



INFORME DE NECESIDAD DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO POR LA COMUNIDAD DE MADRID DE LA NATIONAL FOOTBALL LEAGUE (NFL) QUE SE CELEBRARA EN MADRID EN 2026

Exp. P/SER-013983/2026

El Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid recoge, en su artículo 26.1.21 la competencia exclusiva en materia de promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial.

La *Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid*, en su Capítulo II del Título III se refiere a la promoción de turismo como el conjunto de actividades y medios a través de los cuales la Consejería competente en materia de turismo, favorece la demanda de servicios turísticos en la Comunidad de Madrid y apoya la comercialización de los productos turísticos regionales en el ámbito nacional e internacional.

Entre las competencias que tiene atribuida la Dirección General de Turismo y Hostelería por el Decreto 264/2023, de 5 de diciembre, del Consejo de Gobierno, están, entre otras, las de coordinación, fomento y planificación del sector y de la actividad turística y la sostenibilidad; la elaboración de estrategias y planes que faciliten la creación y promoción de productos de alto valor añadido para el turismo, con capacidad desestacionalizadora, así como la promoción del sector turístico madrileño a nivel nacional e internacional.

En la Estrategia de Turismo 2023-2026 se establece entre sus objetivos la mejora del posicionamiento y notoriedad del destino, así como favorecer el atractivo y competitividad del sector. Entre las líneas de trabajo previstas se encuentra el apoyo a la celebración de eventos de impacto turístico y del ámbito deportivo que contribuyan a reducir la estacionalidad de la demanda por su celebración en periodos de menor actividad turística, así como la realización de actuaciones de comarketing en aquellos eventos de elevado potencial de atracción de un turismo de valor.

El 29 de enero de 2026 se suscribió Protocolo General entre la Comunidad de Madrid y la National Football League (NFL) para el patrocinio de acciones de promoción turística en destino en el que se establecía entre otras que la NFL jugaría un partido en 2026 y en 2027, y durante ese periodo la Comunidad de Madrid será la sede exclusiva en España de los partidos de liga regular de la NFL.

La estrategia de promoción turística de la Comunidad de Madrid contempla acciones promocionales en colaboración con marcas con una alta penetración en mercados prioritarios. El mercado norteamericano es el primer mercado turístico para la Comunidad de Madrid, tanto por volumen de llegadas como por gasto turístico. En 2025 según datos del INE más de 1,1 millones de turistas norteamericanos visitaron la región, con una cifra de gasto de 3.322 millones de euros, un 26,1% más que el año anterior y con el mayor gasto medio por turista que se sitúa en 2.810 euros.

En 2025 en el que se celebró por primera vez en Madrid en el estadio Santiago Bernabeu un partido de la NFL con el patrocinio de la Comunidad de Madrid, este se retransmitió en directo en más de 150 países y territorios, y el mismo fue visto por más de 78.600 personas en el propio estadio y contó con 6,4 millones de espectadores en EEUU por vía TV y digital.

La marca "NFL Madrid Game" tuvo más de 50.000 menciones en medios con un alcance de 173.000 millones de personas, y en redes sociales un alcance de 400M incluyendo post de colaboraciones



La autenticidad de este documento se puede comprobar en
<https://gestiona.comunidad.madrid/csv>
mediante el siguiente código seguro de verificación: **1204024465450460142973**

La Consejería de Cultura, Turismo y Deporte consideran de interés público su participación en la celebración del partido de la National Football League (NFL) que se celebrará por primera vez en Madrid en 2026, lo que supone adherirse a una marca tan arraigada en la cultura americana como la NFL, porque esta representa el 75% del consumo total de todas las ligas deportivas en EEUU.

