Comité Organizador a partir de los ingresos afectos a la misma (Subvenciones, Patrocinadores, etc.), se obtuvo un Retorno Financiero (ROI) de 18,048€.**

$$\text{ROI} = (\text{Valor Económico Impacto} - \text{Importe Patrocinio}) / \text{Importe Patrocinio}$$

Este impacto económico de la “Subida Internacional de Onil” se consigue sumando las valoraciones económicas de la repercusión en prensa, tanto online como impresa, la de los oyentes de radio, la valoración en el tiempo de la emisión de la prueba por diferentes TV ‘s, y la estimación del gasto en el municipio de Onil y en la comarca, tanto de los equipos participantes, como organización y público presencial en la prueba, en los sectores de Hostelería, Alojamiento, Servicios, Suministros y Comercio.

Tan solo el Comité Organizador en los 4 días de la prueba, alojó a su personal en cerca de 120 habitaciones de Hotel en la Comarca, y asumió el coste de 900 manutenciones para el personal y voluntarios que estuvieron montando, organizando, desarrollando y desmontado el evento, entre desayunos, comidas, bocadillos, cenas, etc.

Con una **inversión económica cercana a los 19.000€** por parte del Comité Organizador y del Ayuntamiento de Onil en diferentes soportes publicitarios, campañas de publicidad, y en acciones de marketing, y **con los resultados obtenidos en el Clipping de Prensa realizado sobre la repercusión y valoración económica en medios de Prensa escritos y online (sin contar Radio, ni TV, ni RRSS) que supera los 380.000€ de retorno o valoración en medios, el ROI de Prensa supone un importante porcentaje de Impacto Económico de retorno cercano al 20,04%, es decir, que por cada € invertido por la prueba en campañas de Prensa, Radio, TV y Mkt en general, se retornan (ROI) 19,04€ a la inversión Comercial en Marketing y Publicidad en Prensa,** cifra muy alta y rentable para cualquier acción comercial y/o de marketing.

## SUBIDA INTERNACIONAL DE ONIL 2025

# Informe ROI + Audiencias + Repercusión Prensa

La **Real Federación Española de Automovilismo (RFEdA)** es un organismo que tiene un importante peso en la difusión del evento, y por ello, en el ROI del mismo, al ser la Entidad de mayor rango del deporte del automovilismo en España, ya que convoca con la ayuda del Consejo Superior de Deportes del Gobierno de España el Campeonato de España de automovilismo en la especialidad de Montaña en la que está incluida esta prueba de la “**Subida Internacional de Onil 2025**”, que además está atesorada con el marchamo de “**Prueba Internacional FIA**” que otorga la Federación Internacional de Automovilismo para que pilotos extranjeros puedan participar en la misma, por lo que la solvencia, garantía, rigurosidad y seriedad que estas entidades otorgan a la prueba, generar un mayor nivel de repercusión y seguimiento de la prueba en cualquier ámbito.

Por otro lado, también se ha conseguido este mayor nivel de seguimiento al ser **nominada por la Real Federación Española de Automovilismo durante las últimas 4 ediciones como la mejor prueba del Campeonato de España de automovilismo en la especialidad de Montaña.**

Entre los canales de difusión de la RFEdA, además de sus propios perfiles y canales en las RRSS como Facebook, Twitter (X) e Instagram, también emite en su Web Oficial y en su canal de Youtube, en directo, durante un total de 11:30 h de emisión de TV en Streaming, con una producción profesional de la realización de las carreras y las noticias de la prueba deportiva durante el fin de semana, cuya señal se cede gratuitamente a las TV que las requieran, y quedan grabada y almacenada en Youtube para que quien lo desee pueda volver ver la emisión realizada en directo.

