

INFORME DE NECESIDAD Y EXPLICATIVO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO DEL EVENTO “MADO MADRID ORGULLO 2019”. (Exp. Nº P/ SER-005131/2019)

El Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid, en su artículo 26.1.21, recoge la competencia exclusiva en materia de promoción y ordenación del turismo dentro de su ámbito territorial. La Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid, en su Capítulo II del Título III, se refiere a la promoción de turismo como *el conjunto de actividades y medios a través de los cuales la Consejería competente en materia de turismo, favorece la demanda de servicios turísticos en la Comunidad de Madrid y apoya la comercialización de los productos turísticos regionales en el ámbito nacional e internacional.*

Entre las competencias que tiene atribuida la Dirección General de Turismo por Decreto 121/2017, de 3 de octubre, del Consejo de Gobierno, están, entre otras, las de coordinación, fomento y planificación del sector y de la actividad turística y la sostenibilidad; la elaboración de estrategias y planes que faciliten la creación y promoción de productos de alto valor añadido para el turismo, con capacidad desestacionalizadora, así como la promoción del sector turístico madrileño a nivel nacional e internacional.

Por su parte, la Estrategia de Turismo 2016-2019 de la Comunidad de Madrid, establece como uno de sus objetivos aumentar el número de turistas que llegan a la región y los ingresos por ellos generados, estableciendo como una de las líneas estratégicas mejorar el posicionamiento de la Comunidad de Madrid como destino turístico, a través de diversas acciones de comunicación y promoción. Entre ella, actuaciones de comarketing, con el sector privado y especialmente en aquellos eventos y espectáculos de elevado potencial de atracción de un turismo de alto valor y rentabilidad que se celebren en la región.

AEGAL (Asociación de Empresarios y Profesionales LGBT de Madrid y su Comunidad) viene organizando desde el año 2004 el MADO Madrid Orgullo, marca registrada por dicha Asociación. En 2019, entre los días 28 de junio y 7 de julio de 2019, las Asociación va a llevar a cabo la organización del evento “MADO, Madrid Orgullo 2019”.

Como en ediciones anteriores, la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes considera de interés para la promoción del turismo de la región su participación en la celebración del evento MADO, Madrid Orgullo, en aras de posicionar la región como uno de los Orgullos LGTBI más importantes del mundo (el evento MADO ha albergado en dos ocasiones la celebración del Orgullo LGTBI a nivel europeo -EuroPride en el año 2007 y en 2017- y en una ocasión, la celebración del Orgullo LGTBI mundial - el WorldPride, que atrajo a más de 2 millones de personas, con un impacto económico de 115



millones de euros, según datos proporcionados por BBVA & Data Analytics sobre transacciones con tarjeta bancaria-.)

Así, tras el espectacular éxito y difusión nacional e internacional de la celebración del WorldPride 2017 y la consolidación de la imagen de Madrid como un destino de rango mundial a nivel turístico, cultural y de ocio, además de como un espacio comprometido con la diversidad, la pluralidad y los derechos humanos, se continúa trabajando en la difusión de la región a nivel internacional y su posicionamiento como destino LGTBI. Con ello se pretende reforzar los valores y atributos de su imagen como región sensible y reivindicativa con los derechos de la comunidad LGTBI. Así lo refleja el estudio elaborado por nestpick.com (realizado entre miembros de la comunidad LGTBI de más de 80 países) donde, tras la celebración del WorldPride, Madrid ha conseguido posicionarse como el mejor destino LGTBI mundial en 2017, por encima de destinos tan emblemáticos para este colectivo como Nueva York, Berlín, San Francisco, Barcelona, Amsterdam o Tel Aviv.

La edición MADO 2018 (28 de junio-8 de julio) contó con cerca de 250 actividades, charlas, actuaciones musicales, debates, etc. Congregó, según datos oficiales, a 1.220.000 asistentes durante los días centrales del evento, si bien dichas cifras se circunscribieron al aforo de los espacios MADO, a cuya medición habría que añadir otras áreas de la ciudad y la región donde se celebraron otras actividades.

Se constató también el efecto de continuidad en cuanto a reservas turísticas además del impacto económico con respecto a años anteriores para Madrid y su región. La Confederación de Comercio Especializado (COCEM) cifró la valoración del impacto económico para la ciudad y la región en torno a los 150 millones de euros, con un gasto medio por viajero de unos 500 euros en sectores como el cultural, comercio, restauración y hotelero y de hospedaje aumentando especialmente el gasto en este sector un 8%.

Desde el punto de vista del impacto en medios de comunicación, según datos de la empresa contratada para efectuar el seguimiento y medición en medios, desde el 5 de junio hasta el 15 de julio se contabilizaron 3433 impactos en Prensa, TV, Radio e Internet, generando un impacto publicitario 35.970.058 de euros con un total de impactos de audiencia de: 1.731.122.100. Las palabras más usadas en los medios de comunicación han sido MADRID y ORGULLO.

La celebración de MADO Madrid Orgullo 2019 estará compuesta por actividades culturales, sociales, deportivas y musicales que tendrán lugar en diferentes localizaciones de Madrid y su Comunidad así como en los diferentes escenarios de la organización (cuatro) que se instalarán en el centro de la ciudad de Madrid:

1. Plaza de Pedro Zerolo (miércoles 3 de julio a sábado 6 de julio)
2. Plaza del Rey (miércoles 3 de julio a domingo 7 de julio)
3. Puerta de Alcalá o alternativa (jueves 4 de julio a sábado 6 de julio)
4. Puerta del Sol (miércoles 3 de julio a sábado 6 de julio)

La participación de la Consejería de Cultura, Turismo y Deportes en este evento se pretende canalizar a través de un patrocinio publicitario con contraprestaciones a satisfacer a favor de la Comunidad de Madrid, que se concretan en el Pliego de Prescripciones Técnicas.



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 los soportes promocionales y publicitarios determinados en el pliego técnico, se contará con un naming en uno de los escenarios, así como en la website y el programa de mano. Además, se llevará a cabo diversas inserciones publicitarias y se desarrollarán otras acciones promocionales, todo ello conforme a lo establecido en el pliego.

Por todos estos motivos, dado el enorme interés turístico y mediático del evento, se propone la suscripción de un contrato de patrocinio del evento MADO, Madrid Orgullo correspondiente a su edición 2019, estando previsto un precio de licitación de CIENTO CINCUENTA MIL EUROS (150.000,00 €), impuestos incluidos, que será posteriormente objeto de negociación hasta alcanzar la cifra definitiva que se imputará al subconcepto 28001, del programa 432A del presupuesto de gastos de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2019.

Madrid, a 19 de febrero de 2019
LA DIRECTORA GENERAL DE TURISMO

Laura Blanco Pilar

