

MEMORIA

JUSTIFICATIVA DE LA NECESIDAD DEL CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DEL EVENTO “MADRID DESIGN FESTIVAL 2026”

La Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo, de conformidad con la Ley Orgánica 3/1983, de 25 de febrero, por la que se aprueba su Estatuto de Autonomía, tiene atribuidas competencias exclusivas, entre otras materias, en el fomento del desarrollo económico dentro de los objetivos de la política económica nacional, de acuerdo con las bases y la ordenación de la actividad económica general y la política monetaria del Estado, en materia de ordenación y planificación de la actividad económica regional.

La Dirección General de Economía e Industria, en virtud de lo establecido en el Decreto 230/2023, de 6 de septiembre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo, modificado por el Decreto 44/2025, de 9 de julio, del Consejo de Gobierno, tiene atribuidas competencias en materia de promoción económica e industrial y, en este ámbito, en el impulso de acciones promocionales dirigidas a incentivar la actividad industrial en el ámbito de la Comunidad de Madrid.

Dentro de este marco de actuación, la Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo desea patrocinar el evento *Madrid Design Festival 2026* (el Festival).

Madrid Design Festival es un certamen internacional que abarca todas las disciplinas del diseño, desde la arquitectura al diseño gráfico, pasando por la comunicación o el interiorismo, hibridando todas ellas en un formato contemporáneo e innovador. Propone un programa transversal que permite apostar por los jóvenes profesionales sin olvidar a diseñadores de referencia. El Festival pretende ser un agente transformador del entorno urbano, alternando diferentes propuestas que cuentan con el apoyo de múltiples entidades públicas y privadas.

La novena edición de este festival se celebrará en Madrid durante los meses de febrero y marzo de 2026 y contará con dos sedes principales: Institución Libre de Enseñanza (ILE) y Fernán Gómez – Centro Cultural de la Villa.

Madrid Design Festival 2026 acogerá exposiciones, recorridos de museos, jornadas profesionales, conferencias, talleres, etc. En el desarrollo del evento, destaca especialmente Fiesta Design, donde profesionales del diseño y empresas generan sinergias que impulsan el desarrollo profesional, reforzando así el diseño como motor de crecimiento económico.

Este Festival, que celebrará su novena edición en 2026, ha conseguido convertir a Madrid en capital del diseño y situarla en un lugar privilegiado en el contexto internacional, por lo que la Comunidad de Madrid quiere continuar patrocinando el mismo y que su imagen se asocie al Festival. En concreto, esta presencia publicitaria se realizará en las tres líneas de actuación siguientes:

Design à trois: esta iniciativa, concebida como un espacio para la innovación y el talento creativo, donde se facilitan conexiones entre empresas, diseñadores e industria, vio la luz por primera vez en Fiesta Design 2025, con la participación de 15 empresas.

En 2026 se prevé mantener los proyectos iniciados el año anterior y nuevos encuentros en los que participen un total de 12 empresas de diversos sectores (BBVA, El Corte Inglés, Mahou, Ikea, Ecoalf, Only you, etc.).

Viveros: esta iniciativa, cuya primera edición tuvo lugar en 2025, busca impulsar los oficios y mejorar la empleabilidad de personas en desventaja social mediante el desarrollo de conceptos innovadores y nuevas formas de cooperación con el fin de generar crecimiento y oportunidades.

Este año, la propuesta da un paso más con el objetivo de que las personas participantes, que normalmente tienen acceso más limitado a recursos, tengan la oportunidad de desarrollar proyectos colaborativos que culminen en una exposición itinerante por toda la región.

Para ampliar la red de diseñadores participantes y de asociaciones colaboradoras, se pretende extender la colaboración a nuevos ámbitos vinculados a la producción textil:

- Incorporar talleres de producción y confección con Ellas lo Bordan (Tetuán) o Soulem (Hortaleza).
- Colaborar con Costura Re-make.
- Involucrar a diseñadores textiles y de moda del colectivo Tetuán Crea.

Convocatoria para revitalizar los polígonos industriales: esta iniciativa supone una novedad en el desarrollo del Fiesta Design y busca visibilizar el potencial del diseño como herramienta para mejorar entornos industriales y periféricos que, a menudo, han quedado fuera de los procesos de renovación urbana. Espacios complejos que, con apoyo específico y creatividad aplicada, pueden convertirse en lugares más habitables, funcionales y atractivos para quienes los trabajan y los transitan.

Desde *Madrid Design Festival* se propone lanzar una convocatoria dirigida a diseñadores y estudios de diseño que quieran formar parte de un proceso transformador. Los participantes deberán presentar una propuesta de diseño que responda a alguno de estos dos objetivos:

- Mejora de la señalética interna de los polígonos, mediante el desarrollo de una propuesta de identidad visual común que facilite la orientación, la visibilidad de las empresas y la cohesión estética del entorno.
- Diseño de soluciones urbanas que contribuyan a la habitabilidad y calidad de los espacios comunes: rotondas, accesos, pasos peatonales, zonas de descanso o encuentro, paisajismo y microintervenciones que humanicen el tejido industrial.

Fiesta Design se celebrará del 12 al 22 de febrero de 2026 y supone una oportunidad para fortalecer el ecosistema empresarial de la región y contribuir al crecimiento económico de la Comunidad de Madrid. Ayuda también a la Comunidad de Madrid a posicionarse como precursora en dotar al diseño de un papel relevante en el desarrollo económico, promoviendo una imagen de región proactiva en la integración de sectores clave para el futuro económico.

