

INFORME DE NECESIDAD E IDONEIDAD

CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DEL TORNEO INTERNACIONAL DE FÚTBOL BASE - MADCUP 2026

EXPEDIENTE N.º: 40/2026

Relaciones Externas

Subdirección de Apoyo y Relaciones Institucionales

1. OBJETO DEL CONTRATO

A. TIPO DE CONTRATO:

- ☐ CONTRATO DE OBRAS
- ☐ CONTRATO DE SUMINISTROS
- ☒ CONTRATO DE SERVICIOS

B. OBJETO DEL CONTRATO:

El objeto del presente contrato es la prestación de los servicios de patrocinio a fin de promocionar la imagen de Canal de Isabel II, S.A., M.P. realizando todos los trabajos necesarios para situar el logo y mencionar a la empresa pública, como patrocinadora del evento, en todos los elementos de difusión, programas y material que sean realizados para el sexto torneo internacional de fútbol MADCUP, S.L. 2026, cuya sede se encuentra en la Ciudad Deportiva del Atlético de Madrid en Alcalá de Henares (Madrid) que tendrá lugar del 19 al 24 de junio de 2026 ambos inclusive.

Como parte del retorno que obtendrá Canal de Isabel II, S.A., M.P. (en adelante “Canal de Isabel”) gracias a este patrocinio, destacan las siguientes condiciones:

- Producción de 20.000 botellas de aluminio de medio litro rellenables, personalizadas con la imagen de Canal de Isabel II (175 aniversario) y la Comunidad de Madrid. Cabe poner de manifiesto que las botellas puestas a disposición por MADCUP, S.L. son producidas por la empresa Ocean52, empresa que se dedica a la venta de latas de agua y destina el 52% de sus beneficios a sacar plástico del mar. Estas botellas serán para los jugadores participantes en esta edición del torneo internacional MADCUP 2026, así como para entrenadores, staff, árbitros, responsables de sedes y campos, voluntarios y cualquier otro personal del torneo.
- La elaboración de un plan específico de comunicación y patrocinio.
- La puesta a disposición del MADCUP TV un canal único para la indexación de vídeos y enlaces directos a través de banners interactivos durante la reproducción de contenidos en MADCUP TV.
- La inclusión de publicidad sobre Canal de Isabel II en la app del torneo. Se dispondrá de dos banners.
- La presencia en Marca Plus del Diario Marca y otras plataformas, a través de entrevistas a directivos de Canal de Isabel II en MARCA PLUS y RADIO MARCA.
- La inclusión del logo de Canal de Isabel II en la web y en las redes sociales, con promoción y campañas específicas en las redes sociales del MADCUP.
- La presencia del logo de Canal de Isabel II en invitaciones, carteles y notas de prensa que serán enviadas desde la organización del torneo MADCUP.
- Presencia de Canal de Isabel II en la realización de comunicaciones digitales con información relevante acerca del torneo a clubes y equipos.

- Participación en la presentación del Torneo MADCUP en el auditorio de MARCA en mayo de 2026.
- Presencia de la marca Canal de Isabel II en sedes de MADCUP, fiesta de celebración y desfile de equipos MADCUP en el estadio Riyadh Air Metropolitano el 21 de junio.
- La reserva de un espacio para eventual instalación de una carpa informativa de Canal de Isabel II en alguna de las sedes principales del torneo.
- Presencia del water truck de Canal de Isabel II en algún evento, en función a la disponibilidad.
- La facilitación de consejos a los equipos durante la celebración de los partidos, sobre el uso y gestión del agua.
- La inclusión del logo de Canal de Isabel II en el video promocional del Torneo.
- La reserva de seis butacas a disposición de Canal Isabel II en el Palco presidencial Riyadh Air Metropolitano, en la fiesta de celebración del 21 de junio de 2026.
- La emisión de vídeo corporativo de Canal de Isabel II en videomarcadores durante la fiesta de celebración.
- Presencia de un representante de Canal de Isabel II en la entrega de premios en diferentes categorías del torneo en la tarde del 24 de junio de 2026.
- Encuesta de perfil y hábitos: habilitación de pregunta/s de temas de interés de Canal de Isabel II en la encuesta de perfil, hábitos y consumo entre los asistentes al torneo, equipos, jugadores, staff técnico, familiares y fans.
- La presencia de logo y mensajes sobre Canal de Isabel II en el making off final del Torneo.

