



Este documento se ha obtenido directamente del original que contenía la firma auténtica y, para evitar el acceso a datos personales protegidos, se ha ocultado el código que permitiría acceder al original.

Dirección General de Turismo
CONSEJERÍA DE CULTURA TURISMO Y DEPORTE

INFORME DE NECESIDAD DEL CONTRATO PRIVADO PARA LA REALIZACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES DESTINO COMUNIDAD DE MADRID EN RUTAS AÉREAS DIRECTAS DE IBERIA QUE CONECTAN DESTINOS EEUU Y LATAM CON LA COMUNIDAD DE MADRID DURANTE 2023

Nº Exp. **P/SER-017502/2023**

El Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid recoge, en su artículo 26.1.21 la competencia exclusiva en materia de promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial.

La Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid, en su Capítulo II del Título III se refiere a la promoción de turismo como el conjunto de actividades y medios a través de los cuales la Consejería competente en materia de turismo, favorece la demanda de servicios turísticos en la Comunidad de Madrid y apoya la comercialización de los productos turísticos regionales en el ámbito nacional e internacional.

Entre las competencias que tiene atribuida la Dirección General de Turismo por el Decreto 229/2021, de 13 de octubre, del Consejo de Gobierno, están, entre otras, las de coordinación, fomento y planificación del sector y de la actividad turística y la sostenibilidad; la elaboración de estrategias y planes que faciliten la creación y promoción de productos de alto valor añadido para el turismo, con capacidad desestacionalizadora, así como la promoción del sector turístico madrileño a nivel nacional e internacional.

Por su parte la Dirección General de Turismo, establece como uno de sus objetivos aumentar el número de turistas que llegan a la región y los ingresos por ellos generados, estableciendo como una de las líneas estratégicas mejorar el posicionamiento de la Comunidad de Madrid como destino turístico, a través de diversas acciones de comunicación y promoción. Entre ellas actuaciones de comarketing, con el sector privado.

En esta línea estratégica se establece como una de las medidas de actuación, tras la crisis del COVID, y con el fin de recuperar la afluencia de turistas internacionales prepandemia, la necesidad de llevar a cabo acciones promocionales en colaboración con el sector privado en el mercado LATAM y norteamericano. Ambos representan primordiales mercados emisores turísticos para la Comunidad de Madrid y con mayor capacidad de gasto, por lo que es necesario el desarrollo de actuaciones de colaboración con líneas aéreas, que dispongan de una conectividad aérea sólida con estos mercados, sumando sinergias para contribuir además de al establecimiento de nuevas rutas y aumento de las frecuencias, con el fin de lograr un mayor número de visitantes a la Comunidad de Madrid.

La apuesta por el mercado internacional, resulta clave para el destino Comunidad de Madrid, por el enorme potencial de crecimiento existente, así como su efecto positivo en variables como la estancia media, la incidencia positiva en la estacionalidad o el gasto turístico.

La sociedad "IBERIA LÍNEAS AÉREAS DE ESPAÑA, S.A. OPERADORA, SOCIEDAD UNIPERSONAL" es la única aerolínea española que en la actualidad opera vuelos directos de pasajeros con tráfico de tipo de servicio regular a los mercados objeto del contrato, (Ciudad de México, Santiago de Chile, San Juan de Puerto Rico, Boston, Chicago, Dallas, Los Ángeles y Washington) y, sin que sea un medio de publicidad - según escritura, la actividad principal de la Sociedad se corresponde con el transporte aéreo de viajeros, con código CNAE 51.10 (transporte aéreo de viajeros) - cuenta con acceso a medios de difusión en sus vuelos y sus canales de comunicación y marketing, lo que constituye un medio excepcional de soporte para las acciones de promoción turística de la Comunidad de Madrid. Además esta acción de promoción ofrece la posibilidad de realizar un Roadshow en dos ciudades de Latinoamérica sobre la oferta turística de la Comunidad de Madrid a turoperadores, agentes y medios de comunicación locales.