### REPERCUSIÓN DE LA PRUEBA DEPORTIVA EN EL AÑO 2025

**El total del Seguimiento y Audiencia acumulado de la prueba deportiva “Subida Internacional de Onil 2025” superó los 126,6 millones de personas.**

El seguimiento de las publicaciones de la prueba deportiva realizadas en los Medios de Comunicación de Prensa, tanto impresos como Online, así como los accesos que hubo a la página Web Oficial, y sumando el alcance de las Redes Sociales de la prueba en Facebook, Instagram y Twitter (X) y TikTok, y otros medios, alcanzan unos datos de difusión de la prueba realmente espectaculares como lo demuestra la siguiente tabla resumen:

SEGUIMIENTO	Audiencia
Tipo de Medio	Seguidores
Prensa Impresa	119.167.872
Prensa Online	265.428
Página Web Oficial	3.763.858
Facebook	583.371
Instagram	1.349.100
Twitter (X)	25.316
TikTok	116.100
TV TDT Total	1.082.948
TV / Video Internet	200.164
Radio FM	90.000
Radio Streaming	2.272
<b>TOTALES</b>	<b>126.646.429</b>



## SUBIDA INTERNACIONAL DE ONIL 2025

# Informe ROI + Audiencias + Repercusión Prensa

### PUBLICACIONES EN PRENSA ESCRITA Y ONLINE

El seguimiento y Clipping de las publicaciones de la prueba deportiva realizadas en los Medios de Comunicación de Prensa, tanto genéricos como especializados, tanto Impresos como Online, ha sido realizado por la empresa independiente "SEINPRE" (Seguimiento de Información en Prensa S. L.), empresa española líder en Informes de presencia en medios y cálculo del retorno de la Inversión ROI (Return On Investment) a nivel nacional.

El **periodo analizado en cuanto a la valoración económica en la Prensa solo ha sido realizado durante tres meses y medio, es decir, desde el 15 de agosto hasta el 31 de octubre de 2025**, aunque el seguimiento de la prensa y las noticias sobre la misma se han publicado durante todo el año, y el ámbito se ha realizado a nivel nacional.

Como resumen total del Informe de repercusión de medios del Clipping de Prensa realizado se concluye que la **Valoración Total**, tanto los artículos publicados en Prensa impresa como Prensa Online, **es de 380.694 €**, llegándose a un **Alcance de Potenciales Receptores de 119.433.300 personas, que son la suma de la Audiencia de la Prensa Impresa y los Usuarios Únicos de la Prensa Online**, con un total de **187 artículos o apariciones** entre todos los soportes de Prensa. Este resumen se puede observar en la siguiente Tabla acumulativa global por soportes:

Tabla acumulativa global por soportes

Tipo de soporte	Valoración Económica	Audiencia	Apariciones
SUBIDA INTERNACIONAL ONIL 2025	380.694 €	119.433.300	187
PRINT	316.235 €	119.167.872	152
ONLINE	64.460 €	265.428	35

**IMPORTANTE:** En este estudio en el periodo indicado del año 2025 **no están incluidas las audiencias de Radio y TV, ni tampoco las transmisiones por Streaming de la prueba, tanto de Radio como de TV.**

Respecto a estas audiencias no incluidas, podemos indicar, entre otras, las siguientes acciones realizadas:

- **Teledeporte - TDP (RTVE):** Reportaje resumen post carrera emitido en 3 ocasiones a nivel mundial por todas sus plataformas, y **con audiencia media propia de 345.000 telespectadores, lo que supone un total de audiencia estimada de 1.035.000 espectadores**, aunque la audiencia media de TDP en las franjas y días de emisión de dichos reportajes fue de un Share entre el 3,5% y un 4,2% diario, lo que supone una audiencia estimada entre 350.000 y 450.000 televidentes por programa.

