

INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO DE LA JORNADA DE FAMILIA Y DEPORTE DE "MARCA"

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.

Así, de conformidad con el artículo 1 del Decreto 229/2021, de 13 de octubre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, a su titular le corresponde, como órgano superior de la Comunidad de Madrid, el desarrollo, coordinación y control de ejecución de las políticas públicas del Gobierno en materia de Cultura, Turismo y Deporte.

Asimismo de acuerdo con lo previsto en el artículo 13 del citado Decreto 229/2021, de 13 de octubre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte, corresponde a la Dirección General de Deportes, entre otras, "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 u organismos", así como "el impulso, organización, en su caso, y colaboración con entidades públicas o privadas en el desarrollo de la competición deportiva en general entre los distintos colectivos de la población".

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 en la celebración de la jornada de familia y deporte que MARCA va a organizar el día 22 de abril de 2023 en Madrid Río, como instrumento idóneo para la promoción del deporte entre los ciudadanos de la Comunidad de Madrid, fundamentalmente entre los más jóvenes, que podrán realizar actividad física junto con sus padres, considerando la gran atracción para la difusión de la práctica de la actividad física y deporte que puede suponer para la afluencia de participantes los canales de comunicación de que dispone Marca tanto en prensa escrita, como en radio y redes sociales.

Este evento se considera idóneo para el cumplimiento de unos de los principios rectores de política deportiva establecidos en la ley del deporte de la Comunidad de Madrid como es la difusión de las actividades físicas y del deporte entre todos los sectores de la población y, en particular, entre los más desfavorecidos pues será de acceso libre su participación en las mismas.

El evento constará de las siguientes actividades:

El evento se celebrará el día 22 de abril de 2023 en Madrid Río (Madrid), en horario ininterrumpido de 10:00 a 18:00 h. y llevará consigo las siguientes actividades:

- Escenario de animación.
- Fútbol: partidos 3x3 padres-hijos y actividades alternativas como el chutómetro o la diana de lanzamiento.
- Baloncesto: partidos 3x3 padres-hijos y canastas de minibasket para los más pequeños.
- Atletismo: Pruebas de obstáculos para participación de padres e hijos: zonas con vallas, circuito de obstáculos, carreras sprint...etc.
- Ajedrez: Partidas y torneos de ajedrez con participación de padres e hijos.
- Tenis de mesa: Partidos y torneos con participación de padres e hijos.
- Actividades de animación: Zona recreativa para la participación de padres e hijos en actividades de pintacaras, marionetas, juegos para niños...etc.
- Actividades de multideporte: Zona de multideporte para práctica de ejercicios y actividades físicas con la participación de padres e hijos.
- Otras actividades alternativas: Sesiones de baile y zumba con padres e hijos, así como otras actividades al aire libre.

Unidad Editorial Información Deportiva S.L.U. es titular en exclusiva de la marca registrada ante la Oficina Española de Patentes y Marcas con nº de Registro M-3076407, clase 41 (MARCA). Encuadrándose en su objeto social, la empresa Unidad Editorial Información Deportiva, S.L.U., editora del Diario Deportivo Marca, tiene previsto organizar este evento deportivo para familias, denominado "Jornada de familia y deporte "MARCA"", un gran festival del deporte en familia que contará con gran participación ciudadana y contará con la difusión de MARCA, a través de todos sus soportes, que darán promoción al evento y a todos los deportes que se lleven a cabo.

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 Unidad Editorial Información Deportiva, S.L.U., como entidad titular y organizadora en exclusiva del evento, de acuerdo con 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, y tal y como indican los últimos informes del Servicio Jurídico en este y otros contratos de patrocinio.

Por lo que se refiere al contenido concreto del patrocinio, las contraprestaciones a satisfacer por la patrocinada a favor de la Comunidad de Madrid, que se concretan en el Pliego de Prescripciones Técnicas, se resumen en la inserción de la imagen corporativa de la Comunidad de Madrid en todos los soportes publicitarios que se realicen desde el día 15 de marzo de 2023 o desde la firma del contrato, si es posterior, puesto que las acciones de promoción comienzan antes de la celebración del evento.

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

En concreto, la Comunidad de Madrid tendrá presencia, al menos, en los siguientes medios y soportes:

1. DIARIO MARCA EDICIÓN NACIONAL:

- Comunicación previa de presentación del evento (pág. y/o media): 2 inserciones.
- Página color: 5 inserciones.
- 1/2 página a color: 5 inserciones.
- Branded content editorial semana previa al evento: 5 inserciones.

2. DIARIO MARCA EDICIÓN COMUNIDAD DE MADRID (Madrid, Toledo, Segovia, Guadalajara y Ávila):

- Comunicación previa de presentación del evento (pág. y/o media): 2 inserciones.
- Página color: 5 inserciones.
- 1/2 página a color: 5 inserciones.
- Encarte pasaporte y doble página de branded content: 1 inserción.

3. MARCA.COM:

- Banner ROS (roba y Mega Impresiones): 4.000.000.
- Mailing Base de datos Marca.com: x4.

4. APP MARCA:

- Roba 300x600 ROS (impresiones): 2.000.000.
- Megabanner (impresiones): 2.000.000.

5. RADIO MARCA NACIONAL:

- 40 Cuñas de 20".
- 10 Menciones de 20".

6. RADIO MARCA MADRID:

- 40 Cuñas de 20".

7. REDES SOCIALES:

- Página web del evento.
- Facebook 10 inserciones.
- Twitter 20 inserciones.
- Instagram + IG Stories 10 inserciones.

8. EN EL EVENTO:

- Presencia en 2 vallas publicitarias en cada una de las actividades desarrolladas.
- Escenario de animación: presencia en el escenario principal.
- Presencia en 2 banderas (tipo fly banner) en cada una de las actividades desarrolladas.
- Presencia en el photocall del evento.

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, dada la enorme participación, la trascendencia, la repercusión mediática por organizarla un medio de tanta difusión en nuestro país, 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 jornada 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 150.000 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 valoración del impacto en medios de un evento similar de MARCA, el Sports Weekend, celebrado en Málaga 2022, si bien con una duración de 3 días, se calculó en 13.404.250 euros, con un total de 1.114 impactos y una audiencia de 6.375.856.464 personas.

La repercusión que va a ofrecer al evento su difusión en el universo MARCA, en todos sus soportes y formatos, es evidente. No en vano se trata del diario más leído en España, incluyendo deportivos y generalistas, con 891.000 lectores diarios y una tirada de 58.000 ejemplares diarios (88.500 el domingo). También es el medio más leído en formato on-line, con una audiencia media diaria de 2.622 621 personas. Además, MARCA cuenta con más de 18 millones de seguidores en redes sociales.

Por su parte, Radio MARCA cuenta actualmente con 436.000 oyentes diarios, con más de 1.500.000 usuarios únicos y una cobertura de 46 emisoras en España.

Por todos estos motivos, dado el enorme interés deportivo y mediático del evento, la Comunidad de Madrid propone la suscripción de un contrato de patrocinio de este evento, estando previsto un precio de licitación de 150.000 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 2023.

EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES

Fdo: Fernando Benzo Sainz