



Este documento se ha obtenido directamente del original que contenía todas las firmas auténticas y se han ocultado los datos personales protegidos y los códigos que permitirían acceder al original.

MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA LA ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DEL EVENTO FIPP WORLD MEDIA CONGRESS, ORGANIZADO POR LA ASOCIACIÓN DE REVISTAS DE INFORMACIÓN (ARI) A ADJUDICAR POR PROCEDIMIENTO NEGOCIADO SIN PUBLICIDAD

1.- INTRODUCCIÓN

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.

Madrid será en 2026 la sede de la 48ª edición del FIPP World Media Congress, el congreso internacional de referencia para los editores de revistas. Este encuentro supone una oportunidad única para que editores, periodistas, creadores, empresas de tecnología y otros proveedores del sector se reúnan en un mismo espacio para compartir experiencias y establecer conexiones.

El 48th Congreso de FIPP estará organizado por FIPP, que desde el 1 de enero de 2026 es parte de WAN IFRA, la asociación mundial de editores de medios de información incluye también a todos los editores de diarios, y por ARI, la asociación española de editores de revistas. El Congreso de FIPP se celebrará en el Hotel RIU PLAZA DE ESPAÑA y en el Círculo de Bellas Artes (CBA) los días 13, 14 y 15 de octubre de 2026. El evento reunirá en 2026 a profesionales de los medios de todo el mundo durante tres días de discusiones perspicaces, presentaciones magistrales, talleres y oportunidades de networking inigualables. El Congreso 2026 de FIPP será una reunión inolvidable que dará forma al futuro de los medios y está pensado tanto para líderes experimentados de la industria como para innovadores en ascenso. Los editores españoles tendrán un papel destacado en el programa para dar a conocer su brillante actividad y el excelente momento de desarrollo de este sector. Dentro del FIPP World Media Congress se podrán conocer las tendencias actuales emergentes, así como los desafíos que se pueden encontrar en el sector de las publicaciones. Los ponentes analizarán diversos temas de actualidad entre los que destacan la inteligencia artificial (IA), la sostenibilidad, la diversificación de los modelos de negocio y casos de éxito más destacables.

La participación en *FIPP WORLD MEDIA CONGRESS* dará visibilidad a la COMUNIDAD DE MADRID como destino turístico y reportará beneficios de imagen del destino. El beneficio que conseguirá la Comunidad será su promoción a nivel internacional entre editores de publicaciones que pueden hacerse eco y ampliar la cobertura de su experiencia y descubrimientos de la Comunidad durante su estancia. Con el fin de promocionar y divulgar como destino turístico a la Comunidad de Madrid Madrid Cultura y Turismo, S.A.U. ha querido sumarse en el apoyo a los eventos organizados por ARI en calidad de patrocinador.

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: desde su formalización hasta la finalización de todas las actuaciones incluidas en el programa oficial del FIPP World Media Congress, previstas entre los días 12 y 16 de octubre de 2026, que concluirá con el pago del precio convenido.
- Tramitación: Ordinaria.
- Procedimiento: Negociado sin publicidad.
- Forma de pago: Único.
- Revisión de precios: NO
- El importe total del contrato (IVA incluido) asciende a 24.200,00 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. Desglose:

Costes directos: 20.000,00€

Costes indirectos y otros eventuales gastos: 0,00€

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 20.000,00€ (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 14.000,00 euros o bien 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.

No procede subcontratación. El objeto del contrato consiste en la celebración de un acuerdo de patrocinio con un operador económico que ostenta derechos exclusivos de explotación de un determinado soporte, espacio, actividad o evento cuya notoriedad, imagen de marca y capacidad de difusión resultan esenciales para alcanzar los fines estratégicos de comunicación de la entidad contratante. En este contexto, la participación directa del patrocinado resulta imprescindible para garantizar la efectividad, el control y la trazabilidad de la acción publicitaria. La intervención de terceros mediante subcontratación, especialmente si afecta a la gestión de espacios publicitarios, contenidos, imagen o ejecución de compromisos del patrocinio, comprometería los intereses legítimos de la entidad contratante, tanto en términos de posicionamiento institucional como de retorno de imagen. Además, al tratarse de un procedimiento tramitado por razones de exclusividad (art. 168.a.2º LCSP), basado en derechos exclusivos del patrocinado sobre la actividad o soporte objeto del patrocinio,



permitir la subcontratación iría en contra del principio de necesidad que justifica la elección de este procedimiento excepcional.

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, 14 de julio de 2026
EL CONSEJERO DELEGADO DE MADRID
CULTURA Y TURISMO, S.A.U

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

Luis Fernando Martín Izquierdo