

## **INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO DE LA CARRERA “MADRID MARCHA” 2024.**

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 264/2023, de 5 de diciembre, 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 11 del citado Decreto 264/2023, de 5 de diciembre, 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 de los mismos, 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 Deporte considera de interés público su participación en la celebración del evento deportivo de atletismo, denominado "Madrid Marcha", en su tercera edición, a celebrar en 2024, como instrumento idóneo para la promoción del deporte entre los ciudadanos de la Comunidad de Madrid, al tratarse de una prueba de marcha atlética que incluye tres competiciones, todas ellas mixtas, en diferentes categorías:

- Sub14 – Sub16: distancia de 3 km. Promoción de las categorías inferiores.
- Sub18 – Sub20: distancia de 5 Km. Detección de talentos y promesas.
- Absoluta: distancia 10 Km.

Esta última, la prueba de 10 Km. en categoría absoluta, es una prueba de carácter oficial e internacional, incluida en el calendario oficial de la RFEA, que está encuadrada en la categoría ORO del "World Athletics Race Walking Tour", circuito de la Federación

Internacional de Atletismo (World Athletics). Además es una prueba oficial puntuable para el ranking mundial del al World Athletics.

Las otras dos pruebas, las de categorías menores, son también oficiales y homologadas, y computan para el ranking nacional e internacional.

Estas pruebas tendrán lugar el 6 de octubre de 2024 en la calle Gran Vía, de Madrid, en el circuito urbano homologado, de 1km, situado entre la Plaza de Callao y la Red de San Luis, y se trata de la tercera edición de la misma, tras el éxito obtenido en la primera edición que tuvo lugar en 2022.

La previsión de participación es de 240 atletas, 80 por cada categoría, en las que, como se ha indicado, hombres y mujeres competirán a la par, con premios de idéntica cuantía en la categoría absoluta.

En la categoría absoluta, el 25% serán atletas españoles y el 75% extranjeros, entre los que se contarán campeones olímpicos, del mundo y continentales.

Además, con la inclusión de las carreras de categorías inferiores indicadas, al igual que se hizo en la primera edición, se consigue promocionar el atletismo, en la prueba de marcha.

Al celebrarse en pleno centro de Madrid, esta prueba, que cuenta con la presencia de atletas de los cinco continentes, convierte a la capital y la región de Madrid en un escaparate inigualable del deporte olímpico, ya que se trata de una disciplina oficial de los Juegos Olímpicos desde 1908, y proyecta una atractiva visión de Madrid ante el mundo. Además, es la disciplina más laureada del atletismo español, con 44 medallas internacionales. Por otra parte, se trata de una competición en la que la velocidad media de los atletas es de 15 Km/h, lo que la hace especialmente idónea para el seguimiento del público, cuya asistencia in situ se estima en aproximadamente 10.000 espectadores, además de despertar un considerable interés en audiencias televisivas.

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 entidad G20 PUBLISPORT S.L., 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 entidad G20 PUBLISPORT S.L., a favor de la Comunidad de Madrid, que se especifican en el Pliego de Prescripciones Técnicas, se concretan en la inserción de la imagen corporativa de la Comunidad de Madrid en todos los soportes publicitarios y deportivos que se realicen, en los medios de comunicación, desde el día de la firma del contrato, puesto que las acciones de promoción comienzan mucho antes de la celebración de la carrera.

Con la suscripción de este contrato, la Comunidad de Madrid adquirirá la condición de patrocinador oficial de la carrera "Madrid Marcha", 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, mediante la inclusión del logotipo y nombre de la misma, al menos, en los siguientes soportes:

- a) Todos los medios digitales de la carrera: página web y redes sociales
- b) Todos los soportes publicitarios oficiales entre los que se encuentran carteles oficiales, planos del recorrido, flyers promocionales, carpetas de prensa, acreditaciones, etc.
- c) En todas las notas de prensa y comunicados
- d) En las vallas del circuito, arco de salida/meta, banderolas y cualquier otro soporte vinculado a la carrera.
- e) Cuña publicitaria de la Comunidad de Madrid el día de la prueba y mención de la colaboración de la Comunidad de Madrid en su organización, por megafonía.
- f) Podium de vencedores, premiación y estructuras publicitarias vinculadas.
- g) Trasera de prensa / *photocall* de actos Institucionales con motivo del evento como el acto de presentación, ruedas de prensa, entrega de medallas, etc.
- h) Retransmisión en *streaming*, y cualquier otra que, en su caso, se realice.
- i) Toda la cobertura mediática de la prueba: prensa escrita, revistas especializadas, radio, televisión.

Además, la Comunidad de Madrid tendrá acceso a contenido gráfico y audiovisual vinculado a la carrera, para uso de los canales de comunicación de la Comunidad de Madrid.

Asimismo, la patrocinada, como organizadora, entregará a la Comunidad de Madrid, para sus autoridades y representantes institucionales, 20 invitaciones para acceso a la zona preferente, con el fin de seguir el desarrollo de las carreras.

La patrocinada, por otra parte, invitará a representantes de la Comunidad de Madrid a todos los eventos que se organicen con motivo de la celebración de la carrera y, en especial, a los actos de presentación, inauguración y entrega de trofeos.

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 carácter internacional, el nivel deportivo de los participantes, la repercusión mediática y el propio lugar de celebración, se cifra a día de hoy en un total de 55.000 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.

Finalmente hay que señalar que la categoría oro otorgada a la carrera “Marcha Madrid 2023” por la IAAF refuerza la presencia de atletas de élite en esta edición de la carrera, lo que sin duda servirá de estímulo a nuevos participantes.

La valoración del impacto en medios, o dicho de otro modo, el valor de equivalencia publicitaria de la carrera, de la pasada edición, soportado en el tamaño de su cobertura, los espacios otorgados a las diferentes reseñas y calculado según la tarifa publicitaria de un anuncio similar, alcanzó los 3,02 millones de euros, distribuidos en la siguiente forma:

- 70%, Web
- 7% TV
- 14% Radio
- 9% Prensa escrita

En cuanto al público objetivo, sobre la base de la cobertura y GRP's, los resultados finales de la segunda edición se aproximaron a los 390 millones de impactos, no estando incluida en esta cifra, las correspondientes a interacciones en redes sociales.

Todos los datos expuestos nos dan una idea del impacto publicitario que logró esta prueba, en su segunda edición, realizada en 2023, por lo que cabe esperar un impacto similar, y en cualquier caso, no menor, en su tercera edición.

Los datos anteriores se refieren al impacto del retorno mediático, sin tener en cuenta el impacto económico directo e indirecto que la organización de esta carrera en pleno centro de Madrid, puede suponer para la región, ya que, al menos 100.000 euros del presupuesto de la organización serán destinados a la contratación de servicios y empresas radicadas en la Comunidad de Madrid, y serán muchos los servicios de restauración, transporte, ocio, cultura y turismo que se verán beneficiados como consecuencia de la celebración de este evento internacional en nuestra capital, cuyo impacto se estima en torno a los 400.000 €.

Por todos estos motivos, dado el gran 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 55.000,01 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 2024.

En Madrid, a la fecha de firma  
EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES

Firmado digitalmente por: TOMÉ GONZÁLEZ ALBERTO  
Fecha: 2024.01.19 13:45

Fdo.: Alberto Tomé González