Las prescripciones técnicas se definirán aplicando criterios de sostenibilidad y protección ambiental, de acuerdo con las definiciones y principios regulados en los artículos 3 y 4, respectivamente, del Texto refundido de la Ley de prevención y control integrados de la contaminación aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2016, de 16 de diciembre.

C. DIVISIÓN EN LOTES:

☒ **NO**

☐ **SÍ**

Canal de Isabel II, S.A., M.P. no ha dividido el objeto del contrato en lotes debido a la propia naturaleza del objeto del mismo, al tratarse de un proveedor único.

2. PLAZO DE DURACIÓN O DE EJECUCIÓN

El presente contrato tendrá una duración de CUATRO (4) MESES desde su formalización.

3. MEMORIA ECONÓMICA

A. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN (PBL)

	BASE	IVA	TOTAL
PBL	37.000,00	7.700,00	44.770,00

B. ÁMBITO DE APLICACIÓN

EMPRESA DEL GRUPO	Importe
CANAL DE ISABEL II, S.A. (M.P.)	37.000,00
TOTAL (Presupuesto Base de Licitación s/ IVA)	37.000,00

C. PARTIDA PRESUPUESTARIA

Gasto:			
CEGE	CUENTA	POSICIÓN	ORDEN
H150002	627000	G/627000/000002	62009660

Línea Estratégica:

* Descripción Línea Estratégica	* Descripción Línea Estratégica
☐ LE01: Garantía y continuidad del suministro	☐ LE06: Nuestros profesionales
☐ LE02: Calidad del agua	☐ LE07: Transformación digital e innovación
☐ LE03: Calidad ambiental	☐ LE08: Gestión económico-financiera sostenible
☐ LE04: Transición energética	☐ N/A: No Aplica
☒ LE05: Clientes y sociedad	

D. ESTIMACIÓN DE DISTRIBUCIÓN PRESUPUESTARIA POR ANUALIDADES

D.1 DISTRIBUCION DEL PRESUPUESTO INICIAL:

AÑO	GASTO	INVERSIÓN	TOTAL (s/IVA)
2026	37.000,00	0	37.000,00
TOTAL (S/ IVA)	37.000,00	0,00	37.000,00

E. ¿ESTE CONTRATO ES SUSTITUCIÓN O RENOVACIÓN DE UNO YA EXISTENTE?

☒ SI
☐ NO

SI HA RESPONDIDO SÍ, INDICAR CUÁL/CUÁLES SON LOS CONTRATOS RENOVADOS:

Sustituye al contrato 27/2025 PATROCINIO PUBLICITARIO DEL TORNEO INTERNACIONAL DE FÚTBOL BASE - MADCUP 2025

F. ¿SE ENCUENTRA INCLUIDO EN LA PLANIFICACIÓN PLURIANUAL VIGENTE?

☒ SI Código asignado: PCCYII 26-044
☐ NO

4. MEMORIA JUSTIFICATIVA

A. NECESIDAD E IDONEIDAD DEL CONTRATO

A.1: NECESIDADES QUE SATISFACER:

Con el objetivo de dar a conocer las campañas llevadas a cabo por Canal de Isabel II, S.A., M.P., relativas a la gestión de un recurso esencial y de máxima calidad: el agua, es voluntad de esta empresa pública, participar en el patrocinio específico de la acción de vinculación de las 17 categorías del Torneo con los 17 objetivos de desarrollo sostenible (en adelante, "ODS"), dedicando el foco de MADCUP 2026 al ODS 6: disponibilidad y gestión sostenible del agua y saneamiento para todos.

