



MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA LA ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO DE PATROCINIO PUBLICITARIO DEL PRIMER FESTIVAL DE MUSICA DENOMINADO «RADAR MADRID», CREADO, ORGANIZADO Y COMERCIALIZADO POR CHARCO MADRID 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.

“RADAR MADRID” es un festival de música exclusivo de 3 días diseñado para impulsar el talento español e hispano y darlo a conocer con una proyección internacional.

Incluye diversas actividades, como desayunos de negocios, paneles profesionales, speedmeetings, Pitch sessions, networking, showcases...

La feria está pensada para posicionar a Madrid como marca cultural, y punto de referencia para comisiones y profesionales de Europa y Latinoamérica.

Con su patrocinio, la Comunidad de Madrid logra:

- Promocionar y fomentar el turismo en la Comunidad de Madrid.
- Confirmar a Madrid como referente de la industria musical iberoamericana, posicionando a la ciudad como nodo cultural y plataforma de exportación musical. Madrid como hub de negocio y creativo de la música.
- Generar impacto económico y cultural: más movilidad internacional para los artistas nacionales, mayor productividad del sector y refuerzo de la marca Madrid como capital musical.
- Conseguir publicidad y difusión del apoyo que la Comunidad de Madrid presta al sector turístico y al mercado de la música.

El patrocinio se materializa mediante la ejecución de acciones promocionales en medios digitales y de prensa, en radio y en podcast, campañas de Social Ads, y marketing de contenidos.

Mediante dicha aportación, la Comunidad de Madrid adquiere, a través de Madrid Cultura y Turismo SAU, la condición de PATROCINADOR, de la primera feria denominada «Radar Madrid», creado, organizado y comercializado por CHARCO MUSICA 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: desde la formalización del contrato hasta la finalización del evento y una vez presentada la memoria justificativa del patrocinio del evento.
- Tramitación: Ordinaria.
- Procedimiento: Negociado sin publicidad.

- Forma de pago: Único.
- Revisión de precios: NO
- El importe total del contrato (IVA incluido) asciende a 320.542,07 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: 264.910,80€

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 264.910,80€ (IVA no incluido).

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 185.734,56 euros.

No cabe la subcontratación ya que 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.



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, 20 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