



Comunidad de Madrid

INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO DE 2 PARTIDOS DE LA SELECCIÓN ESPAÑOLA DE FÚTBOL

La Constitución Española de 1978 señala en su artículo 43.3 que los poderes públicos fomentarán la educación sanitaria, la educación física y el deporte. Asimismo facilitarán la adecuada utilización del ocio.

El Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid recoge, en su artículo 26.1.22 la competencia exclusiva en materia de deporte.

La Ley 15/1984, de 28 de diciembre, del Deporte de la Comunidad de Madrid, en su artículo 2 h) señala que la política deportiva de la Comunidad de Madrid, se inspirará entre otros, en el principio de difusión de las actividades físicas y del deporte en todos los sectores de la población.... Y en su letra j) señala como principio la colaboración responsable entre las diversas Administraciones Públicas y entre éstas y la organización deportiva privada.

El Consejero de Cultura, Turismo y Deportes de la Comunidad de Madrid asume, entre otras, según lo establecido en el artículo 1 del Decreto 121/2017, de 3 de octubre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes, modificado por Decreto 149/2018, de 9 de octubre, del Consejo de Gobierno, el desarrollo, la coordinación y control de la ejecución de las políticas del Gobierno en materia de deporte.

Asimismo a la Dirección General de Deportes, el artículo 12 del citado Decreto 121/2017, de 3 de octubre, le atribuye la competencia para "la promoción, organización o colaboración en la realización de cursos, seminarios, congresos, concentraciones deportivas, torneos, campeonatos, exhibiciones, encuentros o cualquier otra actividad, dirigida a fomentar, impulsar y colaborar en la difusión de la cultura física entre la población, en coordinación y cooperación con municipios, federaciones y demás asociaciones, fundaciones y entidades públicas y privadas", así como "la colaboración en la organización, promoción y difusión en el territorio de la Comunidad de Madrid de eventos deportivos, sin perjuicio de las competencias que correspondan a otros entes, entidades u organismos".

En los Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid, Programa 336A, existe dotación económica en el subconcepto 28001 (Promoción económica, cultural y educativa) con el fin de colaborar y promocionar todos aquellos acontecimientos deportivos que posibiliten una mayor difusión y práctica de la actividad deportiva, el desarrollo de campeonatos deportivos en diferentes modalidades, ámbitos de población y de carácter autonómico, nacional e internacional, que coadyuven a su vez a la dinamización económica de la región.

En ejercicio de dichas atribuciones, la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes considera de interés público su participación en la celebración de dos partidos de la Selección Española Absoluta de Fútbol de la Fase de Clasificación para la Euro 2020, en concreto, los correspondientes a las jornadas 4 (España-Suecia, que se disputará el 10 de junio de 2019 en el Estadio Santiago Bernabéu en Madrid) y 10 (España-Rumanía, que se disputará el 18 de noviembre en el Estadio Metropolitano en Madrid).

El Campeonato de Europa de Fútbol de la UEFA (Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol), también conocido como "Eurocopa" o "Euro" es la competición de selecciones



Comunidad de Madrid

nacionales de fútbol más importante a nivel europeo y se disputa cada 4 años desde 1960. Actualmente consta de una Fase de Clasificación y una Fase Final en la que los equipos clasificados compiten durante un mes para elegir al campeón.

La Eurocopa de Fútbol 2020 o Euro 2020, será la decimosexta edición del torneo europeo de selecciones nacionales. Se celebrará del 12 de junio al 12 de julio de 2020 y, por primera vez, tendrá como sedes a ciudades de 12 federaciones nacionales diferentes del continente, según decisión adoptada en enero de 2013 por el Comité Ejecutivo de la UEFA, para celebrar el 60º aniversario de esta competición. Las 24 selecciones clasificadas jugarán una primera fase de grupos (6 de 4 equipos cada uno), octavos de final, cuartos de final, semifinales y final.

Pero para alcanzar la Fase Final hay que disputar previamente la Fase de Clasificación, que ha dado comienzo en marzo de 2019 y culminará en noviembre de este mismo año. En ella participan las 55 federaciones nacionales afiliadas a la UEFA. Esta será la primera vez en la que los clasificados para la Eurocopa procederán de dos distintos torneos: la Fase de Clasificación para la Eurocopa 2020, que asignará plaza a 20 selecciones, y la nueva Liga de las Naciones de la UEFA 2018-19, que otorga las 4 plazas restantes para el certamen. También será la primera vez desde 1984 en la que las clasificatorias se disputarán con todas las selecciones de la UEFA, incluyendo aquellas federaciones encargadas de la organización del torneo, que ya no tienen plaza asegurada como anfitriones como ocurría cuando la Fase Final se disputaba en una sede única.

