



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS A LAS QUE SE DEBE AJUSTAR EL PATROCINIO POR PARTE DE MADRID CULTURA Y TURISMO S.A.U. DEL EVENTO SPARTAN RACE 2026 ORGANIZADOS POR THE CROW LEGACY COMPANY, SL

PRIMERA. - OBJETO.

Es objeto del presente pliego regular las condiciones técnicas que han de regir el contrato de patrocinio por parte de Madrid Cultura y Turismo S.A.U. de la edición 2026 de **SPARTAN RACE 2026** organizado por THE CROW LEGACY COMPANY, SL

SEGUNDA. - CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS QUE SE DESEAN CONTRATAR.

Promocionar y fomentar el turismo madrileño y a cambio obtener publicidad y difusión del apoyo que la Comunidad de Madrid le brinda al sector turístico de la Comunidad de Madrid. Poner en valor el destino a través de la promoción, a nivel nacional y europeo de la marca Comunidad de Madrid y generar tráfico a lugares de interés turístico dentro de la Comunidad de Madrid.

TERCERA. - LUGAR Y PLAZO DE EJECUCIÓN.

1. **SPARTAN Múnich (17 de abril)**
2. **MADRID SPARTAN WEEKEND.** En San Agustín de Guadalix (Madrid) los días 9 y 10 de mayo de 2026.
3. **TOUGH MUDDER Berlín (29 de agosto)**
4. **SPARTAN Berlín (30 de agosto)**
5. **Campeonato Mundial Trifecta de SPARTAN en Sparta, Grecia (30 de octubre a 1 de noviembre)**

CUARTA. - OBLIGACIONES RELATIVAS AL PATROCINIO

El objetivo del proyecto es la promoción y el fomento de la oferta turístico-deportiva atrayendo al público nacional y extranjero mediante los eventos deportivos de Spartan que, además, generan riqueza en la Comunidad de Madrid.

Para lograr la difusión de la Comunidad de Madrid se llevarán a cabo las siguientes acciones promocionales:

(PRE-SPARTAN MADRID)

BRANDING DIGITAL:

- Exposición de la marca mediante la inclusión del logo de la CAM en:
 - Página web del evento
 - Comunicaciones vía email (footer)
 - Guía del Atleta

• ACCIONES PROMOCIONALES ONLINE:



- Campaña de 5 publicaciones en las RR.SS. oficiales de Spartan España poniendo en valor el destino (Comunidad de Madrid).
- 3 publicaciones en las RR.SS. de Spartan Race Europe promocionando el evento y destino.
- Inclusión de módulos promocionales de destinos de interés turístico de la Comunidad de Madrid en las comunicaciones vía email de Spartan Madrid 2026.
- Inclusión de un artículo promocional sobre diferentes destinos de interés turístico de la Comunidad de Madrid en la Guía del Atleta.
- Sorteo de dorsales para SPARTAN Madrid en concurso vía RR.SS. sobre la Comunidad de Madrid.

ACCIONES PROMOCIONALES ONLINE:

- Publicación de un vídeo de SPARTAN Madrid x Comunidad de Madrid en los perfiles de Spartan Race Europa combinando tomas de la carrera y de destinos turísticos de la región.

• ACCIONES PROMOCIONALES EN CANALES EXTERNOS:

- Publireportaje a doble página en la revista Sportlife promocionando el evento y diferentes destinos de interés turístico dentro de la Comunidad de Madrid.
- 2 Publicaciones en las RR.SS. de la revista Sportlife promocionando el evento.
- 3 inserciones publicitarias de media página en el Diario MARCA promocionando el evento.

(DURANTE SPARTAN MADRID)

• BRANDING ON-SITE:

- Exposición de la marca en la forma de lonas cubrevallas distribuidas por las líneas de salida y meta, además de en la zona de festival.
- Exposición de la marca por medio de la inclusión del logo en el photocall del evento.
- Exposición de la marca por medio de la inclusión del logo en la cinta de salida y llegada.

• GENERACIÓN DE CONTENIDO:

- Entrega de una carpeta de fotos recogiendo los mejores momentos del evento.
- Entrega de un vídeo promocional exclusivo de la Comunidad de Madrid y Spartan (post-evento).

(EVENTOS INTERNACIONALES)

• BRANDING ON-SITE:

- Exposición de la marca Comunidad de Madrid en uno de los obstáculos de 3 carreras Spartan a celebrarse fuera de España

• BRANDING DIGITAL:

- Exposición de la marca mediante la inclusión del logo de la Comunidad de Madrid en:
 - Páginas web de los eventos
 - Comunicaciones vía email (footer)
 - Guías del Atleta



• ACCIONES PROMOCIONALES ONLINE:

- 1 publicación en las RR.SS. de los países organizadores de las carreras.
- 1 integración de contenido en alguna de las newsletters de evento de cada carrera.

QUINTA. - PUBLICIDAD.

Mediante dicha aportación, la Comunidad de Madrid adquiere, a través de Madrid Cultura y Turismo S.A.U., la condición de patrocinador del evento, por lo que podrá difundir o utilizar este título en cuantas acciones publicitarias estime oportunas.

Madrid, a 31 de marzo de 2026.

EL CONSEJERO DELEGADO DE
MADRID CULTURA Y TURISMO, SAU

Firmado digitalmente por: LUIS FERNANDO MARTÍN IZQUIERDO - ***1808**

Luis Fernando Martín Izquierdo