

INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO DE LA “MADRID VINTAGE RUN 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 “Madrid Vintage Run 2026”, como instrumento idóneo para la promoción del deporte entre los ciudadanos de la Comunidad de Madrid.

La sexta edición de la “Madrid Vintage Run” es una carrera popular con temática retro, que se celebrará el día 31 de mayo de 2026 con el objetivo, una vez más, de conseguir ser la carrera de 10.000 metros en ruta más rápida de la historia, para lo cual se ha establecido un recorrido con un importante desnivel negativo de 166 metros y, además,

se contará con la participación de los mejores atletas españoles y extranjeros para lograr batir el record mundial de la distancia.

En esta nueva edición se prevé una participación superior a 7.000 corredores, habiéndose fijado el límite máximo en 10.000 inscripciones. Además, tal y como viene ocurriendo en carreras populares de esta distancia, la participación femenina rondará el 40%. Por otra parte, del total de corredores participantes se calcula que, al menos el 30%, serán de fuera de la Comunidad 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 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 15 de abril de 2026 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 firma del contrato, la Comunidad de Madrid adquiere la condición de patrocinador oficial de la Madrid Vintage Run 2026, pudiendo difundir o utilizar este título en cuantas acciones publicitarias estime oportunas.

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 a la carrera. En concreto, la Comunidad de Madrid tendrá presencia, al menos, en los siguientes soportes:

1. Campaña Offline:
 - a. Mención en cuñas de radio (Kiss FM y Hit FM).
 - b. Logotipo en campaña en AS:
 - 3 página completa.
 - 3 medias páginas.
 - 3 faldones 6x4.
2. Campaña Online:
 - a. Logotipo en Web Oficial.
 - b. Mención en RRSS Oficiales.

- c. Logotipo en emails a BBDD de la patrocinada.
- d. Contenido exclusivo en email a BBDD de corredores (nacionales e internacionales).
- e. Presencia en Video Oficial de la Carrera.

3. Soportes en carrera:

- a. Dorsal – logotipo.
- b. Camiseta – logotipo.
- c. Cinta de medallas – logotipo.
- d. Arco de Salida – logotipo.
- e. Pancartas Salida.
- f. Arco de Meta – logotipo.
- g. Pancartas Meta – 50 metros.
- h. Pódium – logotipo.
- i. Cinta de Meta – logotipo.
- j. Cuñas Salida y Meta.
- k. Photocall Presentación Oficial – logotipo.
- l. Elemento hinchable exclusivo CAM – zona de meta.
- m. Banderolas exclusivas CAM – zona de meta.

4. La patrocinada entregará a la Comunidad de Madrid un mínimo de 50 dorsales para sus invitados.

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 el arraigo de este tipo de eventos en nuestra Comunidad, así como 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 en este tipo de eventos, 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 45.000,00 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 evento se incluirá dentro de la Mapoma Running League, circuito de carreras de running constituido por la A. D. Mapoma y que da cabida a corredores de todos los niveles, creando una comunidad de running en torno al mismo de más de 50.000 atletas, los cuales generan alrededor de 500 millones de impactos a través de carreras, eventos, campañas de medios e impresiones en redes sociales y que fomenta entre ellos los hábitos de llevar vidas más activas y saludables.

La edición de 2025, alcanzó las siguientes cifras:

1. Medios digitales: Del 1 de enero al 8 de junio 2025

- Web oficial:
 - usuarios únicos: 64.715
 - páginas vistas: 269.223
 - Redes sociales:
 - Cuentas alcanzadas: +50.000
 - Engagement: +5.000 cuentas
 - Visitas al perfil: +30.000
 - Impresiones: +600.000
 - Newsletters: 7 envíos con más de 100.000 aperturas
2. Radio: 250 inserciones.
3. Prensa: Diario AS: 13 inserciones
3 páginas completas
5 medias páginas
5 faldones.
4. Televisión: vídeo resumen de 8 minutos en Teledeporte.
5. Street marketing: publicidad en 62 kioskos + 10 mupis digitales

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 45.000,00 euros, IVA incluido, que será posteriormente objeto de negociación hasta alcanzar la cifra definitiva que se imputará al subconcepto 28001, del programa 336A de la Ley 6/2025, de 23 de diciembre, de Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid para el año 2026.

EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES

Firmado digitalmente por: ALBERTO TOMÉ GONZÁLEZ -
***0441**

Fecha: 2026.03.17 09:23

Fdo: Alberto Tomé González