

## **INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DEL CAMPEONATO DE ESPAÑA DE ESCALADA DE DIFICULTAD Y DEL CAMPEONATO DE ESPAÑA DE PARAESCALADA**

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.

De conformidad con el artículo 11 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, en relación con el Decreto 76/2023, de 5 de julio, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica básica de las Consejerías de la Comunidad de Madrid, 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, la «promoción, patrocinio, 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, en su caso, con entidades locales, federaciones y demás asociaciones, fundaciones y entidades públicas o privadas».

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 Campeonato de España de Escalada de Dificultad y del Campeonato de España de Paraescalada, como instrumento idóneo para la promoción del deporte entre los ciudadanos de la Comunidad de Madrid.

El Campeonato de España de Escalada de Dificultad y el Campeonato de España de Paraescalada se celebrarán del 10 al 16 de junio de 2024 en Arroyomolinos, Madrid. Incluirá también el Campeonato de España de Escalada de Dificultad en categoría juvenil. Además se realizarán una serie de actividades paralelas, como clinics y charlas de concentración con los mejores deportistas a nivel mundial de esta modalidad

deportiva y se instalará una zona lúdica y de ocio para todos los espectadores que asistan al evento.

La competición, tanto en dificultad como en paraescalada, se desarrollará en un formato con semifinales y final, a la que accederán los 8 mejores de cada modalidad.

Habrà, por tanto, dos modalidades de competición:

- Escalada con cuerda: en la que los competidores tienen que llegar a lo más alto posible en una vía previamente equipada. Todos los competidores pasan por la misma vía y compiten entre ellos para llegar a la máxima altura. Todo esto lo hacen con un tiempo máximo de seis minutos y, si sobrepasan el tiempo, tienen que bajar. La altura del muro de competición es de 15 metros, aunque normalmente los equipadores aumentan el recorrido de dicha vía. A diferencia de la velocidad, en la cuerda no compiten por tiempo.

- Paraescalada: que tiene el mismo objetivo que la cuerda: llegar a lo más alto posible, atados con una cuerda. La diferencia con la anterior modalidad es que los participantes tienen discapacidades diversas. La ceguera, la falta de alguna extremidad o atrofia muscular son las más comunes.

Se estima una participación de 300 deportistas, tomando como referencia las competiciones celebradas en anteriores ediciones, procedentes de toda España. Destaca la presencia de los mejores deportistas de esta modalidad, como Geila Macià, subcampeona del mundo juvenil; Alberto Ginés, oro olímpico; Itziar Martínez; Urko Carmona; Guillermo Pelegrín o Iván Muñoz, deportista madrileño y campeón del mundo de paraescalada.

En la zona de ocio se instalará una estructura de bloque de entre 4 y 4,5 metros de altura, con colchonetas debajo, para los asistentes. También contará con una zona de restauración y con la participación de un DJ para amenizar las jornadas.

El evento lo organiza la empresa World Pro Ride, S.L., cuya marca comercial es Indoorwall, de conformidad con el certificado adjunto de la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada de fecha 11 de diciembre de 2023.

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 World Pro Ride, 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 World Pro Ride, S.L. a favor de la Comunidad de Madrid, que se indican 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 que se realicen, en los medios de comunicación, desde la firma del contrato puesto que las acciones de promoción comienzan antes de la celebración del evento.

Así, la adjudicataria, deberá garantizar que la Comunidad de Madrid tenga presencia publicitaria en el evento y que ésta se encuentre 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 o con posterioridad al evento. En concreto, la Comunidad de Madrid tendrá presencia, al menos, en 23 medios de comunicación de prensa escrita y edición digital de toda España incluidos en el plan de medios, concretamente en los siguientes soportes:

- 759 páginas de publicidad a color (33 páginas de publicidad en cada una de las 23 cabeceras).
- 529 contenidos publicitarios en las ediciones digitales (33 contenidos publicitarios en cada una de las 23 ediciones digitales).
- 69 tacos de portada a color en formato de 2x2 (3 tacos de portada en las ediciones impresas de cada una de las 23 cabeceras en formato de 2x2).
- 69 faldones de 3x5 a color la contraportada (3 faldones a color de 3x5 módulos en contraportada en cada una de las 23 cabeceras impresas).
- 7 millones de impresiones en rotación y con segmentación de data en formato combinado de robapáginas doble de 300x600 y billboard en las 23 cabeceras.
- 46 Brand Day (2 Brand Day en formato de Takeover en las 23 ediciones digitales).

Este contenido se distribuirá en un plan de medios que se desarrollará en 5 fases: rueda de prensa de presentación, plan de branded content para reforzar el prestigio del evento y atraer público potencial, plan de comunicación, publicidad del evento y cobertura 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, dado su arraigo en el deporte actual y su proyección exterior, así como la participación de los mejores deportistas nacionales, la trascendencia, su 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 dicho evento por la Comunidad de Madrid como patrocinador del mismo, y el precio por ocupar espacios publicitarios con visibilidad, se cifra, como ya se ha indicado, a día de hoy en 302.500 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.

El impacto económico de la celebración de estos campeonatos y de las actividades paralelas que se realizan con motivo de los mismos es indudable. Las cifras que arroja son las siguientes:

Se estima que, durante toda la semana de duración del evento, asistirán aproximadamente 20.000 personas. Esto se traduce en un impacto económico para el municipio y la Comunidad de Madrid valorada en 1.229.178 euros. Este impacto se verá reflejado principalmente en comercios locales y de proximidad (259.750 euros), restaurantes (683.500 euros), alojamiento (162.000 euros) y gasolineras (123.928 euros).

Los asistentes previstos se pueden agrupar en 5 grupos:

- Competidores oficiales: 300 participantes.
- Competidores Open. Aquellos que vendrán para competir, pero no en el Campeonato oficial, sino en las competiciones que se desarrollarán en paralelo al evento.
- Visitantes locales y procedentes de municipios colindantes.
- Visitantes de Madrid y municipios no colindantes.
- Visitantes de fuera de la Comunidad de Madrid, principalmente en el fin de semana.

Además del impacto económico, supondrá una gran campaña de branding para la Comunidad de Madrid gracias a la publicación de los contenidos en revistas especializadas como VIAJAR, primera revista española de Viajes y en diarios deportivos como SPORT, además del impacto mediático en las televisiones y resto de medios de prensa escrita y digital. La campaña de branding está valorada en 7.819.000 euros a precio de tarifa. Los impactos globales estimados de esta campaña son de 93.877.900 euros, contabilizando en impactos: lectores en las ediciones impresas, visualizaciones garantizadas en las ediciones digitales e impresiones en el formato de display.

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, estando previsto un precio de licitación de 302.500 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.

**EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES**

Firmado digitalmente por: TOMÉ GONZÁLEZ ALBERTO  
Fecha: 2024.02.14 10:50

Fdo: Alberto Tomé González