

I. COMUNIDAD DE MADRID

D) Anuncios

Consejería de Cultura y Turismo

- 36** *CONVENIO de 26 de mayo de 2021, entre la Comunidad de Madrid (Consejería de Cultura y Turismo) y Mad Cup, S. L., con motivo de la organización del I Torneo de Fútbol Internacional “Madcup 2021”.*

En Madrid, a 26 de mayo de 2021.

REUNIDOS

De una parte, don Eduardo Dehesa Conde, director general de Turismo de la Comunidad de Madrid (en adelante, la Comunidad de Madrid), nombrado mediante Decreto 22/2020, de 26 de febrero, del Consejo de Gobierno (BOLETÍN OFICIAL DE LA COMUNIDAD DE MADRID de 27 de febrero de 2020), y en virtud de lo dispuesto en el Decreto 280/2019, de 29 de octubre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Cultura y Turismo, así como en la normativa competencial que justifica su intervención, en concreto, el artículo 9.1.b) de la Orden 102/2020, de 12 de febrero, de la Consejería de Cultura y Turismo, por la que se delega el ejercicio de determinadas competencias, la firma de convenios y se desconcentra el Protectorado de Fundaciones, en su relación con el artículo 41.a) de la Ley 1/1983, de 13 de diciembre, de Gobierno y Administración de la Comunidad de Madrid.

Y, de otra parte, don Miguel Ángel Benzal Medina, actuando en representación de Mad Cup, S. L., con CIF B-88526686 y domicilio en calle Begonias, número 13, 28220 Majadahonda (Madrid), en su condición de Administrador Único, de conformidad con la escritura de poder de 18 de noviembre de 2019, otorgada ante el notario de Madrid don Eusebio Javier González Lasso de la Vega, bajo el número 3600 de su protocolo.

Actúan cada uno de ellos en la representación que ostentan, reconociéndose mutuamente capacidad para obligarse mediante el presente Convenio y a tal efecto,

EXPONEN

I. Que, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 26.1.1.21 del Estatuto de Autonomía de la Comunidad de Madrid, aprobado por Ley Orgánica 3/1983, de 25 de febrero, corresponde a esta la competencia exclusiva en materia de fomento de la cultura y promoción y ordenación del turismo, competencia que ejerce a través de la Consejería de Cultura y Turismo en virtud de lo prevenido en el Decreto 280/2019, de 29 de octubre, del Consejo de Gobierno, y de conformidad con las previsiones que establece la Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid.

En concreto, el artículo 9 del referido Decreto le atribuye “la coordinación, fomento y planificación del sector y de la actividad turística y la sostenibilidad”, “la promoción del sector turístico madrileño a nivel nacional e internacional” y la “elaboración de estrategias y planes que faciliten la creación y promoción de productos de alto valor añadido para el turismo, con capacidad desestacionalizadora”.

II. Que la Comunidad de Madrid, a través de la Consejería de Cultura y Turismo, tiene interés en atraer eventos de alto impacto turístico que actúen como motor de sectores clave en la economía y el comercio, necesitados de una profunda revitalización, tras las restricciones a la oferta de ciertas actividades y la caída de la demanda por las necesarias medidas de distanciamiento físico y restricción de la movilidad, consecuencia de la crisis de la COVID-19, que ha llevado a una recesión sin precedentes.

En este sentido, se considera de especial relevancia la participación de aquellos eventos relacionados con el turismo deportivo, que incidan en la recuperación económica de la región, generando un impacto tractor en los diferentes subsectores turísticos (alojamientos, hostelería y restauración, agencias de viajes) y que supongan un impulso en la colaboración

público-privada en la región, para aumentar la productividad a lo largo de toda la cadena de valor de estos sectores.

Uno de los objetivos estratégicos de la Comunidad de Madrid en materia de turismo es el de aumentar el número de turistas que llegan a la región (siempre dentro de los límites y garantías sanitarias marcados por la actual crisis de la COVID-19) y bajo criterios de sostenibilidad y distribución de los flujos turísticos en la región y los ingresos por ellos generados, además de mejorar el posicionamiento de la Comunidad de Madrid como destino turístico, por medio de acciones de comunicación y promoción de diversa índole, en definitiva, a través del instrumento competencial que le es propio: la promoción de la región, a nivel nacional e internacional.

Se considera por ello fundamental participar en proyectos que proporcionen un alto valor añadido al sector turístico, aumentando las pernoctaciones y el gasto turístico para conseguir la revitalización de la industria turística y apoyar proyectos que coadyuven a la difusión de la Comunidad de Madrid y repercutan en la llegada de potenciales visitantes, con una imagen activa, amable y competitiva de la región.

