

INFORME SOBRE INSUFICIENCIA, AUSENCIA DE MEDIOS O CONVENIENCIA DE NO
AMPLIACIÓN DE LOS MEDIOS DISPONIBLES

**CONTRATO DE SERVICIOS DE GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA
PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID**

Exp.: A/SER-033180/2020

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 28 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, se exponen a continuación los motivos relativos a la insuficiencia, falta de adecuación o no conveniencia de ampliación de los medios disponibles para cubrir las necesidades que se tratan de satisfacer a través del contrato de referencia.

Dentro de las líneas estratégicas de la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid resalta la importancia de la promoción del destino a través de herramientas online, promoción fundamental para coadyuvar en la revitalización de la economía madrileña.

Para el desarrollo de dicha labor promocional, se considera necesario proporcionar una mayor visibilidad a la imagen turística de la Comunidad de Madrid en los medios digitales. Igualmente destaca el papel del turismo internacional a lo largo de las medidas que para la promoción del destino Madrid se vienen implementando y que deben continuar desarrollándose. Es necesario además reforzar las actuaciones marketing online para contribuir en la difusión de la oferta turística del destino en los diferentes mercados, así como incorporar a la estrategia de promoción y comunicación de Madrid toda aquella tecnología que sirva para incrementar la difusión y el conocimiento del destino de una manera eficiente y con el mayor alcance de difusión posible.

Dentro de este objetivo de marketing digital, cabe señalar que la Comunidad de Madrid cuenta desde el año 2013 con la página web de promoción turística **www.turismomadrid.es**, que es un instrumento fundamental de promoción, porque proyecta la imagen de un destino turístico más allá de las fronteras regionales y nacionales, siendo Internet el principal canal de información utilizado por los diferentes usuarios turísticos.

Por medio del portal web turístico de la Comunidad de Madrid se muestra una imagen moderna y actual de la región, a través de la diversificada oferta de sus múltiples productos turísticos y de sus zonas geográficas, hecho que permite ofrecer, en todo momento y desde cualquier lugar, información básica al turista para organizar su viaje y contribuir a determinar sus decisiones de compra.

Sin embargo, y aun estando traducida al inglés, el dominio de la página web en castellano (.es) no permite su fácil acceso desde cualquier parte del mundo. Para un mejor posicionamiento del destino Madrid en el mercado turístico internacional y favorecer la venta directa al turista final, se precisa abordar la gestión de la versión inglesa actual, <https://turismomadrid.es/en/>,

desarrollar los trabajos de gestión de dicha versión en idioma inglés americano y cambiar el enlace a dicha versión a un posible nuevo dominio para el idioma Inglés.

Se pretende, además, reforzar las potencialidades de la página web de turismo oficial, su calidad, imagen y percepción, con la finalidad última de mejorar la puesta en valor y la proyección turística de la región en los diferentes mercados. Para ello se requieren acciones de mejora del posicionamiento web natural (SEO), tanto del portal en español como en inglés americano, además de precisarse la realización de tareas de medición, análisis y evaluación de la actividad y resultados presentados.

De otra parte, cabe destacar que las redes sociales son plataformas indispensables y puntos estratégicos de los usuarios que conforman comunidades de alrededor de las marcas. Por ello, es preciso, con las cuentas en redes sociales de las que la Dirección General de Turismo es titular, desarrollar labores de dinamización y fidelización, a través de una interacción constante con los usuarios. Se llevará a cabo dentro de los servicios del presente contrato, la gestión de dichas redes sociales.

La Comunidad de Madrid no dispone de los medios materiales ni personales suficientes que permitan gestionar y dar soporte integral al contrato de gestión de marketing digital para la promoción turística de la Comunidad de Madrid.

Por razones de eficacia y economía, se considera necesario celebrar este contrato para el cumplimiento y desarrollo de las competencias de la Dirección General de Turismo, como es la promoción y difusión de la oferta turística del destino Comunidad de Madrid en los diferentes mercados nacional e internacional a través de actuaciones marketing online.

En Madrid, a la fecha de la firma
**LA SUBDIRECTORA GENERAL DE PROMOCIÓN
Y COMERCIALIZACIÓN**

Firmado digitalmente por: TOLEDO MARTINEZ DE GALINSOGA CAROLINA
Fecha: 2020.10.01 10:02

Fdo.: Carolina Toledo Martínez de Galinsoga