

**INFORME DE NECESIDAD E IDONEIDAD**

**CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DEL TORNEO  
INTERNACIONAL DE FÚTBOL BASE - MADCUP 2025**

**EXPEDIENTE N.º: 27/2025**

Relaciones Externas  
Subdirección de Comunicación

## 1. OBJETO DEL CONTRATO

### A. TIPO DE CONTRATO:

- ☐ CONTRATO DE OBRAS
- ☐ CONTRATO DE SUMINISTROS
- ☒ CONTRATO DE SERVICIOS

### B. OBJETO DEL CONTRATO:

El objeto del presente contrato es la prestación de los servicios de patrocinio a fin de promocionar la imagen de Canal de Isabel II, S.A., M.P. realizando todos los trabajos necesarios para situar el logo y mencionar a la empresa pública, como patrocinadora del evento, en todos los elementos de difusión, programas y material que sean realizados para el quinto torneo internacional de fútbol MADCUP 2025, cuya sede se encuentra en la Ciudad Deportiva del Atlético de Madrid en Alcalá de Henares (Madrid) que tendrá lugar del 20 al 25 de junio de 2025 ambos inclusive.

Como parte del retorno que obtendrá Canal de Isabel II, S.A., M.P. gracias a este patrocinio, destacan las siguientes condiciones:

- Producción de 20.000 botellas de aluminio de medio litro rellenables personalizadas con la imagen de Canal de Isabel II. Cabe poner de manifiesto que las botellas puestas a disposición por MADCUP, S.L. son producidas por la empresa Ocean52, empresa que se dedica a la venta de latas de agua y destina el 52% de sus beneficios a sacar plástico del mar. Estas botellas serán para los jugadores participantes en esta edición del torneo internacional MADCUP 2025, así como para entrenadores, staff, árbitros, responsables de sedes, campos, voluntarios y cualquier otro personal del torneo.
- La elaboración de un plan específico de comunicación y patrocinio para el quinto torneo de MADCUP, en prensa, radio, televisión, medios online y redes sociales en el que Canal de Isabel II aparecerá como patrocinador del torneo.
- La puesta a disposición del MADCUP TV un canal único para la indexación de vídeos y enlaces directos a través de banners interactivos durante la reproducción de contenidos en MADCUP TV.
- La inclusión de publicidad sobre Canal de Isabel II en la app del torneo (Owqlo-Madcup).
- La presencia en noticias relacionadas con el torneo en Marca Plus del Diario Marca y otros medios a través de entrevistas a directivos de Canal de Isabel II en MARCA PLUS y RADIO MARCA.
- La inclusión del logo de Canal de Isabel II en la web y en las redes sociales, con promoción y campañas específica en las redes sociales del MADCUP.
- La presencia del logo de Canal de Isabel II en invitaciones, carteles y notas de prensa que serán enviadas desde la organización del torneo MADCUP.
- Presencia de Canal de Isabel II en la realización de comunicaciones digitales con información relevante acerca del torneo (*newsletters*) a base de datos.
- La inclusión de mensajes de Canal de Isabel II en planes de formación ofrecidos por MADCUP en centros escolares de Madrid y su Comunidad, durante todo el año.
- La participación en la presentación del Torneo MADCUP en MARCA en mayo de 2025.
- La presencia de la marca Canal de Isabel II en sedes de MADCUP, fiesta de celebración y desfile de equipos MADCUP en el estadio Riyadh Air Metropolitano el 23 de junio.

