



INICIO DE EXPEDIENTE PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO DE LA PROGRAMACIÓN DE LA SALA CUARTA PARED DE MADRID DURANTE LOS MESES DE NOVIEMBRE Y DICIEMBRE DE LATEMPORADA 2020 POR PARTE DE MADRID CULTURA Y TURISMO, S.A.U.

1.- INTRODUCCIÓN

Entre las entidades adscritas a la Consejería de Cultura y Turismo se encuentra la empresa pública con forma de sociedad mercantil Madrid, Cultura y Turismo, S.A.U. de acuerdo con el Decreto 73/2019, de 27 de agosto, por el que se establece la estructura orgánica de dicha Consejería. Dicha sociedad tiene por objeto, entre otros, la gestión de festivales y actividades culturales programados por la Comunidad de Madrid, según consta en el art. 2º de sus estatutos

Tal y como figura en el artículo 2º de nuestros estatutos Madrid Cultura y Turismo, SAU tiene por objeto: “ el desarrollo, gestión, promoción y difusión de cuantas actividades, públicas o privadas estén relacionadas con la cultura”.

La Comunidad de Madrid, quiere estar presente en los teatros y salas madrileñas, que después del periodo derivado del Covid-19, continúan su actividad, y suponen el punto de encuentro de la cultura con el público madrileño y que permite el normal desarrollo de la programación cultural en la Comunidad de Madrid.

Pretendemos asociar la imagen de la Comunidad de Madrid con los teatros madrileños y sus distintas programaciones, después del periodo de inactividad como consecuencia del Covid-19, financiando el mismo y obteniendo a cambio una publicidad.

El contrato de patrocinio es un contrato de naturaleza privada, en el que el patrocinado a cambio de una ayuda económica, para la realización de su actividad, en este caso las artes escénicas, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador, fuera de la luz de la LCSP, pero que tiene encaje en la misma en cuanto a su preparación y adjudicación, atendiendo al criterio de exclusividad del procedimiento negociado sin publicidad del artículo 168 del mencionado cuerpo legal, mientras que sus efectos son regulados por las normas del derecho privado. Esta exclusividad viene determinada por el propio espacio escénico (único) y con su programación cultural, también única y singular.

Atendiendo a la importancia cultural, su repercusión mediática y por su trascendencia en el fomento de la actividad artística madrileña, el patrocinio de la programación de la sala Cuarta Pared se adecúa a los objetivos que persigue Madrid Cultura y Turismo S.A.U., pues por un lado promocionaremos y fomentaremos la cultura madrileña y por otro, conseguimos la difusión del apoyo que la Comunidad de Madrid le brinda a las artes escénicas y la música. Contribuimos también a la continuidad de las compañías y sus integrantes, al propio espacio escénico y sus trabajadores y a la oferta cultural a la que tienen acceso los madrileños.

La sala Cuarta Pared, es un espacio escénico de gran relevancia y prestigio que ha contribuido en hacer llegar al público madrileño las artes escénicas, la música y la danza, siendo un lugar de referencia para el teatro español y un punto de encuentro de la cultura y el público. Ha demostrado su eficacia en lo que atañe a la difusión de las

artes escénicas y la música, ha afianzado su condición de escaparate de las artes escénicas, tratándose de un espacio con personalidad propia.

Para la asignación del patrocinio se utilizan criterios cualitativos y cuantitativos, teniendo en cuenta el aforo de la sala, la programación que se desarrollara durante un bimestre, así como la publicidad contratada por la misma.

Para lograr la difusión del apoyo de la Comunidad de Madrid a la cultura a la Sala Cuarta Pared, se compromete a las siguientes acciones promocionales:

- Incluir el nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid como Patrocinador en los siguientes soportes publicitarios: carteles oficiales, catálogo y programas de mano de cada una de las actividades, carpetas de prensa y acreditaciones.

- Incluir en nombre y logotipo de la Comunidad de Madrid como Patrocinador, en las inserciones que realicen en prensa tanto escrita como on line, así como en las redes sociales durante la campaña de promoción.

- Incluir la mención de la Comunidad de Madrid como Patrocinador en las campañas de comunicación que se realicen: noticias, entrevistas, retransmisiones y acciones de similar naturaleza.

- Incluir en los avisos iniciales previos al comienzo de la función la locución en la que se recoja la mención del patrocinio de la Comunidad de Madrid.

- En la marquesina o fachada del teatro se instalará un cartel alusivo al patrocinio con el logo de la Comunidad de Madrid o en el caso de que sean pantallas digitales se facilitarán alguno de los videos promocionales de la Comunidad de Madrid.

2.- ELECCIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN.

Concurre por tanto la circunstancia del apartado 2º del artículo 168 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Publico, por la que se trasponen 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, porque no exista competencia por razones técnicas; o que proceda la protección de derechos exclusivos, incluidos los derechos de propiedad intelectual e industrial. Por ello es procedente la contratación por el procedimiento negociado sin publicidad mediante la invitación a presentar proposición a la Sala Cuarta Pared por su exclusividad y una vez comprobadas por Madrid Cultura y Turismo, S.A.U la capacidad de obrar y las solvencias económica y profesional, así como su adecuación a las condiciones exigidas por este órgano de contratación.

Se negociará con el licitador la oferta económica. No serán objeto de negociación los requisitos mínimos de la prestación objeto del contrato ni tampoco los criterios de adjudicación.

3.- CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS PARTICIPANTES EN LA NEGOCIACIÓN.

El contratista deberá contar con los elementos materiales y personal cualificado y suficiente para la correcta prestación del servicio.

4.- CRITERIOS DE SOLVENCIA TÉCNICA Y ECONÓMICA PARA LA ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO.

Para la valoración de las proposiciones se atenderá a la relación de los principales trabajos realizados de igual o similar naturaleza en los últimos tres años. Con certificados expedidos o visados por el órgano competente.

5.- VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO.

El presupuesto máximo anual de licitación será de 24.859,29 euros.



6.- NECESIDAD QUE SE PRETENDE DAR SATISFACCIÓN

Promocionar y fomentar la cultura madrileña e y publicitar el apoyo que la Comunidad de Madrid le brinda a las artes escénicas y la música.

7.- AUSENCIA DE LOTES.

El carácter exclusivo del contrato implica la necesaria ejecución por una única empresa, que cuenta con la exclusividad de la programación de la sala Teatro Cuarta Pared.

Madrid, 6 de octubre de 2020

EL CONSEJERO DELEGADO DE MADRID
CULTURA Y TURISMO, S.A.U.

Fdo.: Carlos Daniel Martínez Rodríguez

