



Comunidad de Madrid

INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO DEL ROCK'N'ROLL MADRID MARATÓN & ½ 2019

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 del evento deportivo denominado “Maratón de Madrid 2019” y con el nombre comercial de “Rock'n'Roll Madrid Maratón & ½ 2019”, como instrumento idóneo para la promoción del deporte entre los ciudadanos de la Comunidad de Madrid, al tratarse de la prueba de atletismo de fondo español con mayor categoría en el panorama nacional, no solo por los niveles de participación que ha alcanzado a lo largo de su ya larga historia, tanto en relación con el número de participantes, como por la calidad de algunos de los corredores inscritos, sino también por su designación por la International Association of Athletics Federations,



Comunidad de Madrid

IAAF, como Gold Road Race, el máximo galardón otorgado a la excelencia por esta federación internacional. Esto la sitúa a la altura de pruebas tan admiradas como Nueva York, Londres o Berlín. Es importante destacar, además, que esta designación no proviene de criterios subjetivos sino de un estricto baremo de puntuación de diversos criterios como el número y nivel de los atletas de élite participantes, la retransmisión por televisión o los servicios al corredor, punto en el que Madrid destaca especialmente, junto con la solvencia de su histórico trazado o el apoyo de las instituciones y de los servicios públicos involucrados en su organización y desarrollo.

El "Rock'n'Roll Marathon Series" se inició en San Diego en 1998, con un récord de participación que superó los 18.000 corredores. A lo largo de los años fue dando nombre a otras carreras en Estados Unidos con la idea de fusionar el atletismo urbano y la música en vivo que, situada en puntos estratégicos del recorrido en un ambiente de fiesta, convirtieran las carreras de larga distancia en pruebas accesibles para cualquier atleta aficionado. El circuito contó con 31 carreras en 2018, entre América y Europa, incluyendo las de Madrid, Nueva York, Lisboa, Liverpool y Dublín, entre otras. Entre las carreras americanas y europeas, la participación total en el circuito supera cada año los 750.000 corredores.

Madrid se unió al circuito en la edición de 2011, siendo la primera ciudad europea en hacerlo. En su cuadragésimo segunda edición tomarán la salida 39.000 corredores en las distintas distancias:

- 15.000 corredores de maratón.
- 17.000 corredores de medio maratón.
- 7.000 corredores de 10 kilómetros.

En la edición de 2018 hubo un 31% de corredores no nacionales que participaron en las carreras, que llegaron fundamentalmente de Francia, Reino Unido, Italia, Estados Unidos y Portugal. Entre los nacionales, después de los madrileños, los corredores que vinieron a la capital a disputar la prueba fueron mayormente castellano-manchegos, castellano-leoneses, andaluces, valencianos y catalanes.

Del total de participantes en las carreras de 2018 hubo un 28% de mujeres, porcentaje que rozó el 50% en el caso de los 10 kilómetros y alcanzó el 32% en el medio maratón, por encima de otras pruebas de similar prestigio internacional.

Además de las carreras, el Rock'n'Roll Madrid Maratón & ½ 2019 abarca otras actividades complementarias, entre las que destacan la feria del corredor, la *pasta party*, el concurso de bandas musicales, un concurso de fotografía, los planes de entrenamiento, el maratón solidario y un programa medioambiental.

La participación de la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes en este evento se pretende canalizar a través del patrocinio publicitario, teniendo como entidad patrocinada la asociación deportiva MAPOMA, inscrita en el Registro de Asociaciones Deportivas de la Comunidad de Madrid, como entidad titular y organizadora en exclusiva del Maratón de Madrid, en virtud de la exclusividad que le concede el tener registrada (renovada por otros diez años el 18 de febrero de 2011) la marca que da nombre a la carrera original ("MAPOMA Maratón Popular de Madrid").

Por lo que se refiere al contenido concreto del patrocinio, las contraprestaciones a satisfacer por la asociación deportiva MAPOMA a favor de la Comunidad de Madrid, que se concretan en el Pliego de Prescripciones Técnicas, se pueden resumir en la inserción



Comunidad de Madrid

de la imagen corporativa de la Comunidad de Madrid en todos los soportes publicitarios que se realicen, en los medios de comunicación, desde la firma del contrato, puesto que las acciones de promoción comienzan desde la finalización de la edición anterior de la carrera. También aparecerá nuestra imagen en los actos complementarios al evento, con especial relevancia en la exposición “Expodepor” que se desarrollará durante los tres días anteriores a la celebración de la prueba.

Con la suscripción de este contrato, la Comunidad de Madrid adquirirá la condición de patrocinador oficial del Rock’n’Roll Madrid Maratón & ½ 2019, pudiendo difundir o utilizar este título en cuantas acciones publicitarias estime oportunas.

