

## **INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO DEL “ROCK’N’ROLL MADRID MARATÓN & ½ 2026”**

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 evento deportivo denominado “Rock’n’Roll Madrid Maratón & ½ 2026”, como instrumento idóneo para la promoción del deporte entre los ciudadanos de la Comunidad de Madrid, al tratarse de la prueba de atletismo de fondo español con mayor categoría en el panorama nacional, no solo por los niveles de participación que ha alcanzado a lo largo de su ya larga historia, tanto en relación con el número de participantes, como por la calidad de algunos de los corredores inscritos, sino también por su designación hace unos años por la International Association of Athletics Federations, IAAF, como Gold Road Race, el máximo galardón otorgado a la excelencia por esta federación internacional. Esto la sitúa a la altura de pruebas tan admiradas como Nueva York, Londres o Berlín. Es importante destacar, además, que esta designación no proviene de criterios subjetivos

sino de un estricto baremo de puntuación de diversos criterios como el número y nivel de los atletas de élite participantes, la retransmisión por televisión o los servicios al corredor, punto en el que Madrid destaca especialmente, junto con la solvencia de su histórico trazado o el apoyo de las instituciones y de los servicios públicos involucrados en su organización y desarrollo.

Además, el Ayuntamiento de Madrid aprobó la declaración del RNR Running Series Madrid como evento de interés general para la ciudad, en base a razones históricas, por la vinculación de Madrid al deporte en general y al running en particular; razones de índole promocional para la ciudad, ya que supone anualmente uno de los principales acontecimientos en nuestras calles, lo que revierte en beneficios directos para la capital; y razones de índole deportiva y salud pública, puesto que el running fomenta la actividad física y transmite valores positivos como la superación, el esfuerzo, la perseverancia, la igualdad, el respeto, el compañerismo, la solidaridad y el éxito personal y colectivo, lo que supone un auténtico beneficio intangible para los ciudadanos, ahorro económico para la sanidad pública y mejora general de la calidad de vida.

El "Rock'n'Roll Marathon Series" se inició en San Diego en 1998, con un récord de participación que superó los 18.000 corredores. A lo largo de los años fue dando nombre a otras carreras en Estados Unidos con la idea de fusionar el atletismo urbano y la música en vivo que, situada en puntos estratégicos del recorrido en un ambiente de fiesta, convirtieran las carreras de larga distancia en pruebas accesibles para cualquier atleta aficionado. El circuito cuenta con más de 30 carreras, entre América y Europa, incluyendo las de Madrid, Nueva York, Lisboa, Liverpool y Dublín, entre otras. Entre las carreras americanas y europeas, la participación total en el circuito supera cada año los 750.000 corredores. Madrid se unió al circuito en la edición de 2011, siendo la primera ciudad europea en hacerlo.

En su cuadragésimo séptima edición tomarán la salida un máximo de 47.000 corredores en las distintas distancias:

- 15.000 corredores de maratón.
- 23.000 corredores de medio maratón.
- 9.000 corredores de 10 kilómetros.

En la edición de 2025 se inscribieron un total de 45.000 corredores en las 3 distancias, además de los 7.000 que quedaron en lista de espera. El 26,5% de los corredores inscritos fueron extranjeros que llegaron fundamentalmente de Francia, Reino Unido, Italia, Estados Unidos y Alemania. Entre los nacionales, después de los madrileños, los corredores que vinieron a la capital a disputar la prueba fueron mayormente de Barcelona, Valencia, Toledo y Asturias.

Del total de participantes en las carreras de 2026 hubo un 37% de mujeres, porcentaje que alcanzó el 57% en el caso de la distancia de 10 kilómetros, por encima de otras pruebas de similar prestigio internacional.

Además de las carreras, el Rock'n'Roll Madrid Maratón & ½ 2026 abarca otras actividades complementarias, entre las que destacan la feria del corredor, los planes de entrenamiento y diversas activaciones de carácter solidario. De todos ellos, destaca la importancia de la Feria del Corredor (Expodepor), que se celebra los dos días previos a la carrera, con un espacio comercial de más de 15.000 m<sup>2</sup> en IFEMA y donde se reúnen todos los inscritos para recoger su dorsal para la carrera, junto con sus acompañantes, con una asistencia prevista de más de 75.000 visitantes.