## SUBIDA INTERNACIONAL DE ONIL 2025

# Informe ROI + Audiencias + Repercusión Prensa

- **Youtube RFEDA:** Canal de la Real Federación Española de Automovilismo, que emite un reportaje resumen de la prueba, con 20.184 visualizaciones en directo, y 121.200 visualizaciones posteriores a la carrera.
- **A-TV:** Emisora Comarcal por TDT que realizó varios reportajes, como la Presentación de la prueba y la Ceremonia de Salida, o las carreras del domingo. Tiene una audiencia cercana a los 48.000 televidentes.
- **Facebook CEM:** Facebook Oficial del Campeonato de España de Montaña, que incluye reportajes diversos de la prueba. Audiencia o Alcance: 144.546 Seguidores.
- **La Fresca FM:** Emisora Oficial (Directo y Streaming). Alcance Audiencia Directo FM: 90.000 oyentes. Audiencia Directo Streaming: 2.272 IP's diferentes. Impresiones Facebook publicaciones de la Subida: 95.555 personas. Impresiones Instagram publicaciones de la Subida: 39.100 personas.

Si al alcance de los Potenciales Receptores de 119.433.300 personas, confirmados por el Clipping de Prensa Impresa y Online, le sumamos estos datos de audiencias de Radio y TV, supone que **la audiencia contrastada de la prueba en los diferentes medios "medibles" obtuvo un total acumulado superior a los 126,6 millones de seguidores**, a los que habría que sumar los seguidores de la Página Web Oficial y los vídeos publicados en Internet por diferentes usuarios de Youtube, Instagram, Facebook, etc.

MEDIOS	AUDIENCIA
Clipping Prensa	119.433.300
Teledeporte (Media Aproximada s/ Share)	1.035.000
Canal TV-A en TDT	47.948
Youtube Oficial CEM+RFEdA (Directo)	141.384
Facebook Subida Onil + CEM + La Fresca	583.371
Instagram Subida Onil + La Fresca	1.349.100
Twitter CEM + Subida Onil	25.316
TIKTOK Subida Internacional Onil 2025	116.100
La Fresca FM	90.000
Radio Streaming (IP's) La Fresca	2.272
Youtube Automóvil Club Alicante	58.780
Página Web Oficial	3.763.858
<b>TOTAL AUDIENCIA</b>	<b>126.646.429</b>

En cuanto a la **cobertura del seguimiento en la Prensa a nivel nacional**, podemos analizar la siguiente tabla, donde se observa que el seguimiento de audiencia en la Prensa de la Comunidad Valenciana fue de 18.163.022 personas, y es donde mayor número e apariciones se realizaron (107), aunque con una valoración económica inferior a los artículos publicados en medios de tirada o ámbito nacional (53) que supusieron un seguimiento de 77.209.142 personas, o en la Comunidad de Galicia que fue seguida por un total de 21.386.357 personas.

SUBIDA INTERNACIONAL DE ONIL 2025

Informe ROI + Audiencias + Repercusión Prensa

Evento	Cobertura territorial	Valoración	Potenciales receptores	Apariciones
SUBIDA INTERNACIONAL ONIL 25	COM. VALENCIANA	330.427 €	18.163.032	107
	NACIONAL	163.540 €	77.209.142	53
	GALICIA	39.124 €	21.386.357	9
	CANARIAS	23.342 €	285.480	11
	CANTABRIA	10.510 €	930.750	2
	ASTURIAS	8.425 €	1.494	3
	NAVARRA	3.601 €	1.120.487	1
	CATALUÑA	2.693 €	135.590	1
Total SUBIDA INTERNACIONAL ONIL 25		581.662 €	119.232.332	187

Si ahora analizamos la línea temporal de artículos por fecha, vemos que hay constantemente artículos que se publican durante todo el periodo analizado, pero es a partir del 22 de septiembre cuando crecen exponencialmente las publicaciones, para luego decaer de nuevo tras la prueba deportiva:



## SUBIDA INTERNACIONAL DE ONIL 2025

# Informe ROI + Audiencias + Repercusión Prensa

Para terminar, vamos a analizar o desglosar por Tipo de Soportes y Tipo de Medio, con su valoración económica, audiencia y apariciones:

