



Este documento se ha obtenido directamente del original que contenía la firma auténtica y, para evitar el acceso a datos personales protegidos, se ha ocultado el código que permitiría acceder al original.  
(Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre)

**Dirección General de Deportes**  
CONSEJERÍA DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE

## **INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO Y PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO DE LA CARRERA CICLOTURISTA “COMUNIDAD DE MADRID 7 PICOS”.**

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.

La Consejería de Cultura, Turismo y Deporte del Gobierno, de la Comunidad de Madrid asume, entre otras, según lo establecido en el artículo 10 del Decreto 42/2021, de 19 de junio, de la Presidenta de la Comunidad, por el que se establece el número y denominación de las Consejerías de la Comunidad de Madrid, es el órgano competente en materia de deporte.

Asimismo a la Dirección General de Deportes, de acuerdo con el artículo 13, letra l) del Decreto 229/2021, de 13 de octubre, del Consejo de Gobierno, por el que se modifica la estructura orgánica de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, le corresponde la competencia para “la colaboración en la organización, promoción y difusión en el territorio de la Comunidad de Madrid de eventos deportivos, o la organización o coorganización, si procede, y en su caso, patrocinio, sin perjuicio de las competencias que correspondan a otros entes, entidades y 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 Deporte considera de interés público su participación, a través del patrocinio publicitario, en la celebración del evento deportivo denominado “Comunidad de Madrid 7 Picos” como instrumento idóneo para la promoción del deporte entre los ciudadanos de la Comunidad de Madrid, al tratarse de una prueba cicloturista pionera en España, al tener una duración de dos días, cuyo recorrido transcurrirá por la Sierra de Madrid, que cuenta con una enorme variedad de puertos de montaña, que permiten recorridos circulares y en la que se prevé la participación de unos 3.000 ciclistas.

Se trata de la primera edición de este evento que, como se ha indicado, constará de dos etapas. Una primera de una distancia de 166 Km., y 4 puertos emblemáticos y una segunda, de 60/70 Km y un puerto emblemático.

El cicloturismo es una especialidad de la modalidad de Ciclismo, reconocida como tal en los Estatutos de la Federación Madrileña de Ciclismo.

Se trata de una modalidad que se practica sin carácter competitivo, que nació en la primera mitad del siglo XIX, y que a finales de dicho siglo contó ya con el primer club de cicloaficionados.

Entre sus diversas variedades, destacamos aquí el cicloturismo deportivo, que consiste en realizar turismo usando la bicicleta como medio de transporte y que mezcla el deporte, la afición por el ciclismo y el turismo. Esta última modalidad ya requiere un entrenamiento y un equipo especial para recorrer grandes distancias, que pueden ser de más de 50 kilómetros cada día, y donde el pedalear es más importante que el lugar a visitar.

Se puede hacer por carreteras o por rutas de montaña, y aunque no se trate de una competición, si exige una preparación física. El viaje suele tener un tiempo limitado, pero cabe mencionar que también existen grandes viajeros, que han hecho travesías épicas, de meses recorriendo países o continentes enteros. La principal ventaja del cicloturismo es que es una rama del turismo sostenible, los viajes en bicicleta no generan emisiones contaminantes, y no tienen un impacto negativo para el destino, generan cercanía con los lugares visitados y con su gente y puede ser una actividad tanto colectiva como personal. Por otra parte, tiene beneficios para la salud, pues al pedalear se hace ejercicio cardiovascular, con lo cual se beneficia el corazón, pulmones y aparato circulatorio, aprovechando mejor el oxígeno, contribuyendo al mantenimiento de una buena condición física. Finalmente, de acuerdo a un estudio del Parlamento Europeo, ofrece grandes beneficios a los territorios y países donde se practica, entre los que destaca la reutilización de infraestructura en desuso como vías de ferrocarril, o caminos rurales.