La asociación deportiva MAPOMA, inscrita en el Registro de Asociaciones Deportivas de la Comunidad de Madrid, es la entidad titular y organizadora en exclusiva del Maratón de Madrid, en virtud de la exclusividad que le concede el tener registrada (renovada por otros diez años el 19 de febrero de 2020) la marca que da nombre a la carrera original ("MAPOMA Maratón Popular de Madrid").

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 Asociación Deportiva MAPOMA, 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 asociación deportiva MAPOMA a favor de la Comunidad de Madrid, que se concretan 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 el día 1 de octubre de 2025 o desde la firma del contrato, si es posterior, 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 del Rock'n'Roll Madrid Maratón & ½ 2026, 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, al menos, en los siguientes soportes:

**1. MEDIA PARTNERS:**

**PRENSA** – Presencia en 30 inserciones en la campaña en los media partners oficiales (Faldón, Media Página y Página Completa)

**2. RADIO:**

En la campaña de comunicación que se realizará entre octubre 2025 y abril 2026 por 150 cuñas de 20" que se emitirán en la emisora Oficial donde aparecerá el nombre de la Comunidad de Madrid como colaborador institucional.

**3. STREET MARKETING:**

En la campaña de mobiliario urbano que se realizará en la ciudad de Madrid entre octubre 2025 y abril 2026, incluyendo, pero no limitando a circuitos de quioscos, marquesinas, mupis y banderolas.

**4. TELEVISIÓN:**

En la campaña de 77 spots publicitarios que se realizará entre octubre 2025 y abril 2026 en televisión para la promoción del evento donde aparecerá el nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid, así como en 3 faldones de 6 segundos durante el directo de la carrera en Media Partner Oficial.

#### 5. WEBSITE OFICIAL:

En la página web del Zurich Rock'n'Roll Running Series Madrid se incluirá el nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid como colaborador institucional, estableciendo a través de él un link directo con su página web institucional.

#### 6. MEDALLAS OFICIALES:

La patrocinada se encargará del diseño y fabricación de 47.000 medallas para los corredores de las distancias maratón, medio maratón y 10K con el logotipo de la Comunidad de Madrid en el reverso. Además, se incluirá las estrellas del logotipo de la Comunidad de Madrid en la cinta de todas las medallas.

#### 7. PRESENCIA EN CARRERA:

a) En el arco de salida. Además, en la línea de salida, la patrocinada instalará 50 metros de publicidad estática, por medio de pancartas, incluyendo el nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid.

b) En la tribuna de autoridades de la salida, la patrocinada incluirá el logotipo de la Comunidad de Madrid.

c) Durante el recorrido de la misma, la patrocinada autorizará la instalación de un “punto de animación”, que constará de un arco hinchable y pancartas con la imagen de la Comunidad de Madrid.

d) En el arco de meta. Además, en la zona de meta, la patrocinada instalará en la recta de llegada 60 metros de publicidad estática incluyendo el nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid (30 metros en cada margen de la recta de llegada) y pancartas con el logotipo de la Comunidad de Madrid.

e) En el pódium de vencedores, la patrocinada insertará el nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid, compartido con otros patrocinadores. En el acto de entrega de premios, que se desarrollará en el podio, habrá un representante de la Comunidad de Madrid. Asimismo, uno de los premios llevará la denominación de Trofeo de la Comunidad de Madrid.

f) En todas las camisetas oficiales que se produzcan para los participantes, la patrocinada insertará, en lugar consensuado por ambas partes, el logotipo de la Comunidad de Madrid.

g) En los escenarios de animación que amenizarán la carrera y que estarán situados cada 2 km. de recorrido.

h) La patrocinada incluirá el logotipo de la Comunidad de Madrid en el “Split Point” (punto de separación de las distancias).

i) En las pantallas de led que se situarán en el arco de meta.

