



MEMORIA JUSATIFICATIVA DE CONTRATACIÓN DE MADRID CULTURA Y TURISMO, S.A.U. PARA LA ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO “QUE BIEN SE COME EN MADRID 2024” DE LA ACADEMIA MADRILEÑA DE GASTRONOMÍA A ADJUDICAR POR PROCEDIMIENTO NEGOCIADO SIN PUBLICIDAD.

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 264/2023, de 5 de diciembre, del Consejo de Gobierno, por el que se modifica la estructura orgánica básica de dicha Consejería. 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 Corporación de Derecho Público, conforme a la Ley 15/1999, de 29 de abril 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. En ese sentido, destacaremos la importante oferta gastronómica de calidad que podemos disfrutar actualmente en la región en todas sus formas y registros y que la han convertido en una referencia a nivel nacional, siendo una de las motivaciones más importantes que tienen nuestros visitantes, tanto nacionales como internacionales, a la hora de viajar a Madrid.
- 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, creando productos turísticos relacionados con la gastronomía.
- Favorecer la promoción del turismo gastronómico gracias al efecto “vertebrador” que ejerce la gastronomía en la Comunidad de Madrid como destino turístico.

El proyecto: “Qué bien se come en Madrid” está concebido por la Academia Madrileña de Gastronomía como una herramienta de posicionamiento nacional e internacional de Madrid entre los principales operadores del turismo de incentivos internacional.

La Academia Madrileña de Gastronomía realizará, dentro del proyecto “Que bien se come en Madrid” las siguientes acciones promocionales en las que se difundirá el apoyo de la Comunidad de Madrid:



- 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** 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 press trips en la Comunidad de Madrid con
 - Periodistas gastronómicos de prestigio
 - Influencers gastronómicos.
- Organización de fam trips en la Comunidad de Madrid con prescriptores como:
 - Operadores turísticos
 - Prescriptores tradicionales (agencias de incentivos y conserjes de hoteles de lujo)
- IX Edición de los Premios de gastronomía de la Comunidad de Madrid (octubre – noviembre de 2024). 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

Con el fin de promocionar y divulgar como destino turístico gastronómico a la Comunidad de Madrid en el mundo, Madrid Cultura y Turismo, S.A.U. ha querido sumarse en el apoyo al proyecto “QUE BIEN SE COME EN MADRID”, organizados por la Academia Madrileña de Gastronomía, en calidad de patrocinador.



Mediante dicha aportación, la Comunidad de Madrid adquiere, a través de Madrid Cultura y Turismo SAU, la condición de patrocinador, del evento “Qué bien se come en Madrid”, por lo que podrá difundir o utilizar este título en cuantas acciones publicitarias estime oportunas.

Así mismo y de acuerdo con lo que establece el artículo 73 del Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, aprobado por Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, se informa de las características e importes de las prestaciones objeto del contrato:

- Plazo de ejecución: durante los meses de julio a 30 de diciembre de 2024.
- Tramitación: Ordinaria.
- Procedimiento: Negociado sin publicidad.
- Forma de pago: Único.
- Revisión de precios: NO
- El importe total del contrato (IVA incluido) asciende a 75.000,00 euros

El presupuesto base de licitación es adecuado a los precios del mercado. Habiendo sido calculado de conformidad con los costes directos e indirectos que implica, así como otros eventuales gastos según se ha informado por el técnico responsable.

El carácter exclusivo del contrato implica la necesaria ejecución por una única empresa, que cuenta con la exclusividad de la actividad, no siendo posible la división en lotes.

En cuanto a la solvencia económica el empresario acreditará un volumen anual de negocio referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles, que deberá ser igual o superior a debe ser igual o superior a 61.983,47 (IVA no incluido), o bien un seguro de indemnización por riesgos profesionales vigente durante toda la ejecución del contrato por el mismo importe.

De esta forma existe una adecuada proporción con la dimensión económica del contrato, ajustándose la solvencia exigida al licitador con las necesidades delimitadas por el órgano de contratación, y ello en aras de garantizar que el adjudicatario tenga la capacidad suficiente para poder cumplir de forma adecuada el contrato.

En cuanto a la solvencia técnica el empresario deberá presentar una relación de los principales servicios realizados, en los tres últimos años, de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato, cuyo importe anual acumulado en el año de mayor ejecución sea igual o superior a 43.388,43 euros

Cuando el contratista sea una empresa de nueva creación (entendiendo por tal aquella que tenga una duración inferior a cinco años), el empresario deberá presentar una declaración en la que conste la experiencia profesional y títulos académicos de los técnicos o del encargado de la ejecución del servicio

Los criterios guardan proporción con la complejidad técnica del contrato y tienen una vinculación directa al objeto del mismo.

El contratista garantizará la seguridad y la protección de la salud en el trabajo y el cumplimiento de los convenios colectivos sectoriales y territoriales aplicables. En



aplicación del artículo 202 de la LCSP, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 26 apartado 3 de la Ley 9/2017.

Madrid, 8 de julio de 2024

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

Firmado digitalmente por: LUIS FERNANDO MARTÍN IZQUIERDO - ***1808**

Luis Fernando Martín Izquierdo