



INICIO DE EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN DE MADRID CULTURA Y TURISMO, S.AU. PARA LA ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DEL PROYECTO: “QUÉ BIEN SE COME EN MADRID 2023” ORGANIZADO POR LA ACADEMIA MADRILEÑA DE GASTRONOMÍA COMO PARTE DE LAS ACCIONES DE PROMOCIÓN TURÍSTICA 2023.

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, del Consejo de Gobierno, por el que se modifica la estructura orgánica básica de las consejerías de la Comunidad de Madrid. Dicha sociedad tiene por objeto, entre otros, 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, según consta en sus estatutos.

La Academia madrileña de gastronomía, es una asociación cultural sin ánimo de lucro que tiene por objeto principal investigar, impulsar y divulgar la gastronomía de Madrid, de su Comunidad y de su entorno geográfico en todos y cada uno de sus diferentes aspectos: restauración, comercio, agricultura, ganadería y productos gourmet de elaboración artesanal, con especial interés en la investigación y difusión del ámbito cultural relacionado con la actividad gastronómica. Dentro de las actividades que lleva a cabo la academia se destacan:

- Difundir los restaurantes que, desde hace siglos, ejecutan las mismas ancestrales recetas y, por otro, las cocinas que se instalan en toda la Comunidad de Madrid desde todas las partes del mundo y nos enseñan nuevas técnicas y productos sin necesidad de salir del país.
- Aumentar el conocimiento sobre los productos de temporada de la Comunidad de Madrid y sus diferentes formas de cocinarlos, así como las costumbres y, por tanto, el patrimonio etnográfico y cultural de la región.
- Favorecer la promoción del turismo gastronómico gracias al efecto “vertebrador” que ejerce la gastronomía en la Comunidad de Madrid como destino turístico.

La Academia madrileña de gastronomía, tiene el objetivo de posicionar la Comunidad de Madrid a nivel nacional e internacional.

Por ello, propone a la Comunidad de Madrid el patrocinio de un proyecto que se llevará a cabo entre julio y diciembre de 2023 con las siguientes acciones promocionales:

- Presencia de la imagen y de los recursos turísticos vinculados a la gastronomía de la Comunidad de Madrid en los siguientes elementos de difusión:
 - Generación de contenidos como series temáticas de **vídeos** de una duración estimada de 5 minutos con reducciones a 2 minutos, 1 minuto y 15 segundos para usar en distintos formatos y plataformas destacando el



- patrocinio por parte de la Comunidad de Madrid, libres de derechos y susceptibles de ser difundidos por la Comunidad de Madrid en sus eventos, ferias, web y redes sociales.
- Sección específica en la **página web** de la ACADEMIA MADRILEÑA DE GASTRONOMÍA que actuará como repositorio de todos los recursos turísticos de la Comunidad de Madrid.
 - Publicación de contenidos los contenidos generados en la **web: quebiensecomeenmadrid.com** donde se podrá ver y descargar todo el material referido a la gastronomía y sus rutas turísticas.
 - Mantenimiento del hashtag **#quebiensecomeenmadrid** y creación de un nuevo hashtag que haga mención a la Comunidad en su conjunto y en todos ellos aparecerá el logo de la Comunidad de Madrid junto al de la AMG.
- Organización de 2 press trips en la Comunidad de Madrid con
 - Periodistas gastronómicos de prestigio
 - Influencers gastronómicos.
 - Organización de 2 fam trips en la Comunidad de Madrid con prescriptores como:
 - Operadores turísticos fundamentalmente de USA
 - Prescriptores tradicionales (agencias de incentivos y conserjes de hoteles de lujo)
 - VIII Edición de los Premios de gastronomía de la Comunidad de Madrid (octubre – noviembre de 2023). Presencia de la imagen de la Comunidad de Madrid en los siguientes elementos de difusión:
 - Notas de prensa referidas a patrocinio.
 - Invitaciones.
 - Elementos de la gala y resto de difusión de la misma.
 - Creación de productos turísticos relacionados con la Gastronomía
 - Visitas personalizadas a bodegas de la Comunidad de Madrid.
 - Cursos de cocina de platos tradicionales.
 - Publicaciones en redes sociales y otros medios digitales como:
 - YouTube.
 - Vimeo.
 - Twitter.
 - Instagram.
 - Página web de la ACADEMIA MADRILEÑA DE GASTRONOMÍA.
 - Página web: quebiensecomeenmadrid.com



2.- ELECCIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN.

Concorre 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 la ACADEMIA MADRILEÑA DE GASTRONOMÍA 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. Por ello es procedente la contratación por el procedimiento negociado sin publicidad mediante la invitación a presentar proposición a la ACADEMIA MADRILEÑA DE GASTRONOMÍA 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.

La solvencia económica se justificará con el volumen anual de negocios o el justificante de la existencia de un seguro de responsabilidad civil.

En cuanto a la técnica 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 o declaración en la que conste la experiencia profesional y títulos académicos de los técnicos o del encargado de la ejecución del servicio.

4.- VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO.

El valor estimado del contrato será de 145.200,00€ por año.

5.- NECESIDAD QUE SE PRETENDE DAR SATISFACCIÓN

Posicionar la imagen de la Comunidad de Madrid como destino turístico gastronómico a través del patrocinio del proyecto de la ACADEMIA MADRILEÑA DE GASTRONOMÍA con el proyecto: "Qué bien se come en Madrid".

6.- AUSENCIA DE LOTES.



El carácter artístico del contrato implica la necesaria ejecución por una única empresa, que cuenta con la exclusividad para la exhibición de la obra.

Madrid, 11 de mayo de 2023

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

Firmado digitalmente por: GONZALO CABRERA MARTIN - ***1352**
Fecha: 2023.05.26 08:38

Fdo.: Gonzalo Cabrera Martín