#### 8. ACTOS COMPLEMENTARIOS:

a) En la gala de presentación, la patrocinada incluirá el nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid en el photocall, así como en las invitaciones a dicha gala; invitará a un representante de la Comunidad de Madrid a entregar uno de los premios del Zurich

Rock'n'Roll Running Series Madrid 2026; y, finalmente, invitará a representantes de la Comunidad de Madrid en calidad de VIP a dicho acto.

b) En EXPODEPOR, que se desarrollará los días anteriores al evento, la patrocinada incluirá el nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid en el regalo que se entregará a todos los participantes en la misma y permitirá que la Comunidad de Madrid inserte en la bolsa del corredor, material promocional con la imagen de la marca, cederá a la Comunidad de Madrid 50 m2 de espacio para el montaje de stand promocional y, finalmente, incluirá el nombre y el logotipo de la Comunidad de Madrid en todos los soportes utilizados en el desarrollo de la referida exposición.

c) Presencia en el stand de todas las "expo" que se realicen con motivo de la celebración de otros maratones del circuito "Rock' n' Roll Marathon Series": San Diego, Seattle, Arizona, Nueva Orleans, San José, etc.

d) Presencia en el stand de las "expo" que se realicen en otras 3 ciudades españolas con motivo de la celebración de sus respectivos maratones, así como en el stand de la expo de un maratón que se celebre en otro país europeo.

#### 9. INSCRIPCIONES GRATUITAS CARRERA:

La patrocinada entregará a la Comunidad de Madrid un mínimo de 50 dorsales, válidos para cualquiera de las distancias, para sus invitados.

#### 10. ACTOS OFICIALES:

La patrocinada invitará a representantes de la Comunidad de Madrid, en calidad de VIP, a todos los actos oficiales que, con motivo del evento, se celebren, entre los que destacan los siguientes: Tribuna de Autoridades en Línea de Salida y Carpa VIP de Meta.

#### 11. ACTUACIONES PREVIAS:

En la promoción previa del evento: Desde el día 1 de octubre de 2025 o, desde la firma del contrato si es posterior, la patrocinada incluirá la imagen institucional de la Comunidad de Madrid como patrocinadora del evento en todas las comunicaciones y anuncios que se realicen, especialmente en los siguientes momentos: Campaña de publicidad on-line y off-line con motivo de la campaña de inscripciones para la carrera, así como en el resto de campañas posteriores que se vayan realizando.

#### 12. MONTAJE, DESMONTAJE Y COSTES DE PRODUCCIÓN:

Los costes de montaje, desmontaje y producción de los puntos indicados anteriormente serán por cuenta de MAPOMA, a excepción de los incluidos en los puntos 4, 7-a, 7-c, 7-d, 7-e, 8-b (respecto al material promocional de la bolsa del corredor y el stand promocional), cuya producción estará a cargo de la Comunidad de Madrid y, además, en el caso del punto 8-b también asumirá la Comunidad de Madrid los gastos de montaje y desmontaje.

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 nuestra Comunidad y su proyección exterior (pues el Rock'n'Roll Madrid Maratón & ½ está catalogado entre los veinte mejores del mundo por el número de deportistas nacionales e internacionales, por el ranking de los deportistas que participan y por las marcas que se realizan), así como dada la enorme participación, la trascendencia, la 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 dicha prueba 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 292.000 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 campaña de promoción del Maratón de Madrid siempre está en marcha. Así, se realizan campañas de publicidad en prensa especializada durante todo el año. También se realizarán aproximadamente 1.500 cuñas publicitarias en radio. En televisión, además de los spots publicitarios, se retransmitirá en directo la carrera y se realizará un reportaje post-carrera.

Por otro lado, el Rock'n'Roll Madrid Maratón & ½ cuenta con un stand informativo en todos los maratones incluidos en el circuito, lo que le otorga visibilidad y presencia a lo largo de todo el año, abarcando además las principales ciudades que acogen estas pruebas tanto en España, como en Europa y Estados Unidos. También cuenta con stand informativos en otros maratones, tanto nacionales como europeos.

