



## **INICIO DE EXPEDIENTE PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO POR PARTE DE MADRID CULTURA Y TURISMO, S.A.U. DEL XI FORO DE LIDERAZGO TURÍSTICO DE EXCELTUR 2022: REPENSANDO EL TURISMO POST COVID, NUEVOS DESAFÍOS, NUEVAS MIRADAS ORGANIZADO POR EXCELTUR.**

### **1.- INTRODUCCIÓN**

La Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid tiene entre sus competencias el fomento y desarrollo de la cultura y el turismo en la región madrileña, abarcando las diversas disciplinas en que se manifiesta: teatro, coreografía, música, circo, moda y cine, concebidas como instrumentos esenciales para el crecimiento social y cultural de la Comunidad de Madrid

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; y en concreto la gestión de la promoción del sector turístico madrileño, así como gestión de acciones de promoción de la comunidad de Madrid como destino turístico en el mercado nacional e internacional.

EXCELTUR es una asociación sin ánimo de lucro, formada por 33 de las más relevantes empresas de toda la cadena de valor turística y de los subsectores del transporte aéreo, ferroviario, marítimo y terrestre, alojamiento, agencias de viajes y tour operadores, medios de pago, alquiler de coches, hospitales turísticos y centrales de reservas/GDS. EXCELTUR es el resultado del compromiso personal de un muy significativo grupo de líderes y máximos responsables de las principales empresas turísticas españolas, que en enero de 2002 se unieron para integrarse desinteresadamente en esta asociación, animados por su firme convicción de impulsar dos grandes objetivos-ejes de actuación:

- Potenciar un mayor reconocimiento socioeconómico de lo que aporta y representa el turismo como principal sector de la economía española.
- Propiciar los mayores niveles de competitividad que consoliden un liderazgo y crecimiento rentable y sostenible de la actividad turística en España, dados los crecientes e importantes retos y oportunidades de futuro que se nos avecinan.

Desde el año 2002, EXCELTUR, Alianza para la Excelencia Turística, ha organizado, con carácter bianual, diez grandes Foros de Liderazgo Turístico, y de reflexión al máximo nivel político y empresarial. Con carácter gratuito, el foro está abierto por invitación personalizada a más de 5.000 representantes cualificados españoles y extranjeros con altas responsabilidades públicas y privadas dentro del sector turístico. Su objetivo es concienciar y debatir con el máximo rigor y anticipación, los retos y oportunidades a los que en cada momento se ha venido enfrentando el turismo, en aras de renovar e impulsar sus máximos niveles competitivos.

Bajo el título “REPENSANDO EL TURISMO POST COVID: NUEVOS DESAFIOS, NUEVAS MIRADAS” el Foro de Liderazgo Turístico de EXCELTUR, celebrará el martes 18 de enero de 2022 su undécima edición, coincidente con el 20 aniversario de la constitución de EXCELTUR.

Con el fin de divulgar e impulsar el turismo en la Comunidad de Madrid, Madrid Cultura y Turismo, S.A.U. ha querido sumarse en el apoyo a tal evento en calidad de patrocinador.

Para lograr la difusión del apoyo de la Comunidad de Madrid al turismo, EXCELTUR se compromete a incluir la imagen de la Comunidad de Madrid en las siguientes acciones promocionales:

➤ Presencia de la imagen de la Comunidad Madrid

La imagen de la Comunidad de Madrid estará presente en este Foro turístico, que ha convocado la asistencia en cada una de sus últimas ediciones, de un promedio de 1.500 personas del más alto nivel del sector público, líderes empresariales, financieros y académicos relacionados con el turismo, junto a más de 100 periodistas de cerca de 100 distintos medios de comunicación de todo el mundo (prensa, radio y TV).