Las grandes ciudades ya han abierto sus puertas a las grandes marchas cicloturistas de miles de participantes. En España, la prueba estrella del calendario español y la más prestigiosa es la denominada "Quebrantahuesos", que atraviesa Los Pirineos y lleva ya 31 ediciones, contando ya con más de 12.000 ciclistas cada año de hasta 24 países. Sin embargo, en la Comunidad de Madrid no contamos con ninguna gran marcha de esta especialidad, que concentra a un número tan elevado de participantes con el impacto que ello conlleva, tanto desde el punto de vista de la actividad física, como en lo que respecta al impacto económico, turístico, cultural o social.

El interés público de la celebración de una prueba deportiva como esta es indudable por sus efectos tanto en el terreno exclusivamente deportivo, como en el ámbito social y económico.

En el terreno deportivo, porque se trata de una prueba popular en la que se prevé una alta participación, de unos 3.000 corredores, que por su naturaleza, supone un instrumento especialmente idóneo para difundir la imagen de la Comunidad de Madrid, no solo desde el punto de vista estrictamente deportivo, sino también desde el punto de vista turístico, con la incidencia que ello tiene en la economía de la región. Hay que tener en cuenta que su recorrido transcurrirá por la Sierra de Madrid, con su variedad de puertos de montaña, de altitud y dificultad variable, y que será una marcha segura para el participante, al tratarse de una marcha en la que la carretera estará cerrada al tráfico.



En este sentido, al tratarse, además, de una carrera pionera en España, al desarrollarse durante dos días, está garantizado un relevante impacto económico debido a las pernoctaciones y restauración. Ello permite que los participantes de fuera de nuestra comunidad puedan pernoctar dos o tres días en la región.

El impacto económico derivado del factor turístico se cifra en algo más de 1.800.000 €, si se parte de una participación de unos 3.000 ciclistas.

Además, se prevé un retorno económico por impacto mediático de unos 115.000 €, pues el evento implica una alta difusión a través de medios nacionales, generalistas y especializados, como los diarios deportivos As y Marca, Telemadrid, Cadena SER o revistas del sector ciclismo, así como de medios internacionales, a través de una campaña de comunicación con los principales medios cicloturistas del panorama internacional e invitación de periodistas reconocidos de varios países, difusión del programa en 52 canales de 143 países, distribución de material diario a Teledeporte, FORTA y medios internacionales para su emisión en las diferentes plataformas, presencia de videos en Redes Sociales, y contenido diario en Telemadrid.

La celebración de la carrera se llevará a cabo los días 17 y 18 de septiembre de 2022, fechas especialmente idóneas para disfrutar de nuestra climatología, así como de nuestra oferta cultural, patrimonial, gastronómica, y de ocio.

Además, la organización de este evento requiere contar con personal, por lo que se generarían empleos locales durante su desarrollo.

Como se ha expuesto, la marcha transcurrirá a través de la Sierra de Madrid, desarrollándose en dos etapas: una primera etapa, de 166 Km (Gran fondo), y una segunda, de 60-70 Km (Medio fondo).

- La primera etapa, con salida y llegada en Buitrago de Lozoya, atravesará los puertos de La Morcuera, La Canencia, El Cardoso y La Hiruela.
- La segunda etapa, también con salida y llegada en Buitrago de Lozoya, atravesará el Puerto de La Puebla, que alcanza 1.641 m. de altitud.

Este recorrido en dos etapas, es de gran atractivo para los aficionados de esta especialidad, y visto el impacto económico, social, turístico, medioambiental, deportivo y social que representa su celebración para la Comunidad de Madrid, se considera de interés público.

La participación de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte en este evento se pretende canalizar a través del patrocinio publicitario, teniendo como entidad patrocinada la empresa OCTAGON ESEDOS S.L., cuyo objeto social es, de acuerdo con el artículo 2 de sus Estatutos, la explotación de un negocio de publicidad, promoción, relaciones públicas, imagen y organización de competiciones y espectáculos, relacionados con actividades deportivas.

La citada sociedad adquirió los derechos exclusivos para la organización de esta carrera, mediante la adjudicación de su organización por parte de la Real Federación Española de Ciclismo, de acuerdo con la certificación expedida por ésta con fecha 11 de marzo de 2022.

