

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 MENORES DE PÁDEL

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) y en el subconcepto 28300 (Promoción del deporte femenino) 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, así como a la promoción de la participación de la mujer en las competiciones deportivas, desde el deporte de base hasta el de alto rendimiento.

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 Menores de Pádel, como instrumento idóneo para la promoción del deporte entre los ciudadanos de la Comunidad de Madrid.

El Campeonato de España de Menores de Pádel se celebrará del 26 al 31 de agosto de 2025 en el Club Deportivo Somontes, en Madrid. Alrededor más de 2.200 deportistas de distintas edades (benjamín, alevín, infantil, cadete y junior) y técnicos, competirán durante una semana para ser los Campeones de España de cada categoría.

Los aproximadamente 1.500 partidos de la competición se disputarán principalmente en las 21 pistas de pádel del Club Deportivo Somontes, aunque algunos partidos se celebrarán en pistas auxiliares de la Federación Madrileña de Pádel y del Club Deportivo Puerta de Hierro, todas ellas cercanas a Somontes.

El evento lo organiza la empresa Somontes Gestión de Espacios Deportivos, S.A., por atribución del Club Deportivo Elemental Somontes, quien fue designado por la Federación Española de Pádel para la organización de esta nueva edición del Campeonato de España de Menores.

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 Somontes Gestión de Espacios Deportivos, S.A., como entidad 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 Somontes Gestión de Espacios Deportivos, S.A. 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 los siguientes medios y soportes:

- En el cartel oficial de la competición.
- En toda la comunicación que se realice sobre el Campeonato, tanto física como digital.
- En todas las pistas donde se desarrolle la competición.
- Publicidad física en el evento (banners, lonas, vinilos): Instalación de material publicitario en las pistas, zonas comunes y accesos al club.
- Asimismo, la Comunidad de Madrid estará presente en la campaña de difusión del evento, en los siguientes medios:

1. SPOT PUBLICITARIO EN TELEVISIÓN: TELEMADRID Y LA OTRA TV:

Emisión de un spot publicitario en Telemadrid y La Otra TV para generar expectación y atraer al público, con inclusión de la imagen de Madrid: 2 pases diarios durante los meses de junio y julio de 2025, en franjas de máxima audiencia

2. CAMPAÑA PUBLICITARIA EN MOVISTAR ARENA:

Campaña publicitaria en el circuito digital interno del Movistar Arena durante los meses de junio y julio de 2025:

- a) Video de 20 segundos en el circuito digital interno: Pista (14 pases diarios de 20 segundos) y vestíbulos (34 pases diarios de 20 segundos).
- b) Imagen fija del cartel del torneo en la gran pantalla exterior de la Calle Goya (200 pases diarios de 5 segundos).

3. CAMPAÑA PUBLICITARIA EN C.D. SOMONTES:

Campaña publicitaria en el circuito digital interno y mupis del Club Deportivo Somontes:

- a) 240 pases diarios repartidos en el horario de apertura del club durante los meses de junio y julio de 2025 de un vídeo de 20 segundos en el circuito digital interno del Club Deportivo Somontes: Entrada principal del club, zona de pistas de pádel y tenis, zona de golf, recepción del club, áreas de restauración, piscina y gimnasio.
- b) Banners digitales estáticos con cartelería del torneo.

4. CAMPAÑA EN RRSS:

Colaboraciones con influencers y figuras del pádel para amplificar el alcance y atraer nuevas audiencias.

A) Durante los meses de junio y julio de 2025:

INSTAGRAM & FACEBOOK:

Posts & carruseles:

- Anuncio oficial del campeonato con el logo de los patrocinadores.
- Historias destacadas con cuenta regresiva.
- Contenido sobre los valores del deporte base y el impacto del pádel en los jóvenes.

Reels & vídeos cortos:

- Spot promocional del evento con mención explícita al patrocinio.
- Entrevistas a jugadores y entrenadores sobre la importancia del campeonato.
- Contenido detrás de cámaras mostrando la preparación del torneo.

Historias con interactividad:

- Encuestas sobre favoritos al título.
- Trivia sobre la historia del torneo y el papel de Madrid como sede deportiva.
- Q&A sobre las instalaciones, patrocinadores y actividades del campeonato.

TIKTOK:

Tendencias & challenges:

- Videos dinámicos con retos de habilidad relacionados con el pádel y el logo de los patrocinadores.
- Uso de efectos y transiciones llamativas para captar la atención de una audiencia más joven.

Contenido BTS:

- Videos mostrando el montaje de las pistas y las instalaciones con branding visible de la Comunidad de Madrid.
- Clips mostrando la experiencia de los jugadores antes del campeonato.

LINKEDIN:

Publicaciones corporativas:

- Anuncio oficial del patrocinio y su impacto en el desarrollo del deporte juvenil.
- Artículos sobre la importancia del pádel en la promoción de valores como el esfuerzo y la disciplina.
- Publicaciones sobre el papel de la Comunidad de Madrid en la promoción del deporte base.

