

INFORME SOBRE INSUFICIENCIA, AUSENCIA DE MEDIOS O CONVENIENCIA DE AMPLIACIÓN DE LOS MEDIOS DISPONIBLES

CONTRATO DE SERVICIOS DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Y DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, LA REALIZACIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS Y APOYO EN LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y OTROS TRABAJOS DE APOYO Y ASESORAMIENTO PARA LA COMUNICACIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID

Exp.: A/SER-008246/2024.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 28 de 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, se exponen a continuación los motivos relativos a la insuficiencia, falta de adecuación o no conveniencia de ampliación de los medios disponibles para cubrir las necesidades que se tratan de satisfacer a través del contrato de referencia.

Entre las competencias que tiene atribuida la Dirección General de Turismo y Hostelería mediante el Decreto 264/2023 de 5 de diciembre del Consejo de Gobierno, están, entre otras, la promoción del sector turístico madrileño a nivel nacional e internacional.

La Estrategia de Turismo de la Comunidad de Madrid 2023- 2026 fija entre otros objetivos el refuerzo de la imagen y del prestigio del destino Comunidad de Madrid fijándose como uno de sus cuatro ejes de actuación el posicionamiento y notoriedad del destino. En el marco de este eje se prevé como líneas de actuación el diseño y ejecución de campañas de promoción turística on line y off line tanto en mercados nacionales como internacionales con el fin de dar a conocer los diferentes productos y destinos turísticos de la región, la realización de campañas branded content, la gestión y dinamización de redes sociales de promoción turística de la Comunidad de Madrid y la generación de contenidos y materiales audiovisuales.

Entre los objetivos de la política turística de la Comunidad de Madrid se encuentran la captación de un turista de calidad, la desestacionalización de la demanda turística, el alargamiento de la estancia media en el destino o la distribución de los flujos turísticos por diferentes destinos de la región, por tanto las acciones de marketing y comunicación deben estar orientados a estos objetivos, lo que implica contar con servicios especializados en dar conocer y trasladar al mercado la variedad de productos, recursos y experiencias turísticas, articulado desde un punto de vista de relato del destino alrededor de dos ejes, la cultura y el estilo de vida como elementos diferenciadores del destino Comunidad de Madrid en el mercado turístico.

En este contexto y con el fin de lograr una mayor notoriedad, reconocimiento y visibilidad del destino turístico Comunidad de Madrid en el mercado turístico que le permita mejorar su posicionamiento, es necesario contratar los servicios de diseño y producción de las campañas de publicidad de la Dirección General de Turismo y Hostelería, la realización de material audiovisual para la promoción turística de la región, la generación de contenidos y apoyo en la gestión de las redes sociales dirigidas al mercado turístico, así como el apoyo y el asesoramiento a la Dirección General en otras labores de comunicación turística de la Comunidad de Madrid, estructurando el contrato en tres lotes:

Calle Alcalá 27, 4ª planta
28014 Madrid
Tel. +34 917 206 695-917206696

dgturismo@madrid.org

- **Lote 1 Campañas publicitarias y redes sociales** (Instagram, Facebook y Tik Tok) y otros servicios de apoyo en materia de marketing promoción y comunicación turística, ante la necesidad de la prestación de un servicio que ejecute de manera integrada y bajo una misma estrategia de comunicación y creatividad las campañas en medios de publicidad off line, on line(incluida campañas de branded content) y los contenidos en redes sociales de turismo de la Comunidad de Madrid, y permita en base a ello la prestación de determinados servicios de apoyo en materia de marketing y comunicación y promoción turística (elaboración de informes de tendencias, casos de éxito destinos competidores, propuestas nuevas acciones de comunicación, jornadas informativas sobre marketing digital etc
- **Lote 2 Rodaje, producción y edición de dos videos** de al menos 2 minutos de promoción de la Comunidad de Madrid como destino turístico
- **Lote 3 Gestión de contenidos en redes sociales chinas** (We chat, Weibo, We chat Channels y Little Red Book) por la especificidad y características de los mensajes dirigidos al mercado chino

La Comunidad de Madrid no dispone de los medios materiales ni personales suficientes que permitan gestionar y dar soporte integral para la realización de estos servicios, por lo que por razones de eficacia y economía, se considera necesario celebrar este contrato para el cumplimiento y desarrollo de las competencias de la Dirección General de Turismo y Hostelería, y el cumplimiento de los objetivos y actuaciones previstos en la Estrategia de Turismo de la Comunidad de Madrid 2023-2026.

En Madrid, a fecha de la firma
La Subdirectora General de Promoción Turística

Carolina Toledo Martínez de Galinsoga