Por lo que se refiere al contenido concreto del patrocinio, las contraprestaciones a satisfacer por la entidad OCTAGON ESEDOS S.L., a favor de la Comunidad de Madrid, que se concretan en el Pliego de Prescripciones Técnicas, se pueden resumir en la presencia del nombre institucional en la propia denominación de la carrera, la inserción de la imagen corporativa de la Comunidad de Madrid en todos los soportes publicitarios que se realicen, en los medios de comunicación, y redes sociales, desde la firma del contrato, en la forma en que se detalla más adelante. También aparecerá nuestra imagen en los soportes técnicos y dorsales y maillots de los corredores, así como en los actos complementarios al evento, y tendrá disposición de espacio para la instalación de algún elemento hinchable en zonas de máxima afluencia.

Con la suscripción de este contrato, la Comunidad de Madrid adquirirá la condición de patrocinador oficial de la carrera cicloturista "Comunidad de Madrid 7 Picos" 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, como patrocinador principal, 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 competición. En concreto, la Comunidad de Madrid tendrá presencia, al menos, en los siguientes soportes:

- a) Cartel anunciador de la prueba y en toda la línea creativa y piezas relacionadas con la prueba, entre los que se encuentran carteles oficiales, flyers promocionales, carpetas de prensa, acreditaciones, invitaciones, etc..
- b) Fondo de podio, fondo de entrevistas, panel de rueda de prensa.
- c) Todos los dorsales de la carrera.
- d) Todos los trofeos honoríficos que se entreguen a los ganadores de etapa y de la general.
- e) Los Maillots de la carrera y en los maillots de líder.
- f) Publicidad estática, por cada lado de publicidad en la línea de meta y en los Arcos de salida y llegada.
- g) Publicidad estática en accesos, zonas de aparcamiento, y zonas de público.
- h) Menció n como patrocinador del evento en todas las cuñas radiofónicas o "promos" que se hagan como difusión del evento.
- i) Disposición de espacio para la instalación de algún elemento hinchable en las zonas de máxima afluencia o acceso del público.
- j) Presencia de los representantes oficiales de la Comunidad de Madrid en las entregas de premios, actos oficiales, presentación del evento, ruedas de prensa y cualquier otro acto oficial relacionado con la prueba.
- k) Saluda de la Comunidad de Madrid en el programa oficial de la prueba.

- l) Las redes sociales.
- m) TV: Teledeporte, Televisiones autonómicas y medios nacionales e internacionales.
- n) Entrega a la Comunidad de Madrid de 30 inscripciones para participar en la carrera.

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, y a la vista de los impactos que la celebración de esta prueba tiene en la Comunidad de Madrid, tanto desde el punto de vista económico, como deportivo y social, y especialmente, el impacto publicitario por su proyección exterior, así como el valor económico de los soportes y medios publicitarios y de difusión a emplear, se cifra, a día de hoy en 163.350,00 euros, IVA incluido, valor que está en función del valor de mercado que en cada momento tiene el evento que se patrocina.

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.

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, a celebrar los días 17 y 18 de septiembre de 2022, estando previsto un precio de licitación de 163.350,00 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 2022, siempre que exista crédito adecuado y suficiente para ello.

Puesto que se pretende contratar los servicios de patrocinio publicitario con la entidad que es titular de todos los derechos sobre el evento, y que su objeto es la “explotación de un negocio de publicidad, promoción, relaciones públicas, imagen y organización de competiciones y espectáculos, relacionados con actividades deportivas”, tal y como establece el artículo 2 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.

Madrid, en la fecha de la firma  
EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES  
(P.S. Orden 349/2022 de 17 de marzo)  
EL VICECONSEJERO DE DEPORTES

Firmado digitalmente por: TOMÉ GONZÁLEZ ALBERTO  
Fecha: 2022.03.24 15:03

Fdo.: Alberto Tomé González