MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA LA UTILIZACIÓN DEL PROCEDIMIENTO NEGOCIADO SIN PUBLICIDAD POR EXCLUSIVIDAD EN EL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO DEL EVENTO "SINGULARITY SUMMIT 2026"

Expediente: P/OTR-024015/2026

1. Interés público del patrocinio del evento.

La Comunidad de Madrid considera de sumo interés su participación en la celebración del evento denominado «Singularity Summit 2026», que se celebrará en Madrid en los días 4 y 5 de noviembre de 2026, tratándose de una cumbre internacional de referencia en el ámbito de la tecnología, la innovación y la transformación digital, y la única edición que se celebra en Europa.

El evento reúne a representantes del ámbito empresarial, institucional y tecnológico, incluyendo directivos, emprendedores, responsables de innovación y expertos internacionales, constituyendo un espacio de encuentro para el análisis del impacto de las tecnologías emergentes y de las tendencias globales que están definiendo el futuro económico y social.

La celebración del evento en Madrid contribuye a reforzar el posicionamiento de la Comunidad de Madrid como nodo europeo de transferencia de conocimiento tecnológico y como hub de innovación, favoreciendo la atracción de talento, inversión y agentes estratégicos del ecosistema tecnológico internacional.

Asimismo, el carácter transversal del evento, estructurado en torno a temáticas estratégicas alineadas con la Estrategia Digital de la Comunidad de Madrid, y su orientación a la generación de conocimiento aplicado y a la conexión entre el ecosistema local y el internacional —incluyendo iniciativas como el Challenge de startups—, refuerzan su interés público como instrumento para impulsar el desarrollo económico, la innovación y la competitividad de la región.

Encaje competencial de la D. G. de Estrategia Digital.

El encaje competencial de esta actuación se sitúa en el ámbito de la Consejería de Digitalización y, en particular, de la Dirección General de Estrategia Digital, de conformidad con el artículo 6 del Decreto 261/2023, de 29 de noviembre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Digitalización, el cual le atribuye funciones en materia de impulso de la economía digital (art. 6.1.a), apoyo a la transformación digital de las empresas (art. 6.1.b), promoción del sector digital (art. 6.1.c), promoción de las tecnologías disruptivas (art. 6.1.f), desarrollo del emprendimiento y de la innovación tecnológica (art. 6.1.g).

Bajo este contexto competencial, la promoción que recibirá la Comunidad de Madrid a través del patrocinio del evento internacional Singularity Summit 2026 lo consideramos como una actuación estratégica y plenamente incardinada en dichas competencias, al contribuir de forma directa al desarrollo del ecosistema digital, a la atracción de talento e inversión y al posicionamiento internacional de la Comunidad de Madrid en el ámbito de la digitalización, la innovación tecnológica y la aplicación de las tecnologías digitales disruptivas a la economía y a la sociedad madrileña.

2. Idoneidad del patrocinio como instrumento de ejecución de la actuación.

La participación de la Comunidad de Madrid en el evento se articula mediante un contrato de patrocinio publicitario, conforme al artículo 22 de la Ley 34/1988, de 11 de

noviembre, General de Publicidad. Desde la perspectiva de eficiencia y adecuación al fin perseguido, el patrocinio constituye el instrumento idóneo en base a las siguientes características de la oferta recibida:

- generación de espacios de interlocución estratégica con líderes globales en tecnologías exponenciales, innovación y emprendimiento, así como la conexión directa con el ecosistema internacional a través de la participación de expertos, ponentes y agentes relevantes del ámbito empresarial y tecnológico.

- participación institucional activa en el desarrollo del evento mediante acciones de visibilidad y posicionamiento —incluyendo intervención en la apertura y/o cierre del Summit y en la entrega del premio del Challenge de startups— y la vinculación con iniciativas orientadas a la identificación y aceleración de proyectos innovadores con impacto global, en coherencia con las prioridades públicas en materia de digitalización, innovación y desarrollo tecnológico.

- difusión de la imagen institucional de la Comunidad de Madrid en soportes de comunicación y en campañas de publicidad exterior asociadas al evento, así como su reconocimiento como entidad patrocinadora del Summit, en un entorno internacional altamente cualificado.

En este contexto, el patrocinio constituye un mecanismo eficaz para canalizar la actuación pública hacia la obtención de resultados concretos en términos de posicionamiento institucional, proyección internacional, conexión con agentes estratégicos y generación de oportunidades de innovación y desarrollo económico para la Comunidad de Madrid, en línea con sus objetivos de política pública en materia de transformación digital.

3. Naturaleza jurídica del contrato y caracterización.

El patrocinio conlleva obligaciones concretas y exigibles para el patrocinado, que en el contrato propuesto consiste, principalmente, en la difusión de la imagen institucional, la participación en actividades estratégicas y el acceso a espacios de alto nivel de interlocución y decisión internacional.