- La reserva de un espacio para eventual instalación de una carpa informativa de Canal de Isabel II en alguna de las sedes principales del torneo.
- La facilitación de consejos mediante presentaciones a los equipos durante la celebración de los partidos, sobre el uso y gestión del agua.
- La inclusión del logo de Canal de Isabel II en el video promocional del Torneo.
- La reserva de seis butacas a disposición de Canal Isabel II en el Palco presidencial Riyadh Air Metropolitano, en la fiesta de celebración del 23 de junio de 2025.
- La emisión de un vídeo corporativo de Canal de Isabel II en videomarcadores durante la fiesta de celebración.
- Presencia de un representante de Canal de Isabel II en la entrega de premios en diferentes categorías del torneo en junio de 2025.
- Encuesta de perfil y hábitos: habilitación de pregunta/s de temas de interés de Canal de Isabel II en la encuesta de perfil, hábitos y consumo entre los asistentes al torneo.
- La presencia de logo y mensajes sobre Canal de Isabel II en el making of final del Torneo.

Las prescripciones técnicas se definirán aplicando criterios de sostenibilidad y protección ambiental, de acuerdo con las definiciones y principios regulados en los artículos 3 y 4, respectivamente, del Texto refundido de la Ley de prevención y control integrados de la contaminación aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2016, de 16 de diciembre.

#### C. DIVISIÓN EN LOTES:

- ☒ NO  
☐ SÍ

Canal de Isabel II, S.A., M.P. no ha dividido el objeto del contrato en lotes debido a la propia naturaleza del objeto del mismo, al tratarse de un proveedor único.

## 2. PLAZO DE DURACIÓN O DE EJECUCIÓN

El presente contrato tendrá una duración de CUATRO (4) MESES desde su formalización.

## 3. MEMORIA ECONÓMICA

### A. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN (PBL)

	BASE	IVA	TOTAL
PBL	37.000,00	7.700,00	44.770,00

### B. ÁMBITO DE APLICACIÓN

EMPRESA DEL GRUPO	Importe
CANAL DE ISABEL II, S.A. (M.P.)	37.000,00
<b>TOTAL (Presupuesto Base de Licitación s/ IVA)</b>	<b>37.000,00</b>



C. PARTIDA PRESUPUESTARIA

Gasto:			
CEGE	CUENTA	POSICIÓN	ORDEN
H110002	627000	G/627000/000002	62009660

Línea Estratégica:

* Descripción Línea Estratégica	* Descripción Línea Estratégica
<input type="checkbox"/> LE01: Asegurar garantía de Suministro	<input checked="" type="checkbox"/> LE07: Transparencia, buen gobierno y compromiso
<input type="checkbox"/> LE02: Garantizar calidad agua de consumo	<input type="checkbox"/> LE08: Talento, compromiso y salud profesionales
<input type="checkbox"/> LE03: Fortalecer continuidad de servicio	<input type="checkbox"/> LE09: Liderar innovación y desarrollo
<input type="checkbox"/> LE04: Calidad ambiental y eficiencia energética.	<input type="checkbox"/> LE10: Sostenibilidad y eficiencia en la gestión
<input type="checkbox"/> LE05: Cooperación con municipios de Madrid	<input type="checkbox"/> N/A: No Aplica
<input type="checkbox"/> LE06: Compromiso y cercanía con usuario	

D. ESTIMACIÓN DE DISTRIBUCIÓN PRESUPUESTARIA POR ANUALIDADES

AÑO	GASTO	INVERSIÓN	TOTAL (s/IVA)
2025	37.000,00	0	37.000,00
TOTAL (S/ IVA)	37.000,00	0,00	37.000,00

E. ¿ESTE CONTRATO ES SUSTITUCIÓN O RENOVACIÓN DE UNO YA EXISTENTE?

☒ SI  
☐ NO

SI HA RESPONDIDO SÍ, INDICAR CUÁL/CUÁLES SON LOS CONTRATOS RENOVADOS:

Sustituye al contrato menor para el patrocinio del torneo internacional de fútbol base MADCUP 2024 con nº de expediente 2024\_EXP\_000006998.