### PRENSA ONLINE

Desglose por soportes / tipo de medio: valoración económica, audiencia y apariciones				
Concepto	Tipo de medio	Valoración	Audiencia	Apariciones
ONLINE	DEPORTIVO	11.145 €	27.348.493	4
	AUTOMOVIL	99.781 €	626.330	59
	REGIONAL	27.425 €	18.845.849	9
	LOCAL	133.979 €	22.882.959	63
	GENERALISTA	43.905 €	49.464.241	17
Total ONLINE		316.235 €	119.167.872	152

### PRENSA ESCRITA

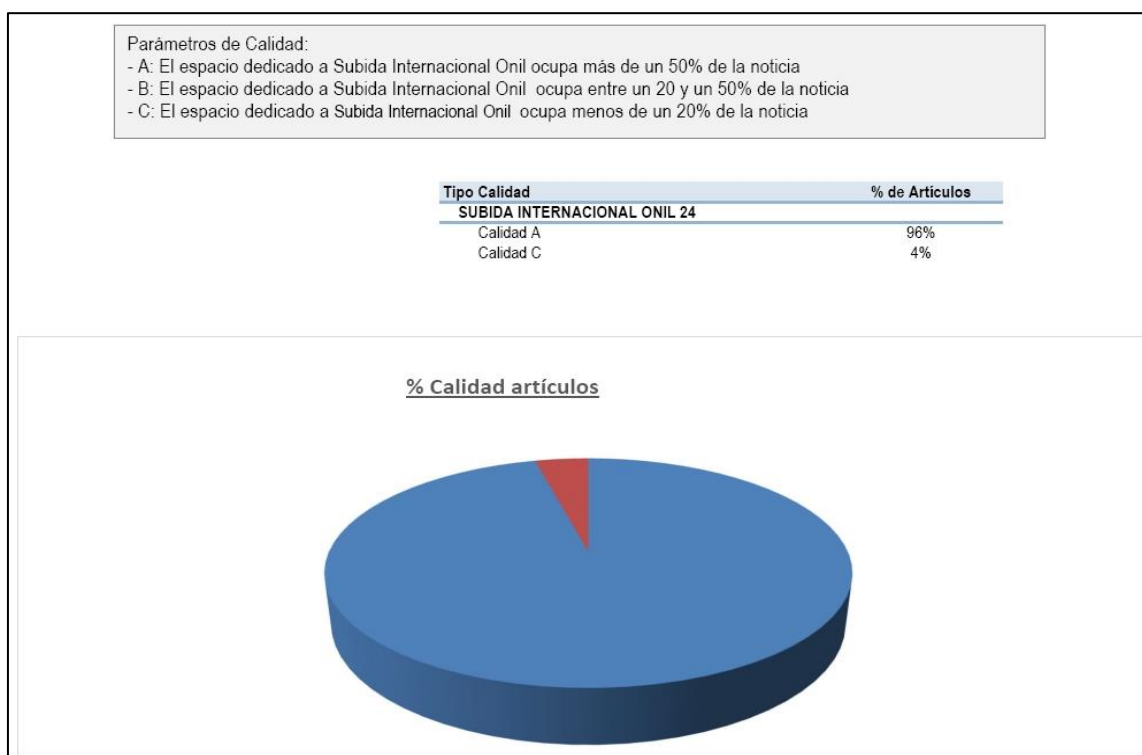
Desglose por soportes / tipo de medio: valoración económica, audiencia y apariciones				
Concepto	Tipo de medio	Valoración	Audiencia	Apariciones
PRINT	AUTOMOVIL	60.085 €	47.644	7
	REGIONAL	66.136 €	2.287	5
	LOCAL	139.207 €	14.529	23
Total PRINT		265.428 €	64.460	35



