



Este documento se ha obtenido directamente del original que contenía la firma auténtica y, para evitar el acceso a datos personales protegidos, se ha ocultado el código que permitiría comprobar el original.
(Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre)

Dirección General de Deportes
CONSEJERÍA DE CULTURA, TURISMO Y DEPORTE

INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO DEL "RED BULL FAN ZONE PUERTA DEL SOL COMUNIDAD DE MADRID"

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 15/1994, 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 "Red Bull Fan Zone Puerta del Sol Comunidad de Madrid", que traerá a la capital el espectáculo de la Fórmula 1 con el montaje de una reproducción a escala del circuito de Fórmula 1 de Madrid (Madríng), de 50 metros de recorrido, en el que se podrán conducir, a través de un simulador, coches de radiocontrol, con el objetivo de dar a conocer el trazado del circuito y promocionar la llegada a Madrid de la Fórmula 1 en 2026. El evento se celebrará del 17 al 19 de octubre de 2025 en la Puerta del Sol de Madrid.

Con el patrocinio de este evento se persigue que sirva de estímulo a cuántos se acercan al mundo de la Fórmula 1 y del automovilismo en general, deporte que es de gran interés promover en nuestra región, que cuenta ya con 50 clubes de los 392 que existen

en nuestro país. Asimismo, de las 20.427 licencias federativas nacionales, 1.795 pertenecen a deportistas madrileños, de las cuales 237 son femeninas.

El Mundial de Pilotos de Fórmula 1 se disputa desde 1950. En 2004, la empresa austriaca de bebidas Red Bull adquirió la escudería Jaguar Racing, que desde entonces pasaría a denominarse Red Bull Racing. Desde 2005 sus monoplazas participan en el Mundial de Pilotos, habiendo participado en 388 grandes premios desde entonces y obteniendo 120 victorias y 279 podios.

Red Bull España, S.L. como sociedad íntegramente participada por Red Bull GmbH, propietaria de la marca Red Bull, es la entidad encargada de desarrollar en España todas las actividades de comercialización y promoción de dicha marca. En consecuencia, tiene la exclusividad de la marca Red Bull, incluyendo por tanto el desarrollo y organización del evento "Red Bull Fan Zone Puerta del Sol". Actualmente tiene cedidos en exclusiva los derechos para organizar dicho evento en favor de la empresa Andtonic Studios, S.L.

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 Andtonic Studios, 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 patrocinada a favor de la Comunidad de Madrid, que se concretan en el Pliego de Prescripciones Técnicas, se resumen en que 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.

Las contraprestaciones concretas son las siguientes:

1. Derechos de asociación:

- Designación como "patrocinador oficial".
- Inclusión en el nombre oficial del evento.

2. Derechos de Imagen:

- Incorporación de la marca Comunidad de Madrid en el key visual del evento.
- Presencia publicitaria del logo y naming de la Comunidad de Madrid en el evento, tanto físicamente como en digital (key visuals, posts, vídeos, etc.).
- Uso de la marca Comunidad de Madrid en todas las piezas de comunicación del proyecto: web, posters, banners, digital, etc.
- Derecho a utilizar contenido del evento en canales propios.
- Convocatoria de Medios y nota de prensa de presentación.

Respecto a la valoración económica de la aportación para este tipo de elementos publicitarios y cesión de espacios en el caso del evento cuyo patrocinio nos ocupa, dada la enorme participación, la trascendencia, la repercusión mediática, 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 deportivo por la Comunidad de Madrid como patrocinadora de éste, y el precio por ocupar espacios publicitarios con visibilidad, se cifra, a día de hoy en 121.000 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.

El impacto económico y mediático de un evento como el "Red Bull Fan Zone Puerta del Sol" es enorme y se puede resumir en los siguientes datos:

Se estima una asistencia al evento de más de 20.000 personas. El impacto económico directo sólo en espectadores se calcula en casi 1.155.000 euros. A esta cifra hay que sumar el del staff de la organización (Red Bull, Andtonic, patrocinadores y proveedores), que alcanza los 24.000 euros. Finalmente, el gasto de invitados e influencers suma otros 9.750 euros de impacto económico directo. Así, el impacto económico directo suma un total de 1.188.750 euros.

Además, habrá más de 40 medios de comunicación acreditados y se calcula en más de 200 millones las interacciones en redes sociales. La distribución en canales Red Bull a nivel mundial alcanza más de 130 países. Se calcula un retorno de la difusión de la Marca Madrid de 440.000 euros.

Si tomamos como referencia otro evento de Red Bull España (por la red y canales de difusión con los que cuenta), aunque de mayor envergadura, como fue el Red Bull Show Run, celebrado en Madrid en 2023, dicho evento obtuvo las siguientes cifras:

- 120.000 espectadores.
- 80 medios acreditados.
- Más de 60 líderes de opinión, con 160 millones de alcance.
- Más de 607 millones de impresiones en medios.
- 206 medios de comunicación.
- 452 artículos y 366 millones de impresiones en media.
- 12 millones de impacto social en media.
- 123.000 impresiones en la web.
- 30 millones de alcance en campaña digital.

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 121.000 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 para el ejercicio 2025.

Firmado digitalmente por: ALBERTO TOMÉ GONZÁLEZ - ***0441**
Fecha: 2025.08.27 17:18

EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES
Fdo: Alberto Tomé González