

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE REGIRÁ EL CONTRATO PRIVADO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS “MUSSARA 24 HORAS COMUNIDAD DE MADRID 2026” Y “MUSSARA COMUNIDAD DE MADRID 2026”.

1.- OBJETO

Es objeto del presente Pliego regular las Prescripciones Técnicas relativas al contrato privado de patrocinio por parte de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid del evento deportivo denominado **“Mussara 24 Horas Comunidad de Madrid 2026”** y del evento deportivo denominado **“Mussara Comunidad de Madrid 2026”**.

2.- LUGAR, DURACIÓN Y CONTENIDO DEL EVENTO

El evento denominado **“Mussara 24 Horas Comunidad de Madrid 2026”** se celebrará los días 11 y 12 de julio de 2026, en el Circuito de Madrid Jarama – RACE, San Sebastián de los Reyes, Madrid.

Esta competición de ciclismo de ultraresistencia se desarrollará en formato de 12 o 24 horas, por equipos de 2, 4, 6 u 8 participantes, con el objetivo de completar el mayor número de vueltas en un circuito de 3,850 km.

Por otra parte, el evento deportivo denominado **“Mussara Comunidad de Madrid 2026”**, se celebrará el día 27 de septiembre de 2026, en Villanueva de la Cañada, Madrid.

Es una marcha cicloturista, no competitiva, de carretera con salida y llegada en la población de Villanueva de la Cañada, con dos opciones de recorrido de 108 km y 167 km y un desnivel de 1500 m y 2900 m respectivamente, con un relieve cambiante que ofrece la sierra de Madrid y sus alrededores, con puertos de montaña, carreteras estrechas como la Escondida o puertos cortos pero intensos como Santa María de la Alameda o Robledondo.

3.- DESARROLLO DEL PATROCINIO

Los dos eventos se desarrollarán de acuerdo con las siguientes prescripciones técnicas:

Primera.- La patrocinada se responsabilizará que los eventos dispongan de las pólizas de seguros que exija la normativa vigente en este tipo de actividades, así como cuantos permisos o autorizaciones administrativas sean preceptivos. En todo caso y de forma expresa, la patrocinada mantendrá indemne a la Comunidad de Madrid de toda responsabilidad frente a terceros, participantes o espectadores que pudiera derivarse de la celebración de los eventos.

Segunda.- La Comunidad de Madrid adquiere la condición de PATROCINADOR OFICIAL de **“Mussara 24 Horas Comunidad de Madrid 2026”** y de **“Mussara Comunidad de Madrid 2026”**, pudiendo difundir o utilizar este título en cuantas acciones publicitarias estime oportunas.

Tercera.- La adjudicataria deberá garantizar que la Comunidad de Madrid tenga presencia publicitaria en los eventos 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 de los eventos, exhibiéndose asimismo en todas las sedes y en los diversos eventos promocionales y ruedas de prensa, o similares, que se celebren con ocasión de los mismos, así como anteriormente o

con posterioridad a los eventos. En concreto, la Comunidad de Madrid tendrá presencia en los siguientes soportes:

Con la firma del contrato, la adjudicataria deberá garantizar que la Comunidad de Madrid tenga presencia publicitaria en los dos eventos 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 de los dos eventos, 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 los eventos. En concreto, la Comunidad de Madrid tendrá presencia en los siguientes soportes:

- A) Naming de las dos pruebas: “Mussara 24 Horas Comunidad de Madrid 2026” y “Mussara Comunidad de Madrid 2026”
- Visibilidad y notoriedad a través de la asociación con la Comunidad Mussara: Eventos físicos, el plan de medios, la campaña de comunicación y el impacto en su base de datos de más de 70.000 contactos, así como en sus redes sociales (Instagram: 23,6k seguidores; Facebook: 25k seguidores; STRAVA: 11,5k miembros).
 - Campaña digital:
 - Social Media: Publicaciones quincenales en RRSS.
 - Newsletters: Envío a la base de datos de contenidos de la prueba y exclusivos de la marca.
 - Página web: Visibilidad destacada en la home, así como artículos vinculados a la Comunidad de Madrid.
 - Paid Media: Presencia destacada en la campaña digital de promoción de la prueba.
 - EarnedMedia: Generación de contenidos relacionados con la carrera y su vinculación con la Comunidad de Madrid
 - Presencia en las Notas de prensa de la carrera.
 - Plan de medios: conjunto en canales propios y media partners:
 - Mundo Deportivo: 6 Brandedcontent destacados y 2 MM Impresiones en banners.
 - La Vanguardia: 2 Brandedcontent destacados y 1.000.000 impresiones en banners.
 - Soportes en carrera:
 - Zona Expo: Stand con imagen de marca, arco y banderolas.
 - Recorrido: arco propio en punto intermedio de la marca, logos en zonas de avituallamientos, puntos kilométricos y señalización de carrera.
 - Zona Meta: Logo en la llegada, arco propio de la marca, presencia de la marca en vallas de meta y banderolas.
 - Lona Salida: Logo en arco de salida, arco propio de la marca, presencia de la marca en vallas de salida y banderolas.
 - Activación sobre el terreno:
 - Zona Expo: Presencia de stand de marca en la zona expo.
 - Bolsa del corredor: Samplingde producto, folletos y generación de base de datos.
 - Carrera: Zonas demo, entrega de premios y sorteos.
 - Programas de RPP:
 - Elementos para incentivos: Maillots oficiales de la prueba, dorsales, para la prueba, dorsales con descuento y Vip Experience para invitados.

Hospitality: Posibilidad de carpa propia de atención invitados y programa exclusivo de atención a invitados (fisioterapia, catering, etc.).

Acciones especiales: Posibilidad de capitalizar las MussaraExperiences, posibilidad de realizar activaciones con embajadores y crew, posibilidad de organizar presentación del proyecto en la sede de la marca con presencia de embajadores, prensa, etc...) y programas a medida (Pro Am).

Siempre que se lleve a cabo la inserción de la imagen institucional de la Comunidad de Madrid, ésta deberá ser aprobada previamente por los representantes de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid.

Cuarta.- Toda la organización, producción y montaje de los dos eventos, incluidos los elementos promocionales, correrán por cuenta de la patrocinada, siendo a su cargo los medios materiales y personales precisos para el perfecto desarrollo de los mismos.

Quinta.- La patrocinada entregará a la Comunidad de Madrid, a la finalización de cada uno de los dos eventos, una memoria detallada en la que se recojan los impactos publicitarios para la imagen institucional del patrocinador.

Sexta.- Cualquier cambio o modificación en la organización o desarrollo de los eventos, habrá de ser previamente comunicado a la Comunidad de Madrid, quien se reserva el derecho a proceder a la resolución del contrato y retirar su patrocinio de los eventos, con restitución de las cantidades en su caso percibidas.

4.- DIRECCIÓN TÉCNICA DE LOS TRABAJOS:

La dirección de los trabajos objeto del presente pliego, corresponderá al Subdirector General de Gestión Deportiva de la Dirección General de Deportes.

Firmado digitalmente por: TOMÉ GONZÁLEZ ALBERTO
Fecha: 2026.05.06 09:30
EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES

Fdo: Alberto Tomé González