

INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO PRIVADO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS “MUSSARA 24 HORAS COMUNIDAD DE MADRID 2026” Y “MUSSARA COMUNIDAD DE MADRID 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 26.1.1.22 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 los subconceptos 28001 (Promoción económica, cultural y educativa) y 28300 (Actividades, Tecnificación y Promoción Deportiva) 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 “Mussara 24 Horas Comunidad de Madrid 2026” y del evento deportivo denominado “Mussara Comunidad de Madrid 2026”, como instrumento idóneo para la promoción del deporte entre los ciudadanos de la Comunidad de Madrid.

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 6, 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 automovilismo.

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, con, al menos, dos recorridos en la Comunidad de Madrid: corto de 90-130 km y largo de 140-180 km, diseñados para ofrecer una experiencia completa a ciclistas de distintos niveles. El evento incluye una Expo Sports el día previo para la recogida de dorsales, una Family Ride, pasta party al finalizar y un conjunto de servicios integrales para el participante: asistencia mecánica, servicios médicos, señalización completa del recorrido entre otros.

MUSSARA nació en 2014 con el objetivo de transformar el ciclismo amateur y acoger a todos aquellos que querían sentirse profesionales por un día.

A lo largo de estos años, Mussara ha sido la marca pionera que ha ido transformando la experiencia del cicloturismo, marcando tendencia hasta convertirse en el gran referente del sector.

Con presencia nacional también en otras ciudades como Barcelona o San Sebastián y acciones durante todo el año, Mussara es el único gran circuito de pruebas cicloturistas en España, siendo la comunidad líder del ciclismo amateur.

Casi 8 millones de españoles declaran montar en bicicleta con cierta regularidad, y 2,8 millones con asiduidad. A nivel amateur, el ciclismo ha explotado, además, como deporte social.

Ambos eventos los organiza la empresa RPM Racing, S.L.U. Según consta en la declaración responsable de fecha 2 de abril de 2026, que se adjunta al expediente, dicha empresa, “es propietaria de la Rama de Actividad “MUSSARA” así como otras marcas vinculadas al mismo, englobando este negocio y actividad las carreras de cicloturismo, así como cualquier evento o proyecto de ciclismo desarrollado bajo el nombre MUSSARA (rama de actividad)”. Asimismo, se adjunta Registro de Marca de fecha de consulta de 8 de abril de 2026, con el nº de registro M4031939(3) – MUSSARA.

La participación de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte en estos dos eventos se pretende canalizar a través del patrocinio publicitario, teniendo como entidad patrocinada la empresa RPM Racing, S.L.U., como entidad organizadora en exclusiva de los dos eventos, 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 RPM Racing, S.L.U. 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 de los eventos.

Así, 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 RRPP:
 - 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.

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 un gran número de deportistas amateurs 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 de los dos eventos, el precio “de mercado” para participar en dichos eventos 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 200.000,00 euros. Este coste está en función del valor de mercado que en cada momento tienen los eventos que se patrocinan.

El valor de mercado, en definitiva, lo da la importancia y repercusión de los eventos. 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 impacto económico de la celebración de estos eventos en la región es indudable. Un evento deportivo como Mussara aporta, por un lado, un retorno económico a la Comunidad de Madrid, a la vez que genera un impacto social entre los participantes y sus acompañantes.

La aportación económica es un activo innegable. La idiosincrasia de la prueba garantiza una estancia en la Comunidad de Madrid de un mínimo de tres días, además de que la participación grupal invita a acudir en grupos grandes, habitualmente siendo estos familiares de los participantes.

El retorno económico, determinado mediante el gasto promedio diario por individuo, se ve favorecido por las circunstancias de cada una de estas pruebas. La dimensión mediática se ve favorecida por un circuito de pruebas ciclistas que a lo largo del año se complementan y aportan visibilidad mutuamente.

Los eventos deportivos Mussara constituyen un importante atractivo turístico y económico para la Comunidad de Madrid, al generar gasto directo en alojamiento, hostelería, transporte, combustible y servicios locales para cientos de participantes y acompañantes.

La “Mussara 24 h Comunidad de Madrid 2026”, reúne aproximadamente entre 400 y 500 ciclistas. En base a experiencias de eventos similares, se estima un impacto económico para la Comunidad de Madrid del orden de 200 a 400 mil euros, derivado principalmente de hoteles, restauración, tiendas deportivas y servicios de la zona.

Por su parte, la “Mussara Comunidad de Madrid 2026”, con unos 800 participantes, que transitan por varios municipios del noroeste madrileño, se estima un impacto económico en torno de 400 a 700 mil euros, concentrando en alojamiento, restauración y comercios locales, contribuyendo así a dinamizar la economía de la comarca y reforzar la marca turística de la zona.

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 200.000,00 euros, IVA incluido, que será posteriormente objeto de negociación hasta alcanzar la cifra definitiva que se imputará por partes iguales a los subconceptos 28001 y 28300, del programa 336A del presupuesto de gastos de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2026.

EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES
Fdo: Alberto Tomé González

Fecha: 2026.05.06 09:30

Fdo: Alberto Tomé González