

INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DE LA “COPA DE ESPAÑA DE ESCALADA URBANA (URBAN CLIMBING 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. Así mismo, facilitarán la adecuada utilización del ocio.

El Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid recoge, en su artículo 26.1.1.22 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 para 2026, Programa 336A, existe una dotación económica en el subconcepto 28001 (Promoción económica, cultural y educativa) y otra en el subconcepto 28300 (Promoción del deporte femenino) 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 denominado “Copa de España de Escalada Urbana (URBAN CLIMBING 2026)”, como instrumento idóneo para la promoción del deporte entre los ciudadanos de la Comunidad de Madrid.

La Copa de España de Escalada Urbana (*Urban Climbing 2026*), se celebrará los **17 y 18 de octubre de 2026 en Torrejón de Ardoz (MADRID)** presentándose no solo como una competición de alto nivel, sino como un manifiesto de la identidad madrileña contemporánea: dinámica, inclusiva y profundamente conectada con su patrimonio, con el respaldo de la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada

(FEDME) y alineada con los objetivos de salud, turismo y cohesión social de la administración regional, en un año en el que Torrejón de Ardoz asume la capitalidad como Ciudad Europea del Deporte 2026, donde la Comunidad de Madrid tiene la oportunidad de liderar un movimiento que fusiona la espectacularidad de una disciplina olímpica con la arquitectura viva de sus municipios.

El concepto de este evento busca capturar la esencia de un "Madrid vivo", ese rincón del mundo que está "más de moda que nunca" y es el mejor lugar para "emprender, estudiar y disfrutar". Al situar la escalada en las plazas y monumentos de Torrejón de Ardoz, el proyecto envía un mensaje potente sobre la reapropiación de los espacios públicos para el bienestar ciudadano y la promoción de hábitos de vida saludables en entornos seguros y familiares. No se trata simplemente de escalar muros; se trata de elevar la aspiración de una sociedad que no deja a nadie atrás, priorizando la visibilidad de la paraescalada como símbolo de que en Madrid las oportunidades son para todos.

Como Ciudad Europea del Deporte 2026, Torrejón se convierte en el escenario perfecto para demostrar que el dinamismo madrileño se extiende por todo el territorio regional. El evento actuará como el gran hito de esta capitalidad, atrayendo no solo a los mejores escaladores del mundo, sino a miles de turistas y familias que verán en Madrid una región capaz de innovar en la gestión del ocio y el deporte.

El proyecto ha sido diseñado para fomentar, entre otros, los siguientes principios de actuación:

- Innovación y Calidad: Uso de arquitectura urbana como bloques de escalada y tecnología de seguimiento digital mediante APP propia.
- Inclusión y Discapacidad: Categoría prioritaria de Paraescalada con atletas de élite mundial para fomentar la igualdad.
- Promoción de la Salud: Fomento de la actividad física contra el sedentarismo en jóvenes.
- Sostenibilidad Ambiental: Uso de estructuras efímeras no invasivas y protocolos de protección del mobiliario urbano.

El proyecto no solo cumple formalmente con estos requisitos, sino que los supera al integrar un sistema de evaluación y control de participantes mediante aplicaciones móviles, lo que permite una trazabilidad del impacto y una mejora continua de la experiencia del usuario.

Además, se contempla la figura del promotor de ejercicio físico habilitado, garantizando que la iniciación deportiva de los más jóvenes se realice bajo estándares de seguridad y excelencia técnica.

El evento lo organiza el Vocento Medios, S.A., de conformidad con sendos escritos, de fecha 25 de noviembre de 2025, aportados por la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada y por B3 Sportainment S.L., empresa adjudicataria y responsable de la gestión organizativa de la Copa de España de Escalada Urbana en virtud del contrato en vigor con la Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada (FEDME), certificando y comunicando formalmente la autorización a Grupo Vocento para la promoción, co-organización, difusión y desarrollo comunicativo de las pruebas oficiales que integran la Copa de España de Escalada Urbana.

La Copa de España de Escalada Urbana (*Urban Climbing 2026*), no es solo un evento deportivo; será una de las grandes citas deportivas del año para toda la familia en la

Comunidad de Madrid, con presencia de deportistas nacionales e internacionales, reuniendo en este evento deportivo: ENTORNO HISTÓRICO; GASTRONOMÍA; MÚSICA y COLOQUIOS, cuyo objetivo es:

1. Promover la escalada como disciplina accesible, sostenible e igualitaria.
2. Dar visibilidad a la paraescalada.
3. Fomentar el turismo deportivo y cultural en la Comunidad de Madrid.
4. Generar impacto económico local.
5. Impulsar el talento joven.
6. Posicionar la región como referente europeo en eventos de deporte urbano.

La Copa de España de Escalada Urbana (*Urban Climbing 2026*) se desarrollará en las siguientes categorías de BOULDER URBANO:

- Infantil
- Juvenil
- Absoluta
- Paraescalada

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 empresa Vocento Medios S.A., 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 Vocento Medios, S.A. a favor de la Comunidad de Madrid, que se indican 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 la firma del contrato puesto que las acciones de promoción comienzan antes de la celebración del evento.

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 al evento.

