

## **INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO DE LA CARRERA DE LA PRIMAVERA COMUNIDAD DE MADRID 2026, AÑO DEL CABALLO.**

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.

La Consejería de Cultura, Turismo y Deporte del Gobierno, de la Comunidad de Madrid, según lo establecido en el artículo 10 del Decreto 38/2023, de 23 de junio, de la Presidenta de la Comunidad de Madrid, por el que se establece el número y denominación de las Consejerías de la Comunidad de Madrid, es el órgano competente en materia de deporte.

Asimismo a la Dirección General de Deportes, de acuerdo con el artículo 11, letra k) 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, le corresponde la competencia para “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 y organismos”.

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, a través del patrocinio publicitario, en la celebración de la Carrera de la Primavera Comunidad de Madrid 2026, Año del caballo, como instrumento idóneo para la promoción del deporte entre los ciudadanos de la Comunidad de Madrid, la integración social de la comunidad china residente en nuestra región a través del deporte, el acercamiento de los ciudadanos de la Comunidad de Madrid a la cultura y costumbres chinas, así como la proyección de la imagen de nuestra Comunidad en el exterior, al tratarse de una prueba de gran difusión en China. Hay que tener en cuenta que la población china en España ha ido creciendo en los últimos años, contando actualmente con más de 220.000 personas de origen chino censadas en nuestro país.

Se trata de una carrera popular que se celebra para conmemorar el año nuevo chino. En 2026 celebrará su sexta edición, complementando la vertiente deportiva con actividades y experiencias culturales que sirvan para unir las diferentes culturas, en el marco del denominado “Madrid Spring Festival”, que tiene por finalidad llevar la esencia, la cultura y la actividad económica de Madrid a China y de China a Madrid.

Este festival se presentará el día 1 de enero de 2026 en la ciudad de Shanghái. La ciudad cuenta con una población superior a los 29,8 millones de habitantes, y es el lugar en que se celebrará la carrera de la primavera, presencial en China.

En Madrid, el Festival se celebrará entre los días 27 de febrero y 1 de marzo de 2026, en cuyo marco tendrá lugar la carrera de la primavera de la presente edición, que se realizará el día 1 de marzo en la capital.

De nuevo, volverá a Shanghái en marzo o abril para celebrarse de nuevo en el marco del Suzhou Rivel Half Marathon

Esta carrera cuenta con tres modalidades o distancias, de 5, 8 y 16 Km. Las distancias de 8 y 16 Km (dos veces 8km) son en referencia al número mágico chino 8, a fin de invitar a los participantes a comenzar el año Chino con buena suerte.

La Carrera de la Primavera se inició en España, y concretamente en Madrid, en el año 2021, año del buey, en el que se celebró de forma virtual con motivo de la pandemia del COVID 19. A pesar de ello, contó con 501 inscritos de 25 nacionalidades. La segunda edición, año del tigre, celebrada en 2022, contó ya con 2.000 inscritos, procedentes de 26 provincias españolas y de 35 nacionalidades y se celebró de forma virtual en China. En 2023, la carrera del año del conejo, contó con 2.500 inscritos, procedentes también de 26 provincias españolas y de 37 nacionalidades, celebrándose asimismo, de forma virtual en China. En dicho año, la CGTN (Televisión China en español) difundió un reportaje de la carrera y las actividades culturales complementarias celebradas. En 2024, se superó ya la barrera de los 3.000 inscritos, de los que el 44% fueron mujeres, superándose su participación de las ediciones anteriores y contándose con participantes de más de 50 nacionalidades. En 2025 hubo más de 4.000 inscritos, batiendo de nuevo un récord de participación.

Esta carrera, además de su formato presencial en la Comunidad de Madrid, ha ido creciendo de forma exponencial en China, donde se busca dar un salto en la forma de vivir el deporte con estas experiencias que combinan cultura y deporte. Pero, además, en 2026, se celebrará la segunda edición, como se ha indicado, de la carrera presencial en la ciudad de Shanghái.