La participación de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte en este evento se pretende canalizar a través de un patrocinio publicitario con contraprestaciones a satisfacer a favor de la Comunidad de Madrid, que permitan poner en valor a la Comunidad de Madrid como un destino turístico con una oferta cultural, patrimonial, deportiva y de ocio de primer nivel, en un mercado emisor turístico preferente y con gran capacidad de gasto, y otros mercados turísticos con seguidores del fútbol y al que en muchos casos no se tiene acceso a esa escala con otras acciones promocionales

En concreto, la Comunidad de Madrid tendrá presencia, al menos, a través de:

✓ **Presencia de marca**

Asociación de propiedad intelectual con la NFL
Exclusividad sectorial (en España) – Compartida con el ayuntamiento de Madrid
Derecho inclusión del nombre <i>Madrid</i> insertado en el “escudo NFL” que actúa como logotipo durante el evento y la retransmisión del partido
Presencia del nombre <i>Madrid</i> insertado en el “escudo NFL” en gráficas y comunicaciones de la NFL online y offline que anuncien el partido, en los gráficos durante la retransmisión internacional del partido y en todos los materiales que contemple el plan de marketing destinado al evento.
Distribución de la presencia del nombre <i>Madrid</i> insertado en el “escudo NFL” en la guía de estilo que se distribuye a Clubs, Medios de Comunicación, televisiones y colaboradores comerciales
Inclusión de un enlace a la página web de turismo de la Comunidad de Madrid en la sección de patrocinadores de la página web oficial de la NFL
Presencia del logotipo de la Comunidad de Madrid en traseras junto a otros patrocinadores de NFL España en las siguientes ubicaciones: evento de kickoff para aficionados, exterior del estadio (vallas y pantallas exteriores), interior del estadio en concreto en el anillo superior impreso).

✓ **Activación digital**

Publicación de 4 posts/reels en la cuenta oficial de Instagram de la NFL anunciando el partido de temporada regular en Madrid. Cada una de las publicaciones captará al menos una imagen de recursos turísticos de la Comunidad de Madrid, dichos recursos se definirán con la DG de Turismo y Hostelería. La creación de contenidos queda a discreción de la NFL. La NFL compartirá el plan de contenidos con antelación y la Comunidad de Madrid aprobará los recursos finales en un plazo de dos días hábiles.
Publicación de 4 posts/reels en la cuenta oficial de Instagram de Mundo NFL. Cada una de las publicaciones captará al menos una imagen de recursos turísticos de la Comunidad de Madrid, dichos recursos se definirán con la DG de Turismo y Hostelería. La creación de contenidos queda a discreción de la NFL. La NFL compartirá el plan de contenidos con antelación y la Comunidad de Madrid aprobará los recursos finales en un plazo de dos días hábiles
La Comunidad de Madrid aparecerá en la aplicación del partido de la NFL (One Pass)



cumpliendo los requisitos comerciales tecnológicos y de seguridad existentes de dicha aplicación.

✓ **Activación durante la retransmisión televisiva del Madrid Game**

El broadcaster producirá contenido recogiendo imágenes de, al menos, 2 lugares turísticos emblemáticos de la Comunidad de Madrid. Los contenidos se emitirán durante la cobertura en directo del evento. La Comunidad de Madrid proporcionará dos tomas panorámicas con un mes de antelación. Si esta activación no fuera finalmente posible la NFL realizará activaciones en sus redes sociales por un valor equivalente.

✓ **Activación en sede**

Emisión de un vídeo promocional turístico de la Comunidad de Madrid (duración mínima de 30 segundos) que se exhibirá en el videomarcador 360º del Santiago Bernabéu.

Activación durante la semana de la Hispanidad del partido de la NFL.

✓ **Acciones especiales**

Acto de presentación del partido en Madrid con participación de un representante de la NFL y representación institucional de la Comunidad de Madrid a modo de bienvenida del Gobierno de la Comunidad de Madrid a la NFL.

Fam trip a un destino turístico de la Comunidad de Madrid que combine cultura y gastronomía para un invitado influyente clave con fines promocionales del destino CM.

✓ **Hospitality**

12 entradas de *Hospitality* para el partido de la NFL en Madrid en 2026
48 entradas de admisión general para el partido de la NFL en Madrid en 2026

Por todos estos motivos, dado el enorme interés mediático y turístico del evento, se propone la suscripción de un contrato de patrocinio estando previsto un precio de licitación de 1.500.000 euros impuestos incluidos que será posteriormente objeto de negociación hasta alcanzar la cifra definitiva que se imputará al subconcepto 28001, del programa 432A del presupuesto de gastos de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2026 con un importe de 1.500.000 €.

Madrid, a fecha de firma

LA DIRECTORA GENERAL DE TURISMO Y HOSTELERÍA

Firmado digitalmente por: MARTÍNEZ CERRO LAURA
Fecha: 2026.03.27 14:25

Fdo.: Laura Martínez Cerro