La Consejería de Economía, Hacienda y Empleo quiere canalizar su participación en este certamen mediante un contrato privado de patrocinio. De este modo, la Comunidad de Madrid tendrá una presencia destacada en el evento, que proporcionará un escaparate para presentar, dar visibilidad y proyección a las iniciativas que se están poniendo en marcha en nuestra región.

El impacto publicitario que la Comunidad de Madrid pretende obtener mediante este contrato se mide por las prestaciones especificadas en el pliego de prescripciones técnicas que rige el mismo.

Por una parte, existe una publicidad directa en el propio acto patrocinado, ya que se establece que el logotipo de la Comunidad de Madrid ha de figurar en los soportes publicitarios y promocionales, así como en la documentación que se entrega a los asistentes.

En este sentido, la edición anterior del *Madrid Design Festival*, celebrada durante febrero y marzo de 2025, supuso un éxito tanto de participación como de impacto publicitario, con la asistencia de 286.000 visitantes, 722 profesionales, 338 actividades, 165 instituciones y marcas, 115 exposiciones y 55 espacios OFF. En particular, las actividades realizadas en el marco de Fiesta Design, celebradas del 12 al 23 de febrero de 2025, contaron con más de 160 horas de actividades, la participación de más de 140 profesionales y la asistencia de 22.000 visitantes.

Por otra parte, el retorno publicitario del presente contrato se obtiene, además, mediante la publicidad en medios externos e internos.

Entre los externos, el presente contrato estipula la aparición de noticias del evento en medios de alcance tanto internacional como nacional, autonómico y local, que han de incluir el logotipo de la Comunidad de Madrid o alusión a la misma como patrocinadora del evento, con un elevado número de potenciales oyentes o espectadores.

En la edición de 2025 se contó con medios de comunicación asociados, con presencia nacional e internacional, que han apoyado las diversas actividades del festival con sus publicaciones. Participaron como medios asociados de *Madrid Design Festival 2025*:

Monocle, Diva Magazine Bulgaria, IFDM, Atribune, IDEAT, Casa Living Korea, Frame, Architectures À Vivre, Metropolis, Elle Decor Italia, C41 Magazine, Monopol, Wearch, STIRworld, Elástica Magazine, On Diseño, Macarena Gea, La Vanguardia.

El valor publicitario equivalente se estima en más de 9.500.000 euros, derivado de la elaboración de 783 artículos en prensa (674 on-line y 89 off-line) y de 20 actuaciones en radio y televisión.

La Fábrica Gestión Más Cultura, S.L. (en adelante, La Fábrica), empresa organizadora del evento, cuenta también con medios de comunicación internos que han de ser tenidos en cuenta para valorar el retorno publicitario. Sus bases de datos específicas suman más de 9.000 profesionales del sector. Todos ellos recibirán comunicaciones o *newsletters* del evento a patrocinar en las que se incluye, al igual que en ediciones anteriores, información acerca del patrocinio de la Comunidad de Madrid y del proyecto de ésta para la industria regional.

Asimismo, el logo y condición de patrocinador de la Comunidad de Madrid aparecerá en los contenidos que La Fábrica comparte en sus redes sociales, incrementando así el alcance de la publicidad y la estimación del retorno publicitario. Se prevé que en la edición del festival en 2026 se superen las últimas cifras disponibles en este apartado:

Redes Sociales La Fábrica 2025:

- Instagram 78.300 seguidores

Redes Sociales *Madrid Design Festival 2025*:

- Facebook 6.052 seguidores
- Instagram 53.200 seguidores
- X (Twitter) 6.500 seguidores
- LinkedIn 8.005 seguidores

Alcance total 299.739 Impresiones totales 315.946

Por último, en relación al retorno publicitario, también ha de tenerse en cuenta la inclusión del logotipo de la Comunidad de Madrid en la página web del festival. El tráfico del festival MDF 25 generó los siguientes datos entre los días 01/12/2024 y 26/02/2025:

Tráfico en la web (*Madrid Design Festival 25*: madriddesignfestival.lafabrica.com):

- Usuarios 110.991
- Visitas 555.229

Cabe mencionar que este evento cuenta, al igual que en ediciones anteriores, con numerosas empresas y entidades colaboradoras, públicas y privadas como son: Amazon, Mini, Cosentino, Mazda, Finsa, Ayuntamiento de Madrid, ICEX, TURESPAÑA, etc.

Por todo lo expuesto y teniendo en cuenta que al impacto publicitario habría que sumar el valor añadido que este tipo de eventos supone para la región donde se llevan a cabo, se estima que el retorno publicitario será superior al coste del presente contrato.

Por ello, la Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Economía, Hacienda y Empleo, propone la suscripción de un contrato privado de patrocinio del evento *Madrid Design Festival 2026* por un importe de licitación de SETENTA Y DOS MIL SEISCIENTOS EUROS (72.600 euros), IVA incluido, que será posteriormente objeto de negociación hasta alcanzar la cifra definitiva, a imputar al subconcepto 28001 del programa 463A "Competitividad" del presupuesto de gastos de la Comunidad de Madrid para el ejercicio 2026.

EL DIRECTOR GENERAL DE ECONOMÍA E INDUSTRIA

Firmado digitalmente por: MARTÍNEZ MUÑOZ JAIME
Fecha: 2025.09.11 16:54