Además, hay que valorar el impacto publicitario en las actuaciones complementarias al maratón, fundamentalmente Expodepor-Feria del Corredor, con 10.000 m<sup>2</sup> de exposición, 80 marcas y alrededor de 75.000 visitantes; sin olvidar otras como los planes de entrenamiento para las carreras, la animación musical en 17 escenarios repartidos cada 2 kilómetros a lo largo del recorrido o las actuaciones de carácter benéfico que se realizan.

También hay que destacar la continua presencia de la carrera en internet y las redes sociales (facebook, twitter, foros especializados...) durante todo el año. Sólo en Instagram se alcanzaron 1,1 millones de cuentas, 1,6 millones de visualizaciones en reels y 450.000 impresiones en posts.

Existe una base de datos con más de 250.000 registros, a la que se enviaron 27 campañas de promoción en newsletters con información de la carrera y de los patrocinadores (más de 300.000 envíos totales). Durante el año, la web de la carrera tuvo un total de 2.358.453 visitas, con 7.933.643 eventos y 675.972 usuarios. Finalmente, la app oficial contó con 6.584.468 vistas, 18.604.879 actividades, 1.409.321 aperturas y 74.565 usuarios, realizándose, además, 512.141 seguimientos en vivo de la carrera.

En cuanto a los medios de comunicación, se obtuvo una audiencia de 92.401.148 personas, con 41 apariciones en televisión, 227 apariciones en prensa, 48 apariciones en radio y 1.270 apariciones on-line (1.586 apariciones en total).

La valoración del impacto en medios de la pasada edición llegó a 14.660.717,31 euros de valoración. La distribución internacional de la señal por televisión llegó a 192 territorios y 307 canales, con una cobertura de 921 horas y un alcance de 386 millones de hogares.

El plan de medios incluyó 1.438 cuñas de radio (valorado en 1.762.577 euros), 116 spots en televisión (valorado en 145.000 euros) y 42 inserciones en prensa deportiva (valoradas en 276.650 euros). La campaña de Street marketing incluyó 740 banderolas

y 110 marquesinas, con un valor de 210.000 euros. Además, se realizaron campañas en medios de transporte y a través de 30 influencers y atletas con un impacto aproximado de 5 millones de seguidores.

Todos los datos expuestos nos dan una idea del enorme impacto publicitario que tiene el Maratón de Madrid.

Pendiente todavía el estudio de impacto económico de la última edición, se exponen los datos de la edición de 2024, que con total seguridad fueron superados en 2025:

- Gasto medio total por atletas/acompañantes durante su estancia en Madrid: 245,77 €.
- Gasto medio total de los atletas/acompañantes residentes en Madrid: 50,24 €.
- Gasto medio total de los atletas/acompañantes residentes en otras regiones de España: 228,97 €.
- Gasto medio total de los atletas/acompañantes residentes en el extranjero: 733,05 €.
- Gasto medio total en la feria Expodepor: 32,70 €. Atleta de Madrid: 24 €; atleta resto de España: 28 €; atleta extranjero: 61 €.
- Gasto medio total de los atletas/acompañantes de Maratón: 279,37 € por persona, en grupos de 3,3 personas y una media de 2 días en Madrid.
- Gasto medio total de los atletas/acompañantes de Media Maratón: 218,50 € por persona, en grupos de 3,2 personas y una media de 1,7 días en Madrid.
- Gasto medio total de los atletas/acompañantes de 10K: 237,30 € por persona, en grupos de 2,9 personas y una media de 1,5 días en Madrid.
- Gasto medio total en la feria Expodepor según prueba: Atleta Maratón: 30 €; atleta Media Maratón: 33 €; atleta 10K: 36 €. Gasto medio total en la feria Expodepor: 32,70 €.

Por otra parte, el gasto en staff y producción se cifra en 2.694.800 €.