En 2026 está previsto organizar, como se ha indicado, en el marco del denominado “Madrid Spring Festival”, las siguientes actividades culturales complementarias en Madrid:

- Festival de fotografía y vídeos cortos: invita a capturar la esencia del Año Nuevo Lunar a través de
- fotografías y vídeos cortos (60”
- Conferencias y coloquios sobre cultura y turismo, facilitando el intercambio de ideas entre profesionales, expertos y estudiantes para desarrollar las posibilidades culturales y económicas de la relación entre ambos países.
- Conciertos de música tradicional española y china.

Asimismo, está previsto celebrar las siguientes actividades culturales en China:



Comunidad  
de Madrid

- Espectáculo flamenco en Shanghái
- Feria de gastronomía en Shanghái
- Clases de español online
- Intercambio de idiomas online
- Información sobre destinos españoles en RRSS

En la presente edición se cuenta con una expectativa de participación de aproximadamente 5.500 corredores.

El interés público de la celebración de una prueba deportiva popular como esta es indudable por sus efectos tanto en el terreno exclusivamente deportivo, como en el ámbito social y económico.

En el terreno deportivo, esta carrera destaca porque sirve para acercar la actividad física al conjunto de la ciudadanía y para promover la modalidad del atletismo entre la población, máxime teniendo en cuenta las tres distancias específicas, y especialmente las de 5 y 8 Km., características exclusivamente de esta carrera, que las hacen especialmente atractivas para aquellas personas que no se consideran preparadas para correr las distancias estándar de las carreras populares.

Desde el punto de vista de la difusión de la imagen de la Comunidad de Madrid, es indudable el enorme alcance del evento, por la potencial proyección de la misma en un país como China, que cuenta en la actualidad, con algo más de 1.400 millones de habitantes, incrementado en esta edición, gracias a las actividades que, como se ha indicado, está previsto desarrollar en la ciudad de Shanghái.

En relación con este evento se hará una amplia campaña en medios nacionales y chinos, tanto de medios de comunicación escrita y digital, como en Redes Sociales, estimándose las siguientes cifras:

- La difusión a través de medios chinos en España y en China: difusión en canal de televisión en China CGTN en español, Ouhua, ouhuabao y Huarenjie, así como difusión en red de más de 60.000 agentes de viajes en China, a través de China Travel Academy, a través de Travel Marketing Watch, y en 200 canales de WeChat, con un alcance potencial de más de 10.000.000 de personas.
- La difusión a través de medios españoles entre los que se incluirán Telemadrid y La Otra (televisión), Marca (prensa escrita y digital, y radio), AS (prensa escrita y digital) y Kiss FM (radio), con un alcance potencial de más de 28 millones de seguidores.

Por otra parte, por lo que se refiere al impacto económico para la región de Madrid, se estima en más de 6.525.000 €, habida cuenta de los participantes estimados, tanto de Madrid como de fuera de Madrid, acompañantes y espectadores previstos.

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 a "ORTHOAMG S.L.", que según el artículo 2º de sus Estatutos, tiene por objeto, entre otros, el de "la organización de eventos empresariales, sociales, culturales, recreativos o deportivos".

Dicha entidad es la titular exclusiva de los derechos de explotación de la marca "Carrera de la Primavera" de acuerdo con el contrato de uso de marca suscrito con fecha 1 de septiembre de 2025 expresamente para la "Organización de la Carrera de la Primavera Comunidad de Madrid 2026 año del Caballo en Madrid en marzo de 2026.", que obra en el expediente.

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 pueden resumir en la inclusión de la denominación Comunidad de Madrid, en la de la propia carrera, que se denominará en 2026, "Carrera de la Primavera



Comunidad  
de Madrid

Comunidad de Madrid 2026, Año del caballo”, la inserción de la imagen corporativa de la Comunidad de Madrid en los soportes publicitarios que se determinan, en la cesión de espacios para la inclusión de los soportes y materiales publicitarios que determine la Comunidad de Madrid, y la cesión de la imagen para uso propio de la marca.

También aparecerá nuestra imagen en actos complementarios al evento, como el acto de presentación oficial de la prueba a los medios de comunicación o el acto de entrega de trofeos.