Los mercados LATAM y norteamericano son los principales mercados turísticos emisores para la Comunidad de Madrid. Según últimos datos de Frontur (año 2022) la Comunidad de Madrid recibió en el año 2022 un total de 6.038.588 turistas internacionales entrados por fronteras, lo que supuso un crecimiento respecto al año 2021 del 177,4% (3.861.520 turistas más). Con respecto al país de residencia, Estados Unidos encabezó el ranking en el año 2022, con el 12,5% de las llegadas (753.021 turistas), mientras que el resto del mercado americano (sin contar con EEUU) representó en 2022 el 29,5% de las llegadas (1.782.363 turistas).

Estas cifras muestran la tendencia al alza con respecto a la recuperación de turistas en la Comunidad de Madrid, que sin embargo todavía no ha alcanzado cifras de 2019 cuando la región albergó 7.640.980 turistas internacionales.

Ambos mercados, LATAM y norteamericano, aportan un turismo de calidad que en su vista a la Comunidad de Madrid realizan compras y disfrutan de la oferta cultura y de ocio madrileña, así como de la gastronomía, por lo que al no ser un turista de sol y playa destinos como la Comunidad de Madrid con una amplia oferta cultural y de ocio, así como gastronómica y de compras son los más demandados por estos turistas.

Lo que se traduce en un gasto medio diario y por persona por encima de la media de otros mercados.

Los turistas residentes en EEUU, según datos de Egatur (Encuesta de Gasto Turístico), generaron durante 2022 un gasto total en la Comunidad de Madrid de 1.416,6 millones de euros, con un gasto medio diario muy elevado (297 euros) y gasto total por persona de 2.037,2 euros, por encima de la media. Por su parte los turistas residentes en países del resto de América generaron durante 2022 un gasto total en la Comunidad de Madrid de 4.026 millones de euros, con un gasto medio diario también muy elevado (346,9 euros) y un gasto total por persona de 2.047,6 euros, también, por lo tanto, por encima de la media.

Para un destino turístico es vital la conectividad que tiene con el resto del mundo y la facilidad de llegada a un país es vital para la toma de decisión de un turista. Iberia se presenta como la compañía más adecuada para realización de una acción de co-marketing y de promoción del destino Madrid con vuelos directos a estos mercados y

permite un planteamiento de promoción personalizado dirigido a un importante público potencial

Iberia cuenta con más de 7 millones de viajeros que visitan al mes su página web y sus redes sociales son visitadas por más de 2 millones de seguidores (Facebook 1.8 M, Instagram 635 K, Tick Tock 40.1 K) y el 40 % de sus clientes gastó más de 2000 euros en sus vacaciones por lo que la apuesta de patrocinio del destino Madrid con Iberia constituye una iniciativa de gran impacto para captar para la región potenciales visitantes con capacidad de gasto

Por todo ello y dado el interés de la Dirección General de Turismo, en el reposicionamiento del destino turístico Comunidad de Madrid tras la crisis del Covid 19, de la Comunidad de Madrid tanto en el mercado LATAM como norteamericano, se propone la celebración del presente contrato de patrocinio, que tiene naturaleza privada, rigiéndose en cuanto a su preparación y adjudicación por 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.

Por todos estos motivos, dado el enorme interés turístico se propone la suscripción de un contrato de patrocinio, estando previsto un precio de licitación de UN MILLÓN SESENTA Y SIETE MIL DOSCIENTOS VEINTE EUROS (1.067.220,00 EUROS), IVA INCLUIDO en función de las tarifas de las diferentes acciones que constituyen el patrocinio y su impacto, que será posteriormente objeto de negociación hasta alcanzar la cifra definitiva que se imputará al subconcepto 28001, del programa 432A del presupuesto de gastos de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2023. (Ley 4/2021 de 23 de diciembre por la que se aprueba los Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid para 2022, prorrogados para el ejercicio 2023 en virtud del Decreto 137/2022, de 28 de diciembre).

EL DIRECTOR GENERAL DE TURISMO

En Madrid, a fecha de la firma

Firmado digitalmente por: MARTÍN IZQUIERDO LUIS FERNANDO
Fecha: 2023.04.28 11:13

Fdo. Luis Fernando Martín Izquierdo