El Maratón de Madrid genera un impacto directo de 26,9 millones de euros sobre el PIB, mayormente en servicios. La recaudación de impuestos generada de forma directa estimada fue de 6,8 millones de euros. Para los residentes en Madrid (cuyos gastos no se computan en los impactos), se calcula el Excedente del Consumidor, es decir, los beneficios, económicos y de bienestar, que este evento genera en los atletas madrileños participantes, con casi 1 millón de euros.

Así, se puede resumir el impacto económico directo de la siguiente forma:

Impacto Directo en PIB (Producción):	35.645.199,36 €.
Impacto Directo en Valor Añadido (Renta):	17.430.502,49 €.
Recaudación directa de Impuestos:	8.959.663,25 €.
Excedente del Consumidor:	1.240.937,23 €.
Empleos durante el evento:	729.

Por su parte, el impacto indirecto del evento supone una producción (PIB) de 16.9 millones de euros, en la ciudad de Madrid, siendo también el sector servicios el más

beneficiado. Asimismo, el Impacto Indirecto del gasto sobre el Valor Añadido repercute en 7.4 millones de euros.

Respecto al impacto inducido, que incluye el gasto que realizan los trabajadores y empresarios en donde se ha realizado el gasto directo e indirecto, de manera que la renta y la demanda de bienes y servicios aumenta de forma positiva en la economía de la zona, en el Maratón 2024 el impacto inducido sobre el PIB ha sido de 12 millones de euros, mientras que el Valor añadido ha supuesto 5.2 millones de euros.

Por la agregación de los tres impactos económicos sostenidos anteriormente, se puede concluir que el Maratón de Madrid 2024 tuvo un impacto económico total en la ciudad de Madrid de 64.5 millones de euros sobre el PIB, y generó un aumento de renta de los madrileños de 30 millones de euros.

El incremento del presupuesto de licitación con respecto al patrocinio de la edición 2025 del maratón se justifica no sólo por el crecimiento imparable en importancia y repercusión de este evento en los últimos años, a la par que el de otros patrocinios de grandes eventos deportivos, sino también por el enorme valor de las contraprestaciones publicitarias, que la Comunidad de Madrid se asegura con la firma del contrato y que redundan en un retorno económico para la región que muy pocos eventos deportivos pueden alcanzar actualmente, teniendo en cuenta, además, que está previsto un incremento del número máximo de participantes con respecto a la edición anterior de 2.000 corredores nuevos, lo que redunda en un importante incremento del retorno económico asociado al evento.

Destacan, entre todas las contraprestaciones incluidas en el Pliego de Prescripciones Técnicas, la presencia en vallas publicitarias en las zonas de salida y meta, la inserción en la retransmisión en directo en televisión, la inserción en el reverso de las 47.000 medallas que se entregan a los participantes que acaban la carrera, así como en la cinta de dichas medallas, el punto de animación específico de la Comunidad de Madrid en el recorrido, el stand propio en la feria expodepor, o la inserción en las camisetas de todos los corredores. A esto se suma la campaña de comunicación de 150 cuñas de 20 segundos y 77 spots publicitarios de promoción del evento en los que aparecerá el nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid o la presencia de la imagen institucional en los stands de las ferias del corredor del resto de maratones del circuito "Rock' n' Roll Marathon Series", con el objetivo de reforzar la presencia internacional de la Región de Madrid y por ende su promoción.

En concreto, este año se incrementan las siguientes contraprestaciones publicitarias en comparación con la edición 2025:

- Se incrementan de 64 a 77 los spots publicitarios en televisión.
- Se incrementa el número de medallas de 45.000 a 47.000, que incluyen la imagen de la Comunidad de Madrid, tanto en la propia medalla como en la cinta.
- Se incrementa de 50 a 60 metros la presencia en vallas publicitarias en la zona de meta.

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 292.000 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, con la siguiente distribución de anualidades, siempre que exista crédito adecuado y suficiente para ello:

- 2025: 50.000 euros.
- 2026: 242.000 euros.

EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES  
P.D.F. (Resolución de 7 de julio de 2025)  
EL SUBDIRECTOR GENERAL DE GESTIÓN DEPORTIVA

Fdo.: Antonio Guerrero Olea