Con la suscripción de este contrato, la Comunidad de Madrid adquirirá la condición de patrocinador oficial del evento 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, como patrocinador del evento, al menos, en los siguientes soportes y acciones:

- Footer y slidebanner de la web, así como de la newsletter
- Email de registro
- Emailing a base de datos del evento
- Difusión a través de RRSS
- Cabecera de RRSS
- Creatividades de RRSS.
- Logo en teaser promocional del evento
- Camiseta oficial de la carrera
- Dorsal de la carrera
- Trasera y photocall de prensa y actos Institucionales con motivo del evento como el acto de presentación, ruedas de prensa, entrega de medallas, etc.
- Arco de salida, puntos kilométricos y arco de llegada.
- Cinta de meta.
- Elementos publicitarios oficiales (banderolas, fly banners, etc.).
- Vallas estáticas del recorrido.
- Actos complementarios al evento, como el acto de presentación oficial del mismo.
- Publicaciones y anuncios en prensa escrita y cartelería.
- Notas y dossier de prensa.
- Video resumen de la carrera con publicación en RRSS post evento.
- Retransmisión en streaming, si la hubiere.

Asimismo, se hará mención del patrocinio de la Comunidad de Madrid en las acciones de difusión del evento que se realicen a través de los medios de comunicación, de acuerdo al Plan de Medios indicado anteriormente, tanto a través de medios chinos en España y en China como a través de medios españoles, incluyendo medios de comunicación escrita y digital y Redes Sociales.

Además, se hará mención de la colaboración de la Comunidad de Madrid, como patrocinador del evento, por megafonía durante la celebración del evento y se facilitará a la Comunidad de Madrid, la posibilidad de:

- incluir productos en el welcome pack
- contar con un espacio para colocar elementos publicitarios propios en el lugar de la celebración de la carrera y en la fan zone.
- ofrecer elementos de merchandising a los asistentes y participantes.
- implementar acciones ad hoc



Comunidad  
de Madrid

- acceso a contenido gráfico y audiovisual vinculado a la carrera, para uso de los canales de comunicación de la Comunidad de Madrid.
- envío de email promocional de la Comunidad de Madrid a todos los contactos del evento con inclusión de su imagen institucional, cuyo contenido se proporcionaría por la Comunidad de Madrid.
- Contar con embajadores propios en el video promocional de la carrera.
- Incluir publicaciones promocionales de la Comunidad de Madrid en las RRSS oficiales del evento.

Por otra parte, ORTHOAMG, S.L., facilitará a la Comunidad de Madrid 35 dorsales gratuitos.

Asimismo, ORTHOAMG, S.L., invitará a representantes oficiales de la Comunidad de Madrid a los actos de entrega de premios, actos oficiales, presentación del evento, ruedas de prensa y cualquier otro acto oficial relacionado con la prueba.

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, y a la vista de los impactos que la celebración de esta prueba tiene en la Comunidad de Madrid, tanto desde el punto de vista económico, como deportivo y social, y especialmente, el impacto publicitario por su proyección exterior, así como el valor económico de los soportes y medios publicitarios y de difusión a emplear, se cifra, a día de hoy en 31.460,00 euros, IVA incluido, valor que está en función del valor de mercado que en cada momento tiene el evento que se patrocina.

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.

Por todos estos motivos, dado el gran interés deportivo y mediático del evento para la Comunidad de Madrid, se propone la suscripción de un contrato de patrocinio de este evento, a celebrar el día 1 de marzo de 2026, estando previsto un precio de licitación de 31.460,00 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 vigente, siempre que exista crédito adecuado y suficiente para ello.

Puesto que se pretende contratar los servicios de patrocinio publicitario con la entidad que es titular de todos los derechos sobre el evento, y que entre sus fines se incluye, entre otros, "la organización de eventos empresariales, sociales, culturales, recreativos o deportivos", se debe formalizar el patrocinio mediante un contrato privado, puesto que dicha empresa tiene capacidad para suscribirlo según 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, tal y como indican los últimos informes del Servicio Jurídico en este y otros contratos de patrocinio.

Madrid, en la fecha de la firma

**Fdo. DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES**

Elmado: 2025.09.22 13:59  
Firma: 2025.09.22 13:59

Fdo.: Alberto Tomé González