La Fase de Clasificación consiste en una fase de grupos en la que los 55 participantes son distribuidos en 10 grupos, 5 de ellos conformados por 6 equipos y los otros 5 conformados por 5 equipos. Los dos primeros de cada grupo se clasifican para la Eurocopa 2020. La Selección Española ha quedado encuadrada en el grupo F junto a Suecia, Rumanía, Malta, Islas Feroe y Noruega. Por tanto, la Selección Española disputará un total de 10 partidos o jornadas (ida y vuelta contra cada uno de los 5 equipos de su grupo).

Así, el patrocinio de la Comunidad de Madrid englobaría 2 de los partidos que la Selección Española disputa como local y, además, en la ciudad de Madrid y que son los correspondientes a las jornadas 4 (Suecia) y 10 (Rumanía), siendo éste el último y posiblemente, decisivo, para lograr la clasificación para disputar la Fase Final en verano de 2020. Hay que señalar que España es, junto con Alemania, el país que más veces ha sido campeón de la Eurocopa con 3 victorias, las conseguidas en 1964, 2008 y 2012.

La participación de la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes en estos eventos se pretende canalizar a través del patrocinio publicitario, teniendo como entidad patrocinada a la Real Federación Española de Fútbol, constituida el 29 de septiembre de 1909 e inscrita en el Registro de entidades deportivas del Consejo Superior de Deportes con el número 19, afiliada a la UEFA, entidad asociativa privada, si bien de utilidad pública, que se rige por la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte, por el Real Decreto 1835/1991, de 20 de diciembre, sobre Federaciones Deportivas Españolas, por las restantes disposiciones que conforman la legislación española vigente, por sus Estatutos y su Reglamento General y por las demás normas de orden interno que dicte en el ejercicio de sus competencias.

Entre la competencias previstas en sus Estatutos se encuentra la de "ostentar la representación de la FIFA y de la UEFA en España, así como la de España en las actividades y competiciones de carácter internacional celebradas dentro y fuera del



Comunidad de Madrid

territorio del Estado. A tal efecto es competencia de la Real Federación Española de Fútbol la selección de los futbolistas que hayan de integrar cualesquiera de los equipos nacionales". Además recogen, de acuerdo con lo previsto en el artículo 33 de la Ley 10/1990, de 15 de octubre, del Deporte la competencia para "organizar o tutelar las competiciones oficiales de carácter internacional que se celebren en el territorio del Estado". Así, es la entidad titular y organizadora en exclusiva de los partidos que disputa la selección nacional de fútbol en nuestro país.

El fútbol es, sin duda, el deporte que mayor expectación despierta en nuestro país y también en buena parte del planeta. Pero no sólo suscita interés el seguimiento de las distintas competiciones deportivas de primera línea sino que también es uno de los deportes que más se practican tanto en España como en la Comunidad de Madrid. Así, es el deporte con mayor número de clubes federados a nivel estatal con un total de 21.148 clubes en las últimas cifras recogidas en 2017, lo que supone más del 31% del total de clubes deportivos nacionales. En nuestra región también se sitúa en primer lugar, con un total de 734 clubes inscritos.

En lo que se refiere a número de licencias, en nuestra Comunidad ha alcanzado en 2017 la cifra de 110.230 deportistas federados, encabezando por tanto la lista de deportes no sólo en número de licencias sino también de clubes. A esta cifra, además, habría que sumar la de muchos deportistas que practican este deporte ocasionalmente. En el conjunto del país, también es el deporte que cuenta con mayor número de licencias, alcanzando los 1.027.907 deportistas federados, cifra que supone más del 27% del total y que dobla ampliamente la que obtiene el segundo deporte en el ranking, el baloncesto, que cuenta con 354.328 licencias en 2017.

Por lo que se refiere al contenido concreto del patrocinio, las contraprestaciones a satisfacer por la Real Federación Española de Fútbol a favor de la Comunidad de Madrid se pueden resumir en la inserción de la imagen corporativa de la Comunidad de Madrid en todos los soportes publicitarios que se realicen con motivo de los partidos patrocinados.

Con la suscripción de este contrato, la Comunidad de Madrid adquirirá la condición de patrocinador oficial la Selección Española de Fútbol, pudiendo difundir o utilizar este título en cuantas acciones publicitarias estime oportunas.

Así la Comunidad de Madrid tendrá presencia publicitaria en los partidos y su imagen estará en todo momento visible y en el lugar estipulado. A este fin, se incorporará el logotipo y nombre de la Comunidad de Madrid en todos los soportes promocionales y publicitarios que se produzcan con motivo de los eventos, exhibiéndose asimismo en las sedes y en los diversos eventos promocionales y ruedas de prensa, o similares, que se celebren con ocasión de los mismos. En el Pliego de Prescripciones Técnicas se concretan las contraprestaciones que recibirá la Comunidad de Madrid con este patrocinio.