MADCUP S.L. es la organizadora, con la colaboración de la Comunidad de Madrid, la Academia del Atlético de Madrid, la Real Federación de Fútbol de Madrid, la Real Federación Española de Fútbol y la Onu Turismo, de este torneo referente a nivel mundial de fútbol base federado y formativo, celebrándose cada año, durante una semana, en junio en la Comunidad de Madrid. MADCUP es un proyecto, no solo deportivo, sino formativo y de educación en valores y principios del ser humano y del deportista, por lo que va a prestar una especial atención a los valores y a los diecisiete (17) objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, por un mundo mejor.

MADCUP es más que un torneo internacional de fútbol base, es un proyecto educativo y formativo que une el deporte, el turismo, la cultura, la salud y la educación alrededor de una gran competición deportiva. MADCUP apuesta claramente por el deporte como herramienta de formación para transmitir valores tan importantes como; el respeto, la empatía, la sostenibilidad, el compañerismo, la igualdad, la superación personal, el esfuerzo, la cooperación o el respeto por uno mismo y por los demás.

MADCUP 2026 se desarrollará en Madrid, España, del 19 al 24 de junio de 2026 y contará con equipos masculinos desde sub-7 hasta sub-19 y equipos femeninos desde sub-12 hasta sub-19, así como categorías inclusivas. En 2025, participaron más de 840 equipos procedentes de 41 países, como México, Estados Unidos, Honduras, Omán, Líbano, Kuwait, Japón, Canadá, Reino Unido, Argentina, Brasil, Colombia o Corea del Sur, con más de 15.000 jóvenes futbolistas de equipos masculinos, femeninos e inclusivos, disputando más de 2.400 partidos en 32 sedes distribuidas en Alcalá de Henares, Torrejón de

Ardoz, Leganés, Pozuelo de Alarcón, Alcobendas, San Fernando de Henares, Las Rozas, Madrid y Paracuellos del Jarama.

El patrocinio de este torneo proporcionará una visibilidad significativa de la marca Canal de Isabel II en gran parte de la Comunidad de Madrid. La amplia participación y la distribución geográfica de los partidos aseguran que la marca sea vista por una audiencia diversa y extensa. Además, la presencia en municipios destacados refuerza nuestra imagen y compromiso con la comunidad local.

El torneo ofrece una oportunidad única a sus participantes de disfrutar su pasión por el fútbol disputando una emocionante competición, en la que se sentirán auténticos futbolistas profesionales al mismo tiempo que compartirán una increíble experiencia multicultural. Esta competición cuenta con la aplicación MADCUP para el seguimiento de partidos en vivo, así como clasificaciones, horarios, sedes y todo tipo de información que hará que toda la comunidad del fútbol base esté conectada en un mismo entorno. Además, cuenta con una OTT propia, MADCUP TV, con todo tipo de contenido futbolístico: drills, reportajes, entrevistas, retransmisión de muchos de los partidos en streaming, etc.

En la sexta edición de la competición se vuelve a apostar por la inclusión y la diversidad celebrando de nuevo una competición de fútbol inclusivo.

A.2: IDONEIDAD DE LA PROPUESTA PLANTEADA:

Con este patrocinio, Canal de Isabel II obtiene un beneficio único en cuanto a la exposición, visibilidad y reconocimiento de marca de la empresa, tanto nacional como internacional, al asociarlo con este torneo internacional debido a la naturaleza y magnitud del mismo, generando un impacto positivo en la percepción de la marca. Además, se asocia la imagen de marca con valores positivos que se tratan de inculcar desde este torneo y estos deportes como el trabajo en equipo, la dedicación y la salud, donde el agua es un elemento esencial para este elemento ya que está directamente relacionado con el rendimiento deportivo.

Las cifras que presentó el quinto torneo de MADCUP con más de quince mil participantes procedentes de más de 41 países de 5 continentes, más de 840 equipos, más de 2.400 partidos disputados, y más de 220.000 espectadores, genera un alcance internacional del patrocinio único.