## SUBIDA INTERNACIONAL DE ONIL 2025

# Informe ROI + Audiencias + Repercusión Prensa

También es **muy IMPORTANTE** conocer la **CALIDAD** del artículo publicado en la prensa. Esto indicará en un artículo el espacio dedicado a la prueba deportiva. Así, hay que conocer el **parámetro de la Calidad**, es decir, **qué porcentaje ocupa la prueba en la noticia**, si es solo una mención a o de la prueba, si es un artículo exclusivo de la prueba, etc. Para ello, este gráfico nos muestra la **CALIDAD** de los artículos publicados de la prueba:



Por último, analicemos en el **periodo estudiado y por meses**, la valoración y audiencia de los artículos, aparecidos en los diferentes Medios de Comunicación y Prensa Impresa y Online (Internet):

Meses	Valoración Económica	Audiencia	Apariciones
ago-25	35.387 €	666.778	18
sep-25	289.479 €	110.406.273	151
oct-25	13.930 €	8.306.073	13
nov-25	41.898 €	54.176	5
<b>Total general</b>	<b>380.694 €</b>	<b>119.433.300</b>	<b>187</b>

## SUBIDA INTERNACIONAL DE ONIL 2025

# Informe ROI + Audiencias + Repercusión Prensa

**PÁGINA WEB OFICIAL - <https://subidaonil.es>**

La página Web Oficial de la prueba deportiva ha sido mantenida en sus contenidos por el propio Automóvil Club de Alicante obteniendo unos índices de seguimiento y cobertura mundial realmente espectaculares.

El servidor del Hosting donde se aloja la Web Oficial y que recoge las estadísticas de sus accesos, incluyendo las transferencias de datos y las visitas a la página está ubicado en el ISP "DonDominio.com", que arroja las siguientes espectaculares cifras en el **periodo desde el mes siguiente a la finalización de la anterior edición (noviembre 2024) hasta el 1 de noviembre de 2025:**

Estadísticas de uso de la Web <a href="https://subidaonil.es">https://subidaonil.es</a>							
Resumen por meses último año (hasta el 1 de Noviembre 2025)							
Mes	Media diaria			Totales mensuales			
	ACCESOS a la Web	Páginas Vistas	Archivos	ACCESOS a la Web	Páginas Vistas	Archivos	kB Descargas
<a href="#">oct-25</a>	6.774	3.692	5.092	210.006	114.466	157.860	8.921.699
<a href="#">sep-25</a>	48.895	8.356	44.947	1.466.855	250.680	1.348.413	106.751.525
<a href="#">ago-25</a>	10.300	5.392	6.870	319.330	167.181	212.970	16.183.977
<a href="#">jul-25</a>	9.078	4.314	6.998	281.435	133.737	216.946	12.608.122
<a href="#">jun-25</a>	5.668	4.175	3.571	170.044	125.264	107.156	5.011.565
<a href="#">may-25</a>	5.650	4.001	3.077	175.153	124.041	95.410	5.163.801
<a href="#">abr-25</a>	10.129	8.924	6.004	303.882	267.725	180.146	6.261.701
<a href="#">mar-25</a>	10.095	8.871	6.581	312.959	275.004	204.031	5.558.644
<a href="#">feb-25</a>	6.822	5.003	5.052	191.033	140.103	141.464	4.650.290
<a href="#">ene-25</a>	4.549	2.812	3.903	141.041	87.201	121.000	3.617.255
<a href="#">dic-24</a>	3.107	1.834	2.694	96.325	56.875	83.531	2.143.394
<a href="#">nov-24</a>	3.193	1.840	2.783	95.795	55.200	83.493	2.195.215
TOTALES				3.763.858	1.797.477	2.952.420	179.067.188

Como se puede observar, la página Web Oficial tuvo un total de **3.763.858 accesos** en el periodo analizado, más de tres millones setecientas mil personas, de los que más del 38,97%, **un total de 1.466.855 accesos, fueron durante el mes de septiembre de 2025.**