El evento incluirá el naming Comunidad de Madrid, denominándose: “Escalada Urbana Comunidad de Madrid 2026” o “Urban Climbing Comunidad de Madrid 2026”.

Asimismo, se llevará a cabo la siguiente campaña de difusión en medios de comunicación:

- Prensa Impresa: 15 páginas y 15 medias páginas de publicidad en ABC y diarios regionales, alcanzando a más de 7,4 millones de contactos.
- Suplementos Líderes: 5 páginas en MujerHoy y presencia en XL Semanal (líder absoluto con 5,7 millones de lectores).

- Campaña Digital: 12 millones de impresiones garantizadas a través de Roba páginas y Banners en toda la red digital de Vocento.
- Redes Sociales y RR.PP.: Gestión de contenidos en ABC, organización de rueda de prensa oficial y entrevistas institucionales a la presidencia de la CAM y alcaldía.
- Impacto Mediático Global: Se estima alcanzar un total de 55 millones de contactos a través de la red de medios (Print, Internet y TV colaboradora).

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 su arraigo en el deporte actual y su proyección exterior, así como la participación de los mejores deportistas nacionales, la trascendencia, su 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, dado el prestigio y la buena imagen del evento, el precio “de mercado” para participar en dicho evento por la Comunidad de Madrid como patrocinador del mismo, y el precio por ocupar espacios publicitarios con visibilidad, se cifra, como ya se ha indicado, a día de hoy en **100.000 euros, IVA y cualesquiera otros gastos incluidos**, de los cuales se imputarán 50.000 euros al subconcepto 28001 y otros 50.000 euros al subconcepto 28300 del programa 336A de los Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid para el año 2026. 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 análisis del impacto económico de un evento deportivo de esta escala debe realizarse bajo metodologías rigurosas de rentabilidad social y económica. La industria del deporte en Madrid es un motor estratégico que genera el 3% del PIB regional. El evento de Escalada Urbana 2026 actuará como un catalizador de esta riqueza, generando beneficios directos, indirectos e inducidos.

Para estimar el retorno, aplicamos el modelo de multiplicadores de gasto derivado de la actividad deportiva en la Comunidad de Madrid. El impacto total en la región de Madrid, se ha verificado que por cada euro de gasto directo generado por el sector deportivo, se producen 1,23 euros de impacto total en la economía local. Si consideramos una previsión de gasto directo vinculado a la organización y los asistentes de más de un millón de euros, la estimación de impacto real sobre el PIB regional superará ampliamente esta cifra.

La "economía indirecta" es el efecto arrastre sobre las cadenas de suministro de otros sectores, como la hostelería y la restauración, el gasto en alimentación fuera del hogar, el turismo y la ocupación hotelera de calidad, la activación de tiendas locales a través de la sinergia con el evento y la Ruta de la Tapa, el transporte hacia el Corredor del Henares y el impacto en el empleo son fundamentales. Con una afluencia prevista de 70.000 personas, el evento de Escalada Urbana sostendrá temporalmente cientos de empleos en los sectores de servicios, logística y seguridad de Torrejón de Ardoz y municipios limítrofes.

El evento también genera un retorno directo a las arcas públicas. La actividad de la industria deportiva en Madrid genera aproximadamente 1.831 millones de euros anuales

en retornos fiscales, lo que representa el 1,5% de la recaudación regional. Un evento de esta magnitud contribuye proporcionalmente a través del IVA generado por el consumo de los 70.000 asistentes, el IRPF de los empleos directos y el Impuesto de Sociedades de las empresas proveedoras.

El proyecto se alinea con la estrategia "Madrid Ciudad Verde y Saludable", promoviendo la movilidad sostenible y el uso de materiales biodegradables en toda la producción gráfica y logística. Al evitar grandes construcciones permanentes, la Escalada Urbana se posiciona como el modelo de evento deportivo del siglo XXI: espectacular en su ejecución y mínimo en su huella ecológica.

Para la Comunidad de Madrid, este proyecto ofrece:

- Excelencia Técnica y Aspiracional: Un escenario único con leyendas internacionales que atraerá todas las miradas hacia la región.
- Rentabilidad Social: Una apuesta decidida por la inclusión y el deporte base que deja un legado de valores en los más jóvenes.
- Eficiencia en la Inversión: Un plan de comunicación masivo que multiplica por 70 el valor del patrocinio institucional.
- Dinamización Económica: Un motor de gasto para el comercio y la hostelería local, fundamentado en multiplicadores económicos testados.

En definitiva, este expediente presenta una oportunidad irrepetible para que la Comunidad de Madrid lidere el movimiento de la escalada urbana en Europa, consolidando a Torrejón de Ardoz y a la Comunidad de Madrid como una verdadera capital del deporte.

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, estando previsto un precio de licitación de **100.000 euros, IVA y cualesquiera otros gastos incluidos**, que será posteriormente objeto de negociación hasta alcanzar la cifra definitiva, que se imputará en la cantidad de **50.000 euros al subconcepto 28001 y otros 50.000 euros al subconcepto 28300** del programa 336A de los Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid para el año 2026

EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES
Firmado digitalmente por: TOMÉ GONZÁLEZ ALBERTO
Fecha: 2026.05.04 14:37

Fdo: Alberto Tomé González