F. ¿SE ENCUENTRA INCLUIDO EN LA PLANIFICACIÓN PLURIANUAL VIGENTE?

☐ SI Código asignado:  
☒ NO

#### 4. MEMORIA JUSTIFICATIVA

##### A. NECESIDAD E IDONEIDAD DEL CONTRATO

###### A.1: NECESIDADES QUE SATISFACER:

Con el objetivo de dar a conocer las campañas llevadas a cabo por Canal de Isabel II, Sociedad Anónima, M.P., relativas a la gestión de un recurso esencial y de máxima calidad: el agua, es voluntad de esta empresa pública, participar en el patrocinio específico de la acción de vinculación de las 17 categorías del Torneo con los 17 objetivos de desarrollo sostenible (en adelante "ODS"), dedicando el foco de MADCUP 2025 al ODS 6: "disponibilidad y gestión sostenible del agua y saneamiento para todos".

MADCUP, con la colaboración de la Comunidad de Madrid, la Academia del Atlético de Madrid, la Real Federación de Fútbol de Madrid, la Real Federación Española de Fútbol y la Onu Turismo, es ya, en solo cuatro ediciones el torneo referente a nivel mundial de fútbol base federado y formativo, celebrándose cada año, durante una semana, en junio en la Comunidad de Madrid. MADCUP es un proyecto, no solo deportivo, sino formativo y de educación en valores y principios del ser humano y del deportista, por lo que va a prestar una especial atención a los valores y a los diecisiete (17) ODS de las Naciones Unidas, por un mundo mejor. MADCUP es más que un torneo internacional de fútbol base, es un proyecto educativo y formativo que une el deporte, el turismo, la cultura, la salud y la educación alrededor de una gran competición deportiva. MADCUP apuesta claramente por el deporte como herramienta de formación para transmitir valores tan importantes como; el respeto, la empatía, la sostenibilidad, el compañerismo, la igualdad, la superación personal, el esfuerzo, la cooperación o el respeto por uno mismo y por los demás. En la quinta edición de la competición se vuelve a apostar por la inclusión y la diversidad celebrando de nuevo una competición de fútbol inclusivo.

MADCUP 2025, se desarrolla en Madrid, España, del 20 al 25 de junio de 2025. El torneo cuenta con equipos masculinos desde sub-7 hasta sub-19 y equipos femeninos desde sub-12 hasta sub-19, de más de 49 países.

El torneo ofrece una oportunidad única a sus participantes de disfrutar su pasión por el fútbol disputando una emocionante competición, en la que se sentirán auténticos futbolistas profesionales al mismo tiempo que compartirán una increíble experiencia multicultural. Esta competición cuenta con la aplicación OWQLO para el seguimiento de partidos en vivo, así como clasificaciones, horarios, sedes y todo tipo de información. Además, cuenta con una OTT propia, MADCUP TV, con todo tipo de contenido futbolístico; drills, reportajes, entrevistas, retransmisión de muchos de los partidos en streaming, etc.

###### A.2: IDONEIDAD DE LA PROPUESTA PLANTEADA:

Con este patrocinio, Canal de Isabel II obtiene un beneficio único en cuanto a la exposición, visibilidad y reconocimiento de marca de la empresa, tanto nacional como internacional, al asociarlo con este torneo internacional debido a la naturaleza y magnitud del mismo, generando un impacto positivo en la percepción de la marca. Además, se asocia la imagen de marca con valores positivos que se tratan de



inculcar desde este torneo y estos deportes como el trabajo en equipo, la dedicación y la salud, donde el agua es un elemento esencial para este elemento ya que está directamente relacionado con el rendimiento deportivo.

Las cifras que presentó el cuarto torneo de MADCUP con más de catorce mil participantes procedentes de más de 34 países de 5 continentes, 760 equipos, más de 2.300 partidos disputados, y más de 200.000 espectadores, genera un alcance internacional del patrocinio único.