Asimismo, se descargaron en total casi **1.800.000 páginas de información**, y más de **179 Gigabytes de datos** de esa página Web, en **casi 3 millones de documentos descargados.**

Es destacable también, como se podrá observar en las siguientes tablas de datos extraídas del servidor Web en el mes de septiembre, el esfuerzo de los servidores del Hosting de la página Web para que en ciertos momentos tuviese que admitir y **dar servicio a casi 20.400 usuarios por hora accediendo en modo concurrente a la Web**, y concretamente **el día 27 de septiembre con casi 274.000 accesos a la Web concurrentemente.**

## SUBIDA INTERNACIONAL DE ONIL 2025

# Informe ROI + Audiencias + Repercusión Prensa

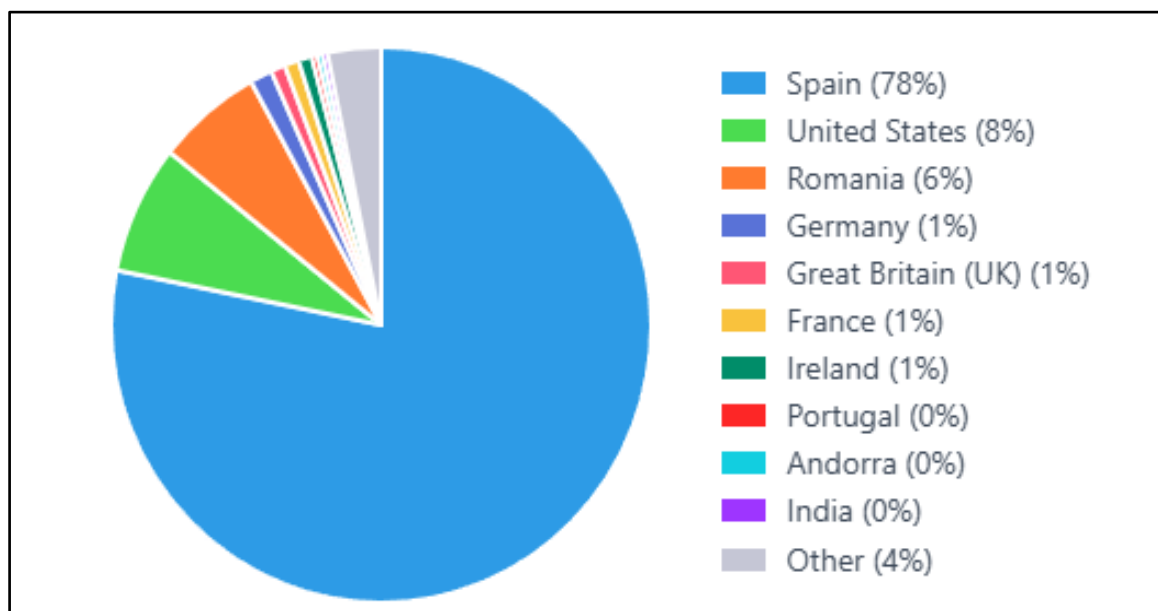
Resumen septiembre 2025	Media	Max
Accesos por Hora	2.037	20.393
Accesos por Día	48.895	273.879
Archivos por Día	44.947	265.944
kB ficheros descargas por día	3.558.384	21.359.437

Comparando los datos de la semana de la prueba con los datos del periodo de todo el periodo y meses analizados, observamos que **del total de accesos a la Web (3.763.858), casi un 39% de ellos (1.466.855) tuvieron lugar durante la semana de la prueba**, al igual que más de la mitad del total de los datos descargados de la web (106.751.527 Kb Kb) se produjeron en esa semana de la prueba, un 59,62%.

Sin embargo, las páginas a las que se acceden en esa semana (250.680) son casi el 14% del total de las páginas vistas en el periodo analizado (1.797.477), lo que indica que los usuarios fueron consultando la página Web antes de la semana de la prueba para conseguir toda la información de la carrera, y la semana de la prueba solamente accedían a las últimas noticias o datos como la Lista Oficial de Inscritos, Tiempos en Directo, Tablón Oficial de Avisos o Últimas Noticias.