Respecto a la valoración económica de la aportación para este tipo de elementos publicitarios y cesión de espacios en el patrocinio nos ocupa, dado el arraigo de este deporte en nuestro país, la trascendencia, la repercusión mediática por el número de medios de comunicación que se acreditan, la voluntad creciente de las diversas entidades en participar o colaborar de diferentes maneras, dado el prestigio y la buena imagen de la selección, el nivel de los deportistas participantes, que son los mejores de España, y el carácter oficial de la competición, al ser clasificatoria para la disputa de la Euro 2020, el precio "de mercado" para participar en estos eventos deportivos por la



Comunidad de Madrid

Comunidad de Madrid como patrocinadora, y el precio por ocupar espacios publicitarios con visibilidad, se cifra, como ya se ha indicado, a día de hoy en 250.000 euros. Este coste está en función del valor de mercado que en cada momento tiene el evento que se patrocina. El valor de mercado, en definitiva, lo da la importancia y repercusión del evento. El patrocinado, como dice la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.

La visibilidad de la Selección Española de Fútbol en nuestro país alcanzó su máximo nivel con la consecución del Campeonato del Mundo en Sudáfrica en el año 2010, así como las Eurocopas de 2008 y 2012. Un partido oficial como es el caso de los que nos ocupan arrastra una audiencia media en televisión sólo en España de 6.000.000 millones de espectadores, con una cuota de pantalla del 38%. A esto hay que añadir las transmisiones internacionales que alcanzan a todos los países europeos y a un gran número de otros continentes, máxime al tratarse de partidos contra otras selecciones europeas. En este caso la audiencia está garantizada con estos niveles dado que, además, el partido contra la selección de Rumanía es el que decide la clasificación definitiva.

El último informe de impacto elaborado en un partido de estas características, el jugado en Granada el 12 de noviembre de 2016 contra Macedonia, tuvo un impacto económico para la ciudad de 792.430 euros. Más del 30% de los asistentes al partido vivían fuera de esa ciudad, alojándose en ella, al menos 1 día (54%) para asistir al evento e incluso 2 (24%) o más días. Sumando el coste en alojamiento, transporte, restauración, ocio y merchandising, así como el realizado en el propio estadio, se alcanzó fácilmente la cifra anteriormente citada.

Si tenemos en cuenta que, debido a las dimensiones del estadio, sólo pudieron asistir al encuentro un total de 19.500 espectadores, en Madrid el impacto económico de ambos partidos puede llegar a cuadruplicarse, puesto que el Estadio Santiago Bernabéu tiene capacidad para más de 81.000 personas y el Estadio Metropolitano para casi 68.000. Se puede llegar a estimar un retorno aproximado para la Comunidad de Madrid de más de 3 millones de euros por cada uno de los 2 encuentros a disputar.

En cuanto al valor mediático de un evento de estas características, en el citado partido disputado en Granada en 2016 se registraron 2.716 menciones en los principales medios de comunicación del país en los días alrededor del partido, de las cuales 186 fueron en televisión, 1.210 en prensa y 1.320 a través de internet y RRSS. La valoración económica de estos datos supone un total de 535.513 euros (desglosado en 136.518 euros en televisión, 317.315 euros en prensa y 81.680 euros en online).

Por todos estos motivos, dado el enorme interés deportivo y mediático de los eventos para la Comunidad de Madrid, se propone la suscripción de un contrato de patrocinio, estando previsto un precio de licitación de 250.000 euros, IVA incluido, que será posteriormente objeto de negociación hasta alcanzar la cifra definitiva que se imputará al subconcepto 28001, del programa 336A del presupuesto de gastos de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2019. Hay que tener en cuenta que se trata del patrocinio de 2 partidos separados en el tiempo, con lo que el coste es de 125.000 euros por el patrocinio de cada uno de ellos.



Comunidad de Madrid

Puesto que se pretende contratar los servicios de patrocinio publicitario con la federación que es titular de todos los derechos sobre los partidos de la selección española de fútbol, y que su objeto es el fomento de la práctica del deporte en general, tanto entre sus asociados como entre éstos y aquellas personas ajenas a la asociación, siendo su actividad deportiva principal la del fútbol, se debe formalizar el patrocinio mediante un contrato privado, puesto que dicha asociación tiene capacidad para suscribirlo según lo establecido en la Ley 9/2017 de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español de las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, tal y como indican los últimos informes del Servicio Jurídico en este y otros contratos de patrocinio.

EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES

Fdo: Javier Orcaray Fernández