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 24 de la Ley 34/1988, se trata de un contrato de patrocinio publicitario, y de carácter privado conforme al artículo 26 de la Ley 9/2017, de Contratos del Sector Público.

El contrato propuesto presenta una estructura clara de patrocinio, en la que la aportación económica de la Comunidad de Madrid se corresponde con un conjunto de prestaciones concretas y beneficios publicitarios.

En particular, se incluye la incorporación de la imagen corporativa de la Comunidad de Madrid en los soportes de comunicación del evento, así como su reconocimiento como entidad patrocinadora y su visibilidad en la campaña de publicidad exterior asociada al Summit. Igualmente, se prevé la participación institucional en actos relevantes del programa, incluyendo la intervención en la apertura y/o cierre del evento, así como en la entrega del premio del Challenge de startups.

Asimismo, el patrocinio contempla la participación en espacios de alto nivel de interlocución y en iniciativas estratégicas del evento, tales como el Challenge Startups, que incluye la identificación y presentación de proyectos innovadores, así como acciones de mentoring dirigidas por expertos internacionales, facilitando la interacción directa con el ecosistema global de innovación y emprendimiento.

Adicionalmente, la propuesta incorpora acciones orientadas a la conexión con colectivos estratégicos mediante la disponibilidad de entradas para el acceso al evento, así como la presencia en actividades de networking y en sesiones especializadas, lo que permite la interacción directa con empresas, startups, inversores, instituciones y expertos internacionales.

En su conjunto, las prestaciones previstas garantizan una combinación equilibrada de visibilidad institucional, participación activa en la agenda del evento y acceso a entornos de alto valor estratégico, asegurando la adecuada correspondencia entre la aportación económica y los beneficios derivados del patrocinio.

Estas prestaciones evidencian la existencia de un retorno real, medible y directamente vinculado al objeto del contrato, descartando su carácter de aportación unilateral. El importe total del contrato propuesto asciende a 50.000 euros sin IVA (60.500 € IVA del 21% incluido).

4. Justificación del Procedimiento Negociado sin publicidad por exclusividad.

La adjudicación del contrato mediante procedimiento negociado sin publicidad se fundamenta en la concurrencia de la causa de exclusividad prevista en el artículo 168.a) 2º de la Ley 9/2017, de Contratos del Sector Público.

En particular, concurren las siguientes circunstancias:

– El evento Singularity Summit 2026 constituye una iniciativa singular, organizada por una entidad concreta que ostenta en exclusiva los derechos de concepción, organización y explotación del evento, incluyendo su marca, formato, contenidos y red de participantes.

- La propuesta de patrocinio incorpora prestaciones intrínsecamente vinculadas a dicha organización específica, tales como la participación en el programa oficial del Summit, la intervención en actos institucionales, la entrega del premio del Challenge de startups, así como el acceso a iniciativas propias del evento que permiten la conexión con el ecosistema internacional de innovación, incluyendo la interacción con expertos globales y la participación en dinámicas de identificación y aceleración de proyectos innovadores.
- El carácter único del evento —como única edición celebrada en Europa de la iniciativa Singularity— y su posicionamiento como plataforma internacional de transferencia de conocimiento tecnológico determinan que no existan alternativas en el mercado que permitan obtener prestaciones equivalentes en términos de alcance, calidad, red de participantes y proyección internacional.

La prestación objeto del contrato, por tanto, únicamente puede ser realizada por el organizador del evento, lo que determina la imposibilidad de promover la concurrencia y justifica la utilización del procedimiento negociado sin publicidad.

5. Autorización previa en materia de publicidad institucional.

De conformidad con la disposición adicional quinta de la Ley 6/2025, de Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid para 2026, la Dirección General de Estrategia Digital ha obtenido la preceptiva autorización previa de la D. G. de Medios de Comunicación para realizar la propuesta de contratación de este patrocinio.

En la resolución emitida, se reconoce explícitamente:

- otorga la autorización previa;
- confirma la cuantía de la aportación económica (60.500 euros), IVA del 21% incluido;

- verifica la existencia de contraprestaciones en términos de visibilidad institucional y participación en el evento.

Asimismo, se establece la obligación de acreditar la ejecución de las prestaciones contratadas, reforzando el control sobre la eficacia del gasto público.

Finalmente, la Dirección General de Estrategia Digital considera procedente la tramitación del contrato mediante procedimiento negociado sin publicidad por exclusividad, conforme a lo dispuesto en el artículo 168.a) 2º de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

En Madrid, a fecha de firma.

EL DIRECTOR GENERAL DE ESTRATEGIA DIGITAL

Firmado digitalmente por: IGNACIO JULEN AZORIN GONZALEZ - [redacted]
Fecha: 2026.06.29 11:41