Comparativa Total/Septiembre	TOTALES	SEMANA	%
<b>Accesos</b>	3.763.858	1.466.855	38,97%
<b>Páginas</b>	1.797.477	250.680	13,95%
<b>Kb Descargas</b>	179.067.188	106.751.527	59,62%

Es muy curioso también observar el **origen de los usuarios que accedieron a la Web Oficial por países durante el mes de septiembre**, quedando la siguiente estadística según los datos del servidor:



## SUBIDA INTERNACIONAL DE ONIL 2025

# Informe ROI + Audiencias + Repercusión Prensa

### SEGUIMIENTO EN RRSS: FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER (X) y TIKTOK

Las publicaciones y la gestión de las Redes Sociales de la prueba deportiva han sido externalizada y realizada por la empresa “ZRMD Imagen, proyectos y Servicios S.L.”, durante el **periodo del 15 de agosto al 30 de octubre de 2025**.

Se ha trabajado exclusivamente en cinco Redes Sociales de ámbito general, como son **Facebook, Instagram y Twitter (ahora X)**, al que este año se añadió **TikTok y Youtube**, aunque el mayor desarrollo y difusión se realizó en Instagram, y Facebook, dejando la Red Social X (antigua Twitter) como residual, y a la red TikTok como nueva RRSS para captación por medio de vídeos cortos de la gente más joven, consiguiéndose unos interesantes resultados de seguimiento en las mismas por los usuarios de dichas RRSS, por lo que se puede concluir que, la “**Subida Internacional de Onil 2025**” fue todo un éxito en redes sociales, superando las **1.828.448 impresiones o visualizaciones (Alcance)** de los post, mensajes y vídeos publicados entre las 5 redes sociales.

Subida Internacional de Onil	Alcance	Interacciones
2025	Visualizaciones	
Red Social	Impresiones	
FACEBOOK	343.270	27.060
INSTAGRAM	1.310.000	18.926
TWITTER	298	150
TIKTOK	116.100	3.740
YOUTUBE	58.780	737
<b>TOTALES</b>	<b>1.828.448</b>	<b>50.613</b>

Facebook e Instagram, vuelven a ser un canal informativo y de comunicación muy importante de cara a la celebración de la prueba, quedando el nuevo canal aportado este año, TikTok, en tercera posición, pero con una clara tendencia incremental para nuevas ediciones, al igual que los videos cortos en Youtube como novedad en esta edición, y finalizando con Twitter (X) a un peor nivel con un menor seguimiento, y casi despreciable.

Los seguidores de la prueba en las RRSS han seguido muy de cerca todas las noticias sobre la prueba y sobre los pilotos que participaron, conociendo de primera mano los inscritos y sus monturas, y estando en comunicación con la carrera, como queda constancia en las más de 50.000 interacciones que tienen los usuarios de las RRSS con las publicaciones realizadas desde el Gabinete de Prensa y Comunicación.

Además de conocer en primera persona a los pilotos, los seguidores han encontrado noticias, horarios, consejos y normas para seguir la prueba con toda seguridad y sobre todo en directo, ya que, durante la celebración de la prueba, las publicaciones fueron constantes, llegando a **más de 750 publicaciones entre Stories, Reels, vídeos y publicaciones, durante el periodo previo y las semanas posteriores a la prueba**.

Una parte también muy importante del objetivo en las RRSS fue en **dar a conocer a los organismos oficiales y empresas que patrocinan o colaboran en la prueba**, siendo un parte importante en las publicaciones que se han ido realizando antes, durante y después de la prueba. Estas publicaciones se han enlazado a las RRSS de las empresas patrocinadoras cuando estas disponían de ellas.



