



Informe de valoración de las contraprestaciones del contrato de patrocinio de la prueba deportiva “2026 T100 Triathlon World Tour Pamplona-Navarra”

El Departamento de Cultura, Deporte y Turismo, a través de la Dirección General de Turismo, ha solicitado un informe de valoración de las contraprestaciones publicitarias que la Federación Española de Triatlón ofrece dentro de un contrato de patrocinio de la prueba deportiva “2026 T100 Triathlon World Tour Pamplona-Navarra”.

La carrera, que se disputará los días 23 y 24 de mayo, es un evento deportivo de relevancia internacional y Turismo quiere aprovechar la oportunidad para hacer publicidad de su marca de cara a su público objetivo internacional europeo, al que llegará principalmente por televisión. Para ello, ha negociado con la organización de este evento un patrocinio por valor de 72.600 euros IVA incluido.

Turismo Navarra compartirá espacio publicitario con otros patrocinadores institucionales, como el Ayuntamiento de Pamplona / Iruña, y marcas deportivas.

La Dirección General de Turismo ha aportado, junto a la solicitud de informe, copia del pliego que regulará este contrato y documentación sobre las contraprestaciones publicitarias negociadas.

La Federación Española de Triatlón se compromete a darle difusión a la marca Turismo de Navarra, como colaborador institucional, a través de las siguientes acciones publicitarias:

- Eurosport, TNT Sports, Discovery + y Max, así como a través de 36 TV asociadas, con una previsión de audiencia de 5 millones de espectadores.
 - Retransmisión de las pruebas en directo
 - Comentarios durante la retransmisión en base a la información aportada desde la Dirección General de Turismo de Gobierno de Navarra, con énfasis en los recursos turísticos y municipios por donde pasará la carrera.
 - Entrevista en directo de dos minutos a la consejera de Cultura, Deporte y Turismo, Rebeca Esnaola.
- Teledeporte de TVE: programa especial de resumen de 15 min en post evento (28 o 29 de mayo). Previsión de audiencia de 30.000 espectadores.

- Artículos para prensa online con mención textual a nuestro territorio e imagen de marca Turismo de Navarra en las versiones digitales de los diarios deportivos Marca y AS en la previa del 22 de mayo y en la crónica de los días 23/24 de mayo.
- La inclusión del logo de Turismo de Navarra en la página web de la organización del evento que redirija a la landing de turismo activo de VisitNavarra.es (la web del evento acumula 26.246 visitas desde noviembre de 2025).
- Presencia del logo de Turismo de Navarra en la guía entregada a las y los atletas participantes (logo, bienvenida por parte de la consejera de Cultura, Deporte y Turismo Rebeca Esnaola y anuncio en A4 proporcionado por Turismo).
- Branding en el evento. Presencia de la marca a través del logo en diferentes soportes: trasera de entrevistas, trasera de entrega de premios, photocall, arco de meta LED, LED perimetral.
- Presencia del logo de Turismo de Navarra o cita / mención de Turismo Navarra en las publicaciones para RRSS de la organización del evento. De media, los eventos T100 en 2025 recibieron entre 35 y 40 millones de visualizaciones en X, Facebook, Instagram, LinkedIn y medios propios y las cuentas @t100 suman más de 800.000 seguidores. Por su parte, las redes de la federación patrocinada suman 162.000 seguidores adicionales.

El Servicio de Comunicación informa que el contrato de patrocinio del “2026 T100 Triathlon World Tour Pamplona-Navarra” contiene unas contraprestaciones publicitarias suficientes para la aportación de 72.600 euros (IVA incluido), prevista por la Dirección General de Turismo.

Pamplona / Iruña, 20 de mayo de 2026
EL JEFE DE LA SECCIÓN DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL,
REDES SOCIALES Y MEDIOS AUDIOVISUALES

Juanjo Balerdi Usabiaga