

INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DE "PREMIER PÁDEL COMUNIDAD DE MADRID P1" 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 26.1.22 la competencia exclusiva en materia de deporte.

La Ley 15/1994, 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 (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, así como a la promoción de la participación de la mujer en todas las competiciones, desde el deporte de base hasta el alto rendimiento.

En ejercicio de dichas atribuciones y dado el éxito de la edición de 2024, la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte considera de interés público su participación en la celebración del evento denominado "Premier Pádel Comunidad de Madrid P1", como instrumento idóneo para la promoción del deporte entre los ciudadanos de la Comunidad de Madrid.

Tras la absorción de WPT (World Padel Tour) por parte de Premier Padel comenzó un nuevo capítulo en la historia de esta modalidad deportiva. El nuevo circuito oficial de pádel profesional regido por la Federación Internacional de Padel (FIP) y respaldado por la Asociación de Padel Profesional (PPA) y la asociación Internacional de Jugadores de

Padel (IPPA), se puso en marcha en 2022 y en su primer año se convirtió en el circuito de más rápido crecimiento en el deporte mundial. Más de 500 jugadores y jugadoras en todo el mundo compitieron en torneos de Premier Padel en su primer año, retransmitiéndose en más de 180 países y llegando a más de 150 millones de hogares. Sólo la temporada inaugural (2022) de Premier Padel generó 22,7 millones de visitas en YouTube. El circuito mundial Premier Padel ya se ha convertido en el principal circuito de pádel y en uno de los proyectos más apasionantes del deporte mundial. Esta temporada 2026, el circuito comenzó España en el mes de marzo, en Gijón, y terminará en diciembre en Barcelona, con un total de 6 torneos.

En el Premier Padel Comunidad de Madrid P1 se darán cita los mejores jugadores profesionales del circuito, de diversas nacionalidades, disputándose más de 100 partidos.

Con la celebración de este torneo de nuevo en 2026 en la Comunidad de Madrid se persigue que el circuito considere la oportunidad de consolidar la prueba de nuestra región en el calendario, manteniéndose a lo largo de los años como una de las citas obligadas del circuito de Premier Padel, al igual que se han consolidado otros grandes eventos deportivos como el circuito ATP de tenis.

El pádel es uno de los deportes de mayor crecimiento en el mundo con más de 35 millones de jugadores en todo el mundo, 150 países en los que se practica, más de 850.000 licencias y más de 77.000 pistas construidas. Además, cuenta con participación dividida equitativamente entre hombres y mujeres, de todas las edades y orígenes. En muchos países, este deporte ocupa el segundo lugar después del fútbol en términos de popularidad.

En nuestro país, el pádel arrastra a más de 4 millones de jugadores, lo que supone el 20% del total a nivel mundial, y más de 16.000 pistas (el 32% del total mundial). Además, cuenta con en torno a 96.561 licencias, y de las cuales más de 30.000 son femeninas. Asimismo, cuenta con más de 1200 clubes. En la Comunidad de Madrid el pádel supera los 10.000 deportistas federados, con más de 3.000 licencias femeninas y más de 125 clubes.

Premier Padel LLC, propietaria de los derechos del circuito Premier Padel, ha otorgado a la empresa Premier Padel Spain, S.L., el derecho exclusivo y la licencia para organizar y albergar el torneo de Premier Pádel objeto del contrato, tal y como consta en la documentación adjunta al expediente.

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 Premier Padel Spain, S.L., 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 Premier Padel Spain, S.L. 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.

Así la Comunidad de Madrid tendrá presencia publicitaria en el evento y su imagen estará 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. En concreto, la Comunidad de Madrid tendrá presencia, al menos, en los siguientes soportes:

1. Derechos en la Sede Oficial:

- Patrocinador oficial institucional.
- Derecho de uso de fotos, vídeos e IP y marca del torneo para promociones.
- Derecho a utilizar una pista del recinto para activaciones de la Comunidad de Madrid.

2. Presencia de marca:

- 6% del tiempo de exposición en los LED de pista. 200 segundos cada 33 minutos (aproximadamente 363 segundos cada hora).
- 6% del tiempo de exposición logo en el Led estático frontal de pista.
- Logo en el cubre de las redes de las pistas
- Logo en el poste de la red de las redes de pista
- Logo en el backdrop media y flash interview. Tanto en la parte superior como en la zona principal de sponsors
- Presencia de la marca en los virtuales laterales de pista que aparecen en TV
- Logo en la moqueta de salida de pista

3. Digital y medios de comunicación:

- Logotipo y enlace en la web.
- Nota de comunicación del acuerdo entre partes.
- Creación conjunta de contenidos online.
- Un spot de 20" por partido en las pantallas de la pista central.
- Logo en todo el material oficial del evento tanto físico como digital.
- Derecho a realizar una acción promocional en las Redes Sociales del Torneo.

