



**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS A LAS QUE SE DEBE AJUSTAR EL PATROCINIO POR PARTE DE MADRID CULTURA Y TURISMO S.A.U. DEL PRODUCTO “DE PARQUE A PALACIO” ORGANIZADO POR ÁVORIS RETAIL DIVISION S.L. A ADJUDICAR POR PROCEDIMIENTO NEGOCIADO SIN PUBLICIDAD.**

**PRIMERA. - OBJETO.**

El objeto del presente Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares es regular las condiciones técnicas que han de regir el contrato de patrocinio publicitario por parte de Madrid Cultura y Turismo, S.A.U., del producto turístico exclusivo denominado «De Parque a Palacio», creado, organizado, comercializado y distribuido por ÁVORIS RETAIL DIVISION a través de su red de agencias de viajes.

El producto turístico tiene como finalidad promocionar el sur de la Comunidad de Madrid, combinando patrimonio cultural, alojamiento y una oferta de ocio diferencial, favoreciendo su posicionamiento y comercialización en el canal profesional de agencias de viajes.

**SEGUNDA. - CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS QUE SE DESEAN CONTRATAR.**

El patrocinio tiene como finalidad:

- Promocionar y fomentar el turismo en la Comunidad de Madrid.
- Incrementar la visibilidad del destino mediante un producto turístico estructurado y fácilmente comercializable.
- Facilitar el acceso del destino a la red de agencias de viajes de ÁVORIS RETAIL DIVISION.
- Conseguir publicidad y difusión del apoyo que la Comunidad de Madrid presta al sector turístico.

El patrocinio se materializa mediante la ejecución de acciones promocionales, formativas, comerciales y experienciales, que constituyen prestaciones esenciales del contrato.

**TERCERA. - LUGAR Y PLAZO DE EJECUCIÓN.**

Lugar de ejecución

La prestación de los servicios objeto del contrato se realizará en los emplazamientos necesarios para la correcta ejecución de las acciones de patrocinio, tanto en el ámbito de la Comunidad de Madrid como en otros puntos del territorio nacional, así como en los canales y soportes comerciales del contratista.

Plazo de ejecución

El plazo de ejecución del contrato se extenderá desde la fecha de formalización del contrato hasta la finalización y justificación de todas las acciones de patrocinio, dentro del ejercicio 2026.



#### CUARTA. - OBLIGACIONES RELATIVAS AL PATROCINIO

##### A) Presentaciones profesionales y visibilidad

- Organización y realización de:
  - Presentaciones profesionales del producto turístico dirigidas a agentes de viajes.
  - Presentaciones específicas a medios de comunicación y prensa especializada.
- Finalidad:
  - Incrementar la visibilidad del producto turístico.
  - Generar notoriedad institucional y cobertura mediática del destino Comunidad de Madrid.

##### B) Creación y comercialización del producto turístico

- Diseño, desarrollo e implementación del paquete turístico «De Parque a Palacio», que incluirá, al menos:
  - Alojamiento en Aranjuez.
  - Visitas guiadas por Aranjuez y el entorno del sureste de la Comunidad de Madrid.
  - Entrada de un día completo al Parque Warner Madrid.
- Inclusión del producto en los canales comerciales y materiales de venta de ÁVORIS RETAIL DIVISION, incluyendo:
  - Tótems en agencias de viajes.
  - Cartelería en punto de venta.
  - Flyers y materiales promocionales conjuntos con presencia de la imagen de la Comunidad de Madrid.
- El producto deberá ser accesible y fácilmente comercializable por la red de agencias.

##### C) Formación presencial a agentes de viajes

- Realización de un mínimo de 6 acciones formativas presenciales, distribuidas de la siguiente forma:
  - 2 formaciones con Travelplan.
  - 2 formaciones con B Travel.
  - 2 formaciones con Halcón Viajes.
- Características mínimas:
  - Aproximadamente 50 asistentes por sesión.
  - Duración mínima de **2 horas** por formación.



- Objetivo:
  - Capacitar a la red comercial.
  - Fomentar la prescripción activa del producto y del destino.

#### D) Roadshow nacional de promoción comercial

- Organización de un roadshow presencial en, al menos, 7 ciudades del territorio nacional, entre ellas:
  - Sevilla, Barcelona, A Coruña, Palma, Alicante, Bilbao y Madrid.
- Contenido:
  - Presentaciones del producto a agencias locales.
  - Acciones de networking y generación de oportunidades comerciales.
  - Participación institucional de la dirección de ÁVORIS, reforzando el carácter estratégico de la acción.

#### E) Viajes de familiarización (famtrips)

- Organización de un mínimo de 3 viajes de familiarización dirigidos a agentes de viajes.
- Características:
  - Grupos reducidos de entre 6 y 10 participantes.
  - Programación orientada al conocimiento directo del producto y del destino.
- Objetivo:
  - Mejorar la calidad de la prescripción.
  - Incrementar la conversión comercial.

### QUINTA. JUSTIFICACION DE LAS ACCIONES.

ÁVORIS RETAIL DIVISION deberá justificar la correcta ejecución de las acciones de patrocinio mediante la presentación de una memoria final que incluya, al menos, la descripción detallada de las actuaciones realizadas, material gráfico o documental acreditativo, relación de acciones formativas efectuadas, listados de asistentes y evidencias de la inclusión del producto en los canales comerciales así como el informe de resultados y análisis sobre el impacto generado de la difusión de las acciones.

Dicha documentación servirá de base para la conformidad de la ejecución del contrato por parte de Madrid Cultura y Turismo, S.A.U.

### SEXTA. - PUBLICIDAD.

Como consecuencia de su aportación, la Comunidad de Madrid, a través de Madrid Cultura y Turismo, S.A.U., adquiere la condición de patrocinador del producto turístico



«De Parque a Palacio», pudiendo utilizar y difundir esta condición en las acciones promocionales y publicitarias que estime oportunas.

Madrid, a 4 de mayo de 2026

EL CONTRATISTA

EL CONSEJERO DELEGADO DE  
MADRID CULTURA Y TURISMO

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

Fdo.- Luis Fernando Martín Izquierdo