III. Que Madcup, S. L., es una entidad con personalidad jurídica propia y plena capacidad de obrar, que cuenta con los derechos para utilizar la marca Mad Cup, y de los derechos para la organización y puesta en marcha de un gran proyecto formativo y de educación en valores, alrededor de un Torneo Internacional de Fútbol Base, así como para desarrollar las actividades de diversa índole que se celebren con motivo del citado evento.

En concreto, ostenta las funciones de promoción y organización de eventos de carácter e interés turístico y cultural; la promoción de un territorio como destino turístico vinculado con actividades culturales y deportivas; la construcción, explotación y gestión de todo tipo de establecimientos dedicados a actividades deportivas, y, en general, cualquier actividad turística, cultural y educativa relacionada con el deporte y los eventos deportivos; la organización y producción de eventos o acontecimientos culturales, deportivos, musicales o de cualquier otro tipo, de interés turístico, así como la adquisición y explotación en cualquier forma de toda clase de derechos que recaigan sobre los mismos y la promoción, explotación, desarrollo, administración, gestión y realización de todos los trámites necesarios para la realización de eventos deportivos, artísticos, turísticos y de ocio.

IV. Que el “Torneo Internacional de Fútbol Base, Madcup 2021”, en adelante, el “Evento Madcup 2021” es un proyecto transversal, tanto deportivo, como cultural, turístico y formativo con vocación de transmitir valores y principios del ser humano y del deportista, de potenciar la cultura del deporte como elemento esencial en el mantenimiento de la salud física y mental de la ciudadanía —especialmente de los jóvenes— y de educación a las nuevas generaciones en valores en aspectos como el trabajo en equipo, la superación, la perseverancia, el respeto o la comunicación. Además, supone un evento con gran capacidad de atracción de visitantes a la región, todo ello bajo parámetros de modernización, revalorización y proyección sostenible e innovadora, crecimiento económico, competitividad y desarrollo de nuevos modelos de negocio y de innovación social, en consonancia con los diecisiete objetivos de desarrollo sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

Entre los fines de este proyecto transversal se encuentran el desarrollo sostenible, como elemento vertebrador de la transición ecológica y potenciador de la economía local; la diversificación, el impulso de la igualdad inclusión social y territorial y la contribución a la proyección de la Comunidad de Madrid y su difusión internacional como destino turístico deportivo, convirtiéndola en referente del fútbol base.

V. Que en España se realizan cada año 4,5 millones de viaje vinculados con el deporte, lo que representa casi el 5 por 100 de los viajes de ocio, recreo y vacaciones. El 70 por 100 de estos viajes generan pernoctaciones en establecimientos del sector hotelero, siendo la duración media del viaje de 3 días. El gasto medio por persona para asistir a acontecimientos deportivos de 330 euros en el caso de visitantes nacionales y de 1.300 euros en el caso de visitantes internacionales.

El torneo Mad Cup tiene como objetivo contar en 2021 con un máximo de 400 equipos y 6.500 jugadores, directores deportivos, entrenadores, etcétera, que disputarían más de 1.100 partidos oficiales, estimando provisionalmente y dependiendo de la situación de la pandemia de la COVID-19, que los jugadores de fuera de Madrid serán más del 30 por 100, generando además cada jugador visitante un ratio de acompañante de 1,5, por lo que la celebración de este evento en la Comunidad de Madrid supondrá un gasto estimado en la región de 4.5 millones de euros, cifras que se prevén para una situación de normalidad sanitaria y que, en cualquier caso, se irán incrementando exponencialmente en ediciones sucesivas, de acuerdo con las experiencias contrastadas de otros torneos internacionales.

VI. Que la Comunidad de Madrid reconoce las oportunidades de promover y participar en el que está llamado a ser el mayor torneo mundial formativo de fútbol base, que cuenta además con la plena implicación de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO). Al ser un proyecto que trascenderá a nivel nacional e Internacional, la marca Comunidad de Madrid, será referida y reflejada en todos los países del mundo a los que va a llegar este proyecto. España y Madrid tienen una gran tradición futbolística, por lo que el deseo de los clubs y jugadores de venir a Madrid, el centro del fútbol del mundo, será un gran aliciente.

Dada la relevancia que el citado evento va a adquirir, la Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid considera de alto interés participar en la celebración del mismo, puesto que va a tener lugar dentro de su ámbito territorial, con el refuerzo y potenciación inherentes de la imagen de la región a nivel nacional e internacional, como foco de irradiación turístico-deportivo. La sede central de Madcup será la Ciudad Deportiva Wanda Alcalá de Henares (Madrid), localidad declarada Ciudad Patrimonio Mundial por la Unesco en 1998 y otras sedes indicadas en el anexo I.