4. Actividades especiales:

- Un representante en la entrega de premios del torneo.
- Presentación del torneo en un lugar emblemático de la ciudad con jugadores y jugadoras participantes en el torneo.
- Derecho a utilizar una pista del recinto para activaciones.
- Derecho a contar con dos jugadores/as para realizar una acción promocional del territorio.

5. Hospitality:

- 1 palco VIP de 6 plazas con su correspondiente acceso a la zona de hospitalidad.
- 40 entradas generales por día de torneo.
- 10 VIP Tickets por día de torneo.
- 2 plazas en el palco de presidencia del torneo.

Respecto a la valoración económica de la aportación para este tipo de elementos publicitarios y cesión de espacios en el caso de la competición cuyo patrocinio nos ocupa, dado su arraigo en el deporte mundial y su proyección exterior, así como dada la

participación de los mejores deportistas de esta modalidad deportiva, 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 500.000 euros. 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 impacto económico de la celebración de este evento es indudable. Las cifras del evento de Premier Padel celebrado en Madrid en 2024 son las siguientes:

La marca Comunidad de Madrid generó 291 horas de exposición televisiva, con un valor total de patrocinio neto de más de 3.4 millones de euros.

El valor de la marca fue visible en 10 ubicaciones de patrocinio, la más impactante de las cuales fue el suelo de la pista. La ubicación del patrocinador fue testigo de 110 horas de exposición de la marca, con un valor neto de patrocinio de más de 10 millones de euros. La pista constituyó el 35% del valor total del patrocinio neto de la marca en televisión.

Los medios de comunicación secundarios aportaron 271.102 euros a la Comunidad de Madrid. Impulsados por la prensa en línea, 65 artículos hicieron referencia a la marca, aportando 216.259 euros, lo que equivale al 80% del valor total de los medios secundarios.

La marca Comunidad de Madrid P1 fue testigo de 638 horas de exposición de la marca en el evento, contribuyendo a un valor total neto de patrocinio de casi 6 millones de euros.

El valor de la marca se obtuvo a partir de cinco emplazamientos de patrocinio, el más valioso de los cuales fue la red, que generó 627 horas de exposición de la marca y 5.780.000 euros, lo que representa el 97% del valor total del patrocinio neto de la marca en televisión. A continuación, se situó la marca en la cancha, que generó 147.400 euros a partir de 10 horas de exposición.

Las fuentes de medios secundarias generaron 297 euros para el evento, con 25 vídeos en redes sociales que generaron todo el valor neto de patrocinio.

El branding del evento generó 196 horas de exposición de marca en televisión, a razón de 7 minutos y 50 segundos por hora, lo que dio como resultado un valor total neto de patrocinio de 1.225.000 euros.

Ocho emplazamientos de patrocinio fueron responsables de la exposición de la marca durante el evento, el más destacado de los cuales fue el banquillo de los jugadores. Al producir 67 horas de exposición de marca, este activo aportó 558.940 euros, lo que equivale al 47% del valor total del patrocinio neto dedicado a televisión de la marca.

La región más valiosa para el evento fue América Central y del Sur, que acumularon 481.545 euros en valor neto de patrocinio (41% del valor total de patrocinio neto dedicado a televisión de la marca) a lo largo de 12 horas de exposición de la marca.

El impacto del torneo de 2024 fue superado en 2025 y se espera que en 2026 sea aún superior a las cifras del año pasado, puesto que se calcula que asistirán más de 200.000 personas durante la semana, con más de 28 millones de audiencia total y más de 544 horas de emisión de televisión en directo.

Por todos estos motivos, dado el enorme interés deportivo y mediático del torneo, la Comunidad de Madrid propone la suscripción de un contrato de patrocinio de este evento, estando previsto un precio de licitación de 500.000 euros, IVA incluido, que será posteriormente objeto de negociación hasta alcanzar la cifra definitiva que se imputará a los subconceptos 28001 (250.000 euros) y 28300 (250.000 euros), del programa 336A del presupuesto de gastos de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2026.

EL DIRECTOR GENERAL DE DEPORTES

Firmado digitalmente por: ALBERTO TOMÉ GONZÁLEZ - ***0441**
Fecha: 2026.06.24 09:50

Fdo: Alberto Tomé González