

## **INICIO DE EXPEDIENTE PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO POR PARTE DE MADRID CULTURA Y TURISMO, S.A.U. DEL PROYECTO “LA COMUNIDAD DE MADRID A TRAVÉS DEL ARTE” DEL MUSEO THYSSEN - BORNEMISZA.**

### **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.

Tal y como figura en el artículo 2º de los 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 y el turismo.

El Museo Thyssen Bornemisza, es una entidad que apoya y promociona el patrimonio artístico nacional y busca llegar al público ahondando en el conocimiento de la región con la ayuda de la cultura y del arte.

Con motivo del Covid 19, se va a desarrollar un recorrido basado en tres contenidos temáticos audiovisuales de la Comunidad de Madrid dirigidos al potencial público bajo el título: “conoce la Comunidad de Madrid a través del Arte”.

El contenido audiovisual está formado por 3 piezas de 5 y 7 minutos (piezas centrales con mayor desarrollo para cada una de las temáticas y facetas turísticas de la CM), 3 piezas de menos de un minuto (piezas resumen con montaje dinámico) y 1 pieza de entre 10 y 15 segundos creada exclusivamente para las redes sociales y diseñada para crear impacto e interés en el proyecto.

Atendiendo a la importancia turística y promocional de la Comunidad de Madrid por su trascendencia en el fomento de la actividad turística y cultural madrileña, el patrocinio de “conoce la Comunidad de Madrid a través del Arte”, se adecúa a los objetivos que persigue Madrid Cultura y Turismo S.A.U. pues por un lado promocionaremos y fomentaremos el turismo madrileño y por otro, como contraprestación, conseguiremos publicidad y difusión del apoyo que la Comunidad de Madrid le brinda al sector turístico y cultural.

Para lograr la difusión del apoyo de la Comunidad de Madrid al Museo Thyssen, la entidad se compromete a las siguientes acciones promocionales:

- Presencia de la imagen de la Comunidad de Madrid en las piezas del vídeo con mención inicial y final de la colaboración.
- Presencia de la imagen de la Comunidad de Madrid en las redes sociales del Museo (+ 1,1 M de seguidores).
- Presencia de la imagen de la Comunidad de Madrid en la nota de prensa (inclusión en anuncio a medios de comunicación generalistas y especializados).

- Presencia de la imagen de la Comunidad de Madrid en el espacio propio del proyecto en museothyssen.org y anuncio de la colaboración en la newsletter del Museo, y en el boletín para Amigos.
- La Comunidad de Madrid será patrocinador de la nueva visita guiada online: "Recorrido de las flores y la naturaleza, el arte y la Comunidad de Madrid" cuyo relato está asociado a la difusión de los recursos artísticos de la Comunidad de Madrid.
- Presencia de la imagen de la Comunidad de Madrid en soportes del museo como:
  - o Mueble en el hall (display en la entrada del museo con pantalla que incluye un vídeo resumen de las tres piezas y el texto con código QR).
  - o Pantallas de taquillas con anuncio de los recorridos patrocinados en las pantallas sobre las taquillas de la entrada.
  - o Tótem autoportante en el que se incluye el código QR para acceder a la exposición.
- Presencia en acciones como:
  - o Evento de presentación con profesionales del sector y medios especializados.
  - o Derechos de reproducción y difusión de los vídeos en todo contexto afín del proyecto como ferias, workshops, presentaciones y webinars dirigidos al sector.
- Promoción turística de la Comunidad de Madrid desde el museo:
  - o Anuncio en espacios web del museo.
  - o Difusión a través de las oficinas españolas de turismo en el exterior.
  - o Envío de anuncio del proyecto a la base de datos de promoción turística del museo con 6.500 destinatarios.
  - o Difusión con touroperadores a través de famtrips que promocionen el recorrido incluyendo las visitas guiadas online en países como Italia, EEUU, Francia, Alemania, UK, México y Argentina.

## 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 Público, 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 ARTEMAD 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, debiendo contar, con la siguiente clasificación:

CPV 92000000-1

**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 250.00,00 euros

**6.- NECESIDAD QUE SE PRETENDE DAR SATISFACCIÓN**

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

**7.- AUSENCIA DE LOTES.**

El carácter exclusivo del contrato implica la necesaria ejecución por una única empresa, que cuenta con la exclusividad del evento.

Madrid, 9 de octubre de 2020  
EL CONSEJERO DELEGADO DE  
MADRID CULTURA Y TURISMO SAU



Fdo.: Carlos Daniel Martínez Rodríguez