## SUBIDA INTERNACIONAL DE ONIL 2025

# Informe ROI + Audiencias + Repercusión Prensa

En la edición 2025, el interés por la Subida Internacional de Onil ha sido muy notable, por tanto, y se han conseguido unas cifras más que sobresalientes, además de conseguir sumar a nuevos usuarios seguidores en el primer año de los perfiles de estas 5 RRSS, ya que la prueba era totalmente nueva en 2 RRSS:

Visualizaciones / Alcance / Impresiones	2025
FACEBOOK Subida Internacional Onil 2025	343.270
INSTAGRAM Subida Internacional Onil 2025	1.310.000
TWITTER (X) Subida Internacional Onil 2025	298
TIKTOK Subida Internacional Onil 2025	116.100
YOUTUBE, Canal Automóvil Club Alicante	58.780
<b>TOTALES</b>	<b>1.828.448</b>

Otro dato para resaltar es el **amplio seguimiento disperso que ha tenido la prueba en toda España**, indicando que los seguidores de las RRSS de la prueba no solo son de un sitio concreto o ámbito reducido, sino que abarca una gran cantidad de zonas, muy distribuidas, y con seguidores en todas ellas.

FACEBOOK 2025		INSTAGRAM 2025	
10 Primera Ciudades	%	5 Primera Ciudades	%
Onil	8,5%	Madrid	4,3%
Alicante	4,4%	Onil	4,3%
Ibi	4,0%	Ibi	3,7%
Alcoy	2,3%	Alicante	3,2%
Castalla	1,8%	Valencia	2,5%
Totana	1,7%		
Valencia	1,3%		
Elche	1,4%		
Madrid	1,3%		
San Vicent Raspeig	1,3%		
Edades	%	Edades	%
18-24 años	3,0%	18-24 años	12,0%
25-34 años	12,0%	25-34 años	28,0%
35-44 años	28,0%	35-44 años	27,0%
45-54 años	26,0%	45-54 años	12,0%
55-64 años	14,0%	55-64 años	4,0%
+64 años	9,0%	+64 años	2,0%
5 Primeros Países	%	3 Primeros Países	%
España	94,7%	España	96,8%
Portugal	2,2%	Portugal	0,8%
Francia	0,3%	Andorra	0,3%
Italia	0,2%		
Reino Unido	0,2%		

## SUBIDA INTERNACIONAL DE ONIL 2025

# Informe ROI + Audiencias + Repercusión Prensa

También es importante conocer el Sexo de los usuarios que siguen las RRSS de la prueba deportiva, encontrándose que, con una gran mayoría, son los hombres los que hacen el mayor seguimiento de este deporte, estando las mujeres en porcentajes cercanos al 15% o al 13%, según la red social que se analice:

Sexos	Hombres	Mujeres
FACEBOOK	85,10%	14,90%
INSTAGRAM	86,80%	13,20%

## RESUMEN Y CONCLUSIONES

Todos los datos aportados en este informe se pueden contrastar y comprobar con los informes extraídos de las diferentes fuentes, tanto con el Informe del Clipping de Prensa realizado por la empresa SEIMPRE S.L., como por los datos extraídos de los diferentes servidores de Internet y Redes Sociales, como por otros informes de Audiencias de empresas nacionales independientes y externas de medición de audiencias.

Este Informe y el periodo de tiempo realmente analizado es, para algunos apartados, de tan solo de unos meses (15 de agosto 2025 al 30 octubre 2025), y **no es un informe cerrado y definitivo, puesto que las RRSS (Facebook, Instagram, TikTok, X(Twitter) y YouTube) continúan funcionando y estando activas**, y por tanto, tanto los perfiles de la prueba en las mismas, como el visionado de posts, vídeos, etc., **así como las visitas a la Web Oficial**, continúan aumentándose día a día, con lo que **los datos aquí presentados y resumidos, siempre serán menor que los reales posteriores a la fecha de este informe que irán en constante incremento.**