Así la Comunidad de Madrid tendrá presencia publicitaria en el evento 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 del evento, exhibiéndose asimismo en todas las sedes y en los diversos eventos promocionales y ruedas de prensa, o similares, que se celebren con ocasión del mismo, así como anteriormente a la carrera. En concreto, la Comunidad de Madrid tendrá presencia, al menos, en los siguientes soportes:

- a) Todos los soportes publicitarios oficiales entre los que se encuentran carteles oficiales, planos del recorrido, flyers promocionales, carpetas de prensa, acreditaciones, etc.
- b) Una página a color en cada una de las Revistas Oficiales del Rock’n’roll Madrid Maratón & ½ 2019 que se editen y que son distribuidas entre participantes, organismos oficiales, Asociación Española de Maratones (AEMS), Asociación Internacional de Maratones (AIMS), Federaciones Deportivas y entidades colaboradoras. Para su correcta elaboración la Comunidad de Madrid deberá entregar a la patrocinada los correspondientes diseños en soportes informáticos adecuados.
- c) En las inserciones que se realicen en prensa durante la campaña de promoción del evento, y en los anuncios publicitarios que se realicen en revistas especializadas, entre ellas, Corricolari y Runner’s World.
- d) En la campaña de comunicación que se realizará durante el mes de abril compuesta por 100 cuñas de 20” que se emitirán en Mediapartener Colaboradores donde aparecerá el nombre de la Comunidad de Madrid como patrocinador oficial.
- e) En la campaña de 25 spots publicitarios que se realizará durante el mes de abril en televisión para la promoción del evento donde aparecerá el nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid, así como en 3 faldones de 5x2 en el mes de abril en Mediapartener Colaboradores.
- f) La inserción de 3 sobreimpresiones con la imagen de la Comunidad de Madrid de 6” durante la retransmisión en directo de la carrera que realizará Teledeporte. Los costes de producción serán a cargo de la Comunidad de Madrid.
- g) En la página web del Rock’n’roll Madrid Maratón & ½ 2018 se incluirá el nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid como patrocinador oficial, estableciendo a través de él un link directo con su página web institucional.



Comunidad de Madrid

h) La patrocinada se encargará del diseño y fabricación de 22.000 medallas para los corredores de las distancias maratón y 10K con el logotipo de la Comunidad de Madrid en el reverso, incluyendo la cinta con dicho logotipo.

i) En la publicidad de la prueba:

a. En la línea de salida, la patrocinada instalará 40 metros de publicidad estática, por medio de pancartas, con el nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid

b. Durante el recorrido de la misma, la patrocinada autorizará la instalación de un “punto de animación” en la Puerta de Sol, que constará de un arco hinchable y pancartas con la imagen de la Comunidad de Madrid.

c. En la zona de meta, la patrocinada instalará en la recta de llegada 40 metros de publicidad estática con el nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid (20 metros en cada margen de la recta de llegada) y por medio de pancartas.

d. En el podium de vencedores, la patrocinada insertará el nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid, compartido con otros patrocinadores. Asimismo, incluirá en el acto de entrega de premios, que se desarrollará en el podium, la presencia de un representante de la Comunidad de Madrid.

e. En todas las camisetas oficiales que se produzcan para los participantes, la patrocinada insertará, en lugar consensuado por ambas partes, el logotipo de la Comunidad de Madrid.

f. En los 18 escenarios en los que diversas bandas musicales amenizarán la carrera y que estarán situados cada 2 km. de recorrido.

j) Por lo que respecta a los actos complementarios al evento:

a. En la gala de presentación, la patrocinada incluirá el nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid en el photocall, así como en las invitaciones a dicha gala; invitará a un representante de la Comunidad de Madrid a entregar uno de los premios del Rock'n'roll Madrid Maratón & ½ 2019; y, finalmente, invitará a representantes de la Comunidad de Madrid en calidad de VIP a dicho acto.

b. En EXPODEPOR, que se desarrollará los días anteriores al evento, la patrocinada incluirá el nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid en el regalo que se entregará a todos los participantes en la misma y permitirá que la Comunidad de Madrid inserte en la bolsa del corredor, material promocional con la imagen de la marca, cederá a la Comunidad de Madrid 50 m2 de espacio para el montaje de stand promocional y, finalmente, incluirá el nombre y el logotipo de la Comunidad de Madrid en todos los soportes utilizados en el desarrollo de la referida exposición.

k) La patrocinada invitará a representantes de la Comunidad de Madrid, en calidad de VIP, a todos los actos oficiales que, con motivo del evento, se celebren, entre los que destacan los siguientes: Tribuna de Autoridades en Línea de Salida y Carpa VIP de Meta.