- El Foro cuenta en sí mismo con una notable difusión y repercusión mediática traducida tanto en noticias en los principales informativos audiovisuales emitidos en el mismo día de su celebración (TV's y radios nacionales, regionales y extranjeras), como en días posteriores, el primero de los cuales coincide con la inauguración de FITUR. La cobertura se extiende a toda la prensa nacional, regional y múltiples medios internacionales, así como en diversos reportajes, editoriales y artículos de opinión, las semanas siguientes, ampliando su difusión en el tiempo.
- Presencia de la imagen de la Comunidad de Madrid en la inscripción "online" con confirmación inmediata accediendo vía un enlace a un "microsite /página web específica de cada Foro".
- Presencia de la imagen de la Comunidad de Madrid en la escenografía del auditorio, decoración y diversos materiales de comunicación a entregar a los asistentes y medios de comunicación en el propio Foro:

Previas a la celebración del foro:

- a) En la cabecera de los diversos e-mails (HTML) de invitación personalizada y recordatorios, posteriores que se envían a la base de datos de contactos preseleccionados antes descritos (entre 8.000 a 13.000).
- b) En el microsite específico del XI Foro, al que se accederá desde la portada de la página web de EXCELTUR y la de los co-organizadores, con toda la información del evento y procurando la inscripción on-line:

Durante la celebración del foro:

- c) Escenografía y materiales para entregar a los asistentes y medios de comunicación.



- d) Escenario del auditorio principal: inclusión de la imagen corporativa con los diversos logotipos, en cuatro puntos claves del escenario:
- i. Proyección de la imagen corporativa durante la retransmisión en directo en las pantallas traseras del escenario, muy visible para el público y para su posterior reproducción audiovisual.
  - ii. Proyección puntual de la imagen corporativa en las transiciones entre cada sesión en dos pantallas laterales que retransmiten en directo el Foro.
  - iii. Aplicación en el atril para las tomas de planos cortos de las personalidades que tendrán una breve intervención individual.
  - iv. Cartel apaisado todo a lo largo del frontal de la mesa presidencial (caso que se monte dicha mesa).
  - v. En los laterales de los paneles traseros que circundarán la zona de coloquio.
- e) En la retransmisión por streaming "on line": la señal de lo que vaya ocurriendo en sala, se enmarcará en una máscara/caratula en la que estarán permanentemente fijados los logos de los patrocinadores.
- f) Acreditación para acceder al X Foro: inclusión de la imagen corporativa con los diversos logotipos en las reconfirmaciones/acreditaciones personalizadas para poder acceder al Foro, de los asistentes con su nombre e institución que representan.
- g) Cartelería/enaras: inclusión de la imagen corporativa con los diversos logotipos en los directorios (carteles) de 1,20x 1,80 cms. y diversas enaras que decorarán diversas zonas del auditorio.
- h) Menciones del locutor durante la celebración del evento: se hará mención puntual de los patrocinadores por parte del locutor que dará paso a las diversas sesiones y aludirá a ellos cuando proceda en materia de agradecimientos, al inicio y al final del foro.
- i) Notas de prensa: en las notas de prensa (impresas o electrónicas) que emanen durante el Foro por parte de los organizadores, se incluirá en su encabezado la imagen corporativa del evento, que incluirá los diversos logos de los patrocinadores.

#### Análisis y valoración de la actividad:

De acuerdo con los objetivos de la Comunidad de Madrid en cuanto a la promoción turística y con el fin de mejorar el atractivo turístico de la región y su posicionamiento a nivel nacional e internacional, los patrocinios tienen el objetivo de generar notoriedad global, posicionamiento en valores y favorecer a la dinamización del sector.

#### Conclusiones:

La inversión realizada es positiva ya que el apoyo a través del patrocinio redundará en la imagen de la Comunidad de Madrid ya que reúne a las principales agentes del sector del turismo tanto públicos como privados. Este tipo de patrocinios de actividades obtienen un alto nivel de rendimiento en todas las variables de comunicación que, a priori, no son cuantificables

numéricamente. Por este motivo, la participación en el foro EXCELTUR, además de los retos numéricos, reporta beneficios de imagen del destino y contribuye al impulso del turismo de la región.

## 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 THE DIGITAL BAND SL. 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.- 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.

## 4.- VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO.

El presupuesto máximo anual de licitación será de 25.000,00 euros más IVA.

## 5.- NECESIDAD QUE SE PRETENDE DAR SATISFACCIÓN

Promocionar, fomentar el turismo madrileño y apoyar al sector turístico a través de proyectos dinamizadores que generen repercusión mediática y que contribuyan a la creación de una marca de destino de calidad.

## 6.- AUSENCIA DE LOTES.

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

Madrid, 26 de noviembre de 2021  
EL CONSEJERO DELEGADO DE  
MADRID CULTURA Y TURISMO SAU



Fdo.: Carlos Daniel Martínez Rodríguez