B) Durante la celebración del campeonato:

INSTAGRAM & FACEBOOK:

Reels & stories en directo:

- Highlights de los partidos más emocionantes con mención a los patrocinadores.
- Stories diarias con resultados y menciones a la Comunidad de Madrid.
- Entrevistas rápidas con jugadores y entrenadores.

Post de fotos & videos:

- Galerías de imágenes con branding del evento y menciones a los patrocinadores.
- Recopilación de los momentos más destacados del torneo.
- Video resumen del día con inserciones de logos y menciones institucionales.

TIKTOK:

Clips virales y tendencias:

- Highlights de jugadas espectaculares
- Contenido de humor y entretenimiento relacionado con la experiencia del torneo.
- Videos de reacciones de jugadores y asistentes al ver el impacto del evento.

LINKEDIN:

Cobertura profesional:

- Publicaciones sobre la organización y logística del evento.
- Post sobre la presencia de representantes institucionales en la entrega de premios.

C) A la finalización del campeonato:

INSTAGRAM & FACEBOOK:

Post de cierre:

- Agradecimiento especial a los patrocinadores con sus logos en primer plano.
- Video recopilatorio con los mejores momentos del campeonato.

TIKTOK:

Últimos highlights:

- Recopilación de jugadas icónicas del torneo.
- Videos de reacciones y experiencias de los participantes.

LINKEDIN:

Reporte de impacto:

- Reflexión sobre la importancia del apoyo institucional en la promoción del deporte.

5. CAMPAÑA EN MEDIOS:

a) Presentación oficial en Marca, con participación de jugadores destacados, representantes institucionales y organizadores, asegurando una difusión en medios de gran alcance.

b) Artículos en prensa deportiva y especializada como MARCA, Mundo Deportivo y Padel Spain, Padel Adict y otros portales especializados, asegurando una gran visibilidad para el evento y los patrocinadores.

Respecto a la valoración económica de la aportación para este tipo de elementos publicitarios y cesión de espacios en el caso del campeonato cuyo patrocinio nos ocupa, dado su arraigo en el deporte actual y su proyección exterior, así como la participación de los mejores deportistas nacionales de sus categorías, 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 54.450 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 este campeonato es indudable. Los datos de participación en la edición del pasado año, con 1.726 jugadores y 500 entrenadores, batiéndose los récords históricos de los campeonatos de España de menores, han venido a demostrar el atractivo de la competición en Madrid, lo que animó a que casi 4.500 acompañantes a viajar a la capital de España para animar a sus jugadoras o

jugadores, además de los 4.600 asistentes a las pistas del Club Deportivo Somontes y de la Federación Madrileña de Pádel.

Los alojamientos, transportes, comidas, visitas turísticas... tanto de deportistas como de acompañantes representó un gasto de 3,2 millones de euros, excluyendo a los deportistas de la Comunidad de Madrid, aplicando los criterios del gasto medio diario para visitantes nacionales que utiliza en Instituto Nacional de Estadística.

El éxito de la edición 2024 también puede medirse en cuanto a la repercusión mediática. Por una parte, por la publicidad en la promoción previa del Campeonato, en la que se han destacado en todas las menciones la colaboración de la Comunidad de Madrid, valorándose la inversión en 198.560 euros, incluyendo las publicidades en Marca y Radio Marca (80.000 euros), Telemadrid (12.000 euros), la campaña en soportes audiovisuales en el Movistar Arena (90.000 euros) y la campaña en autobuses de la compañía Alsa, con una valoración de 16.560 euros.

También se puede destacar el fuerte impacto generado por la celebración del Campeonato, tanto en medios locales como, principalmente, en medios de otras comunidades y provincias españolas por el seguimiento de sus deportistas. Y en este sentido es de destacar también el alcance logrado por la interacción en redes sociales, promovidos por los propios deportistas y acompañantes.

Así, se calcula un impacto económico directo de 3,65 millones de euros, que se desglosa en 3,19 millones de euros de impacto por participantes, acompañantes y asistentes, 3.145,66 euros en impacto por personal de organización y exposición, 0,12 millones de euros en impacto por producción de bienes y servicios y 0,32 millones de euros en impacto por actuaciones previas de promoción.

A esto hay que añadir el impacto económico indirecto, que se calcula en 1,17 millones de euros, en base al aumento de producción de empresas proveedoras de las empresas que reciben el impacto directo, y el impacto inducido, que alcanza los 0,79 millones de euros en base al incremento de rentas salariales que se trasladan a consumo y producción.

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 54.450 euros, IVA incluido, que será posteriormente objeto de negociación hasta alcanzar la cifra definitiva que se imputarán a los subconceptos 28001 (27.225 euros) y 28300 (27.225 euros), del programa 336A del presupuesto de gastos de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2025.

EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES

Firmado digitalmente por: TOMÉ GONZÁLEZ ALBERTO
Fecha: 2025.05.08 11:28

Fdo: Alberto Tomé González