Por otro lado, la promoción y comunicación del evento de MADCUP al estar posicionado como un torneo referente del fútbol base internacional, ha generado acuerdos con los principales medios de comunicación internacionales y españoles, entre los que destacan, AGENCIAEFE, MARCA, RADIO MARCA Y MARCA PLUS, MOVISTAR +, REAL MADRID TV o TELEMADRID que generan un impacto muy significativo en la imagen corporativa de la empresa. El año pasado, el torneo contó con más de 848 millones de OTS (oportunidad to see – número de personas del público objetivo que recibe un mensaje), así como con embajadores reconocidos a nivel mundial como pueden ser Fernando Torres, David Villa, Koke Resurrección, Juanfran Torres, etc. que aportan un valor añadido al evento.

Se ha obtenido la autorización previa de la Consejería de Medio Ambiente, Agricultura e Interior a la que se refiere la disposición adicional sexta de la Ley 15/2023, de 27 de diciembre. Se adjunta la autorización de la Consejería.

### A.3: JUSTIFICACIÓN DE LA INSUFICIENCIA DE MEDIOS:

Canal de Isabel II, S.A., M.P. no puede realizar el presente contrato con medios propios debido a la propia naturaleza del mismo al tratarse de un servicio de patrocinio publicitario que sólo puede ser encomendada a la empresa propuesta por ser ésta la organizadora del evento objeto de patrocinio.

### B. JUSTIFICACIÓN DE LOS VALORES ECONÓMICOS

Para la determinación del presupuesto base de licitación, se ha tenido como referencia los costes de patrocinio de las botellas personalizadas con la imagen de Canal de Isabel II que serán puestas a disposición por la empresa a invitar MADCUP S.L., este material promocional no se contempló en el procedimiento anterior, el expediente 2024\_EXP\_000006998, lo que da lugar a que el presupuesto base de licitación del procedimiento actual aumente con respecto al mismo; gastos asociados a la aparición de la marca CANAL DE ISABEL II en todos los soportes publicitarios, incluida la web del torneo y sus redes sociales, así como los costes de llevar a cabo todas las acciones de comunicación anteriormente mencionadas con el siguiente desglose:

- ✓ Acciones de Comunicación mencionadas en el apartado 1.B del presente informe para el patrocinio de la quinta edición: **15.000 euros.**
- ✓ Botella personalizada con la imagen de Canal de Isabel II para todos los jugadores, para entrenadores, staff, árbitros, responsables de sedes, campos, voluntarios y cualquier otro personal del torneo: 20.000 unidades a 1,10 € la unidad: **22.000 euros.**

## 5. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN

- ☐ **ABIERTO**
- ☒ **NEGOCIADO**
- ☐ **CONTRATACIÓN BASADA EN ACUERDO MARCO (AM)**
- ☐ **CONTRATACIÓN ESPECÍFICA DERIVADA DE SISTEMA DINÁMICO DE ADQUISICIÓN (SDA)**

EN EL CASO DE PROCEDIMIENTO NEGOCIADO, INDICAR EL SUPUESTO QUE CORRESPONDA:

- ☒ **DERECHOS EXCLUSIVOS**
- ☐ **RAZONES TÉCNICAS**
- ☐ **DESIERTO ANTERIOR**
- ☐ **URGENCIA**
- ☐ **OTROS**

El procedimiento que se seguirá para la contratación será el negociado sin publicidad (artículo 168.a) 2º de la LCSP), dado que, con base en todos los motivos expuestos en el presente informe de necesidad e idoneidad, el contrato sólo puede ser encomendado a un empresario determinado (empresa MADCUP, S.L.) por ser ésta la organizadora del evento.

Firmado electrónicamente por: Rosa María Ortiz Gudiel  
En la fecha y hora 10.03.2025 08:44:19 CET

**Rosa María Ortiz Gudiel**  
Coordinadora de Relaciones Externas

Firmado electrónicamente por: Fernando Arlandis Pérez  
En la fecha y hora 10.03.2025 09:06:55 CET

**Fernando Arlandis Pérez**  
Subdirector de Comunicación en funciones

Firmado electrónicamente por: Mariano González Sáez  
En la fecha y hora 17.03.2025 11:46:47 CET

**Mariano González Sáez**  
Consejero delegado