Además, la Comunidad de Madrid podrá incluir el Rock'n'Roll Madrid Maratón & ½ 2018 en el Programa del Circuito de Carreras Populares de la Comunidad de Madrid, junto a las restantes pruebas que lo integran, y realizar cualquier acto de difusión del evento dentro de dicho Programa.



Comunidad de Madrid

Respecto a la valoración económica de la aportación para este tipo de elementos publicitarios y cesión de espacios en el caso de la prueba cuyo patrocinio nos ocupa, dado su arraigo en nuestra Comunidad y su proyección exterior (pues el Rock'n'Roll Madrid Maratón & ½ está catalogado entre los veinte mejores del mundo por el número de deportistas nacionales e internacionales, por el ranking de los deportistas que participan y por las marcas que se realizan), así como dada la enorme participación, 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 del evento, el precio “de mercado” para participar en dicha prueba deportiva por la Comunidad de Madrid como patrocinadora de esta, y el precio por ocupar espacios publicitarios con visibilidad, se cifra, como ya se ha indicado, a día de hoy en 86.400 euros. Este coste está en función del valor de mercado que en cada momento tiene el evento que se patrocina. Piénsese, por ejemplo, en el patrocinio de una ronda de la Copa Davis en la que participe la Selección Española. Su coste variará en gran medida si se encuentran en rondas preliminares o en iniciales o si se encuentran en semifinales o en la final.

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.

Aun habiendo crecido la importancia y repercusión del evento en los últimos años, y con ello el precio de los patrocinios, la Comunidad de Madrid mantiene el coste del patrocinio respecto al año anterior, sin merma de las contraprestaciones publicitarias, para dar cumplimiento al principio de austeridad que debe presidir el funcionamiento de las Administraciones Públicas.

La campaña de promoción de la prueba de 2019 se inició nada más concluir la carrera de 2018. Así, se realizan campañas de publicidad en prensa especializada durante todo el año. También se realizarán aproximadamente 1.500 cuñas publicitarias en radio. En televisión, además de los spots publicitarios, se retransmitirá en directo la carrera y se realizará un reportaje post-carrera.

Por otro lado, el Rock'n'Roll Madrid Maratón & ½ cuenta con un stand informativo en todos los maratones incluidos en el circuito, lo que le otorga visibilidad y presencia a lo largo de todo el año, abarcando además las principales ciudades que acogen estas pruebas tanto en España, como en Europa y Estados Unidos.

Además, hay que valorar el impacto publicitario en las actuaciones complementarias al maratón, fundamentalmente Expodepor-Feria del Corredor, con 15.000 m² de exposición, 120 expositores y alrededor de 80.000 visitantes; sin olvidar otras como los planes de entrenamiento para las carreras, el concurso de bandas de música para cubrir los escenarios repartidos cada 2 kilómetros a lo largo del recorrido, el concurso de fotografía o las actuaciones benéficas o medioambientales que se realizan.

También hay que destacar la continua presencia de la carrera en internet y las redes sociales (facebook, twitter, foros especializados,...) durante todo el año. Existe una base de datos con más de 250.000 registros y se envían newsletters con información de la carrera y de los patrocinadores. La página web contabiliza más de 32 millones de visitas.



Comunidad de Madrid

Finalmente hay que señalar que la categoría oro otorgada al Rock'n'Roll Madrid Maratón & ½ por la IAAF refuerza la presencia de atletas de élite en la próxima edición de la carrera, lo que sin duda servirá de estímulo a nuevos participantes.

Todos los datos expuestos nos da una idea del enorme impacto publicitario que tiene el Rock'n'Roll Madrid Maratón & ½. La valoración realizada en la pasada edición de 2018 por el Instituto de Estudios Turísticos se cifró en 37.997.094 euros de ingresos generados para la ciudad de Madrid. Esta cifra se puede desglosar en el siguiente cuadro:

Procedencia	Atletas	Acompañantes	Total visitantes	Estancia media (días)*	Total estancias	Gasto medio diario*	Total Gasto
España	7.513	2,2	16.528	2,9	47.932	116 €	5.560.221 €
Internacional	10.719	2,3	24.653	5,9	145.456	223 €	32.436.873 €
Total:	18.232		41.182		193.389		37.997.094 €

* No incluye los corredores residentes en la Comunidad de Madrid

Por todos estos motivos, dado el enorme interés deportivo y mediático del evento, la Comunidad de Madrid se propone la suscripción de un contrato de patrocinio de este evento en su cuadragésimo segunda edición, correspondiente a 2019, estando previsto un precio de licitación de 86.400 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.

Puesto que se pretende contratar los servicios de patrocinio publicitario con la asociación que es titular de todos los derechos sobre la carrera, 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 atletismo, tal y como establece el artículo segundo de sus estatutos, se debe formalizar el patrocinio mediante un contrato privado, puesto que dicha empresa 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