Por otro lado, la promoción y comunicación del evento de MADCUP al estar posicionado como un torneo referente del fútbol base internacional, ha generado acuerdos con los principales medios de comunicación internacionales y españoles, entre los que destacan, AGENCIA EFE, MARCA, RADIO MARCA, MOVIS-TAR +, DAZN o TELEMADRID que generan un impacto muy significativo en la imagen corporativa de la empresa. El año pasado, el torneo contó con más de 848 millones de OTS (oportunidad to see – número de personas del público objetivo que recibe un mensaje), así como con embajadores reconocidos a nivel mundial como pueden ser Fernando Torres, David Villa, Koke Resurrección, Juanfran Torres, etc. que aportan un valor añadido al evento.

Se ha obtenido la autorización previa de la Consejería de Medio Ambiente, Agricultura e Interior a la que se refiere la disposición adicional sexta de la Ley 15/2023, de 27 de diciembre. Se adjunta la autorización de la Consejería.

A.3: JUSTIFICACIÓN DE LA INSUFICIENCIA DE MEDIOS:

Canal de Isabel II, S.A., M.P. no puede realizar el presente contrato con medios propios debido a la propia naturaleza del mismo al tratarse de un servicio de patrocinio publicitario que sólo puede ser encomendada a la empresa propuesta por ser ésta la organizadora del evento objeto de patrocinio.

B. JUSTIFICACIÓN DE LOS VALORES ECONÓMICOS

Se mantiene el mismo presupuesto base de licitación que en el procedimiento anterior (27/2025) ya que se tiene como referencia los costes de patrocinio de las botellas personalizadas con la imagen de Canal de Isabel II que serán puestas a disposición por la empresa a invitar MADCUP S.L., los gastos asociados a la aparición de la marca Canal de Isabel II en todos los soportes publicitarios, incluida la web del torneo y sus redes sociales, así como los costes de llevar a cabo todas las acciones de comunicación anteriormente mencionadas con el siguiente desglose:

- ✓ Acciones de Comunicación mencionadas en el apartado 1.B del presente informe para el patrocinio de la sexta edición: **15.000 euros.**
- ✓ Botella personalizada con la imagen de Canal de Isabel II para todos los jugadores, para entrenadores, staff, árbitros, responsables de sedes, campos, voluntarios y cualquier otro personal del torneo: 20.000 unidades a 1,10 € la unidad: **22.000 euros.**

5. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN

- ☐ ABIERTO
- ☒ NEGOCIADO
- ☐ CONTRATACIÓN BASADA EN ACUERDO MARCO (AM)
- ☐ CONTRATACIÓN ESPECÍFICA DERIVADA DE SISTEMA DINÁMICO DE ADQUISICIÓN (SDA)

EN EL CASO DE PROCEDIMIENTO NEGOCIADO, INDICAR EL SUPUESTO QUE CORRESPONDA:

- ☒ DERECHOS EXCLUSIVOS
- ☐ RAZONES TÉCNICAS
- ☐ DESIERTO ANTERIOR
- ☐ URGENCIA
- ☐ OTROS

El procedimiento que se seguirá para la contratación será el negociado sin publicidad (artículo 168.a) 2º de la LCSP), dado que, con base en todos los motivos expuestos en el presente informe de necesidad e idoneidad, el contrato sólo puede ser encomendado a un empresario determinado (empresa MADCUP, S.L.) por ser ésta la organizadora del evento.

RESPONSABLE DEL CONTRATO:

Se designa como responsable del contrato a efectos de lo establecido en el artículo 62 de la LCSP a la Coordinadora de Relaciones Externas.

Firmado electronicamente por: Ortiz Gudiel, Rosa María
En la fecha y hora 23.04.2026 09:08:30 CEST

Rosa María Ortiz Gudiel
Coordinadora de Relaciones Externas

Firmado electronicamente por: Fernando Arlandis Pérez
En la fecha y hora 23.04.2026 13:02:06 CEST

Fernando Arlandis Pérez
Subdirector de Apoyo y Relaciones Institucionales

Firmado electronicamente por: Mariano González Sáez
En la fecha y hora 27.04.2026 14:11:44 CEST

Mariano González Sáez
Consejero delegado