VII. Que, para la consecución de los referidos fines ambas partes acuerdan, a los efectos oportunos y de conformidad con la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, suscribir un convenio sujeto a las siguientes

ESTIPULACIONES

Primera

Objeto del Convenio

El objeto del presente Convenio es establecer las condiciones de colaboración entre la Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid y Madcup, S. L., para la organización, celebración y patrocinio del “I Torneo Internacional de Fútbol Madcup”, correspondiente a 2021.

Segunda

Obligaciones de Madcup

La entidad Madcup, S. L., asume las siguientes obligaciones:

1. La conceptualización, producción y ejecución del proyecto “Madcup”, de acuerdo con sus mejores aptitudes y experiencia, que se concretará en la organización y celebración de la I Edición del Torneo “Madcup”, en las instalaciones de la ciudad deportiva del Atlético de Madrid en Alcalá de Henares y otras sedes en Alcalá y Corredor del Henares listadas en el Anexo I que se irán utilizando en función de las necesidades del torneo, desde el 26 al 30 de junio de 2021.

A tal fin, serán de su cuenta los trabajos y necesidades que se determinan en el punto 7.

2. La consecución de acuerdos con los patrocinadores y colaboradores del evento “Madcup”.

3. La organización de la fiesta de celebración, que se producirá un día a determinar, durante la duración del Evento Madcup, prevista en principio en el estadio y/o “fan zone” del Wanda Metropolitano o Wanda Alcalá de Henares, en función de la situación sanitaria del momento. A tal fin, serán de su cuenta los trabajos y necesidades que se determinan en el punto 7.

4. Informar, con la periodicidad acordada por las partes, de las distintas actividades que se desarrollen en relación con el torneo, entre las que se destacan a título enunciativo, pero no limitativo: anuncio del torneo, encuentros con instituciones y medios de comunicación, premios a los valores, etcétera.

Informar, asimismo, a la Consejería del calendario de acciones previstas, para que esta institución pueda planificar y comunicar, con suficiente antelación, la presencia de sus representantes.

5. Hacer constar la colaboración de la Comunidad de Madrid, reconociéndola como colaborador institucional del Evento Madcup en los elementos promocionales, en los comunicados de prensa y en todos los soportes visibles destinados a dar difusión al evento, tanto “online” como “offline”. A tal fin el logotipo será facilitado por la Comunidad de Madrid y su utilización en cualquier canal o soporte requerirá su aprobación previa.

6. Madcup, S. L., se compromete a remitir a la Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid doscientas (200) localidades individuales, divididas en dos categorías.

- En primer lugar, ciento setenta y nueve (179) localidades serán puestas a disposición de los alcaldes de los municipios de la Comunidad de Madrid; la Consejería comunicará a Madcup, S. L., el número definitivo de localidades confirmadas a utilizar.
- En segundo lugar, veintiuna localidades serán de uso libre para la Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid.

La Consejería comunicará a Madcup, S. L., la lista de invitados que debe situar en el espacio reservado para “Protocolo” en la ceremonia de celebración. En el evento de la celebración en Wanda Metropolitano o Wanda Alcalá, participarán, si su agenda lo permite, las más altas autoridades de la Comunidad y de la Consejería de Cultura y Turismo.

7. Llevar a cabo los trabajos que a continuación se detallan, respecto al Evento Madcup, a la ceremonia de celebración del mismo y a otras necesidades de montaje e instalaciones en Wanda Metropolitano, Wanda Alcalá de Henares y otras sedes del evento:

- a) Realizar los servicios de prospección necesarios para el buen fin del proyecto.
- b) Concepción de la idea de la ceremonia de celebración, clausura y entrega de premios, producción, intermediación con guionistas, presentadores, artistas y demás intervinientes en la gala de celebración. La ceremonia de celebración del torneo está prevista, salvo por circunstancias que lo impidan principalmente derivadas de la pandemia sanitaria, para el día 28 de junio en el estadio Wanda Metropolitano o en Wanda Alcalá de Henares, y la clausura y entrega de premios el día de las finales (30 de junio) en la ciudad deportiva Wanda Alcalá de Henares.
- c) Asumir todos los gastos y responsabilidades derivados de la producción del torneo y del Plan de Promoción y Comunicación nacional e internacional de la Comunidad de Madrid como destino turístico de acuerdo con lo establecido en el presente Convenio y estando Madcup facultada para contratar con terceros los servicios que sean necesarios.
- d) Grabación y filmación del evento o partes del evento programado, realización de un “making off” del torneo y grabación de las finales del torneo, para su comunicación pública por “streaming”, cediendo los derechos a la Comunidad de Madrid para su utilización en eventos de promoción turística del destino.
- e) A plantear y ejecutar la estrategia digital relativa a cada uno de los eventos, conforme al Plan de Promoción y Comunicación del destino Madrid, que se integra como anexo 2 a este Convenio.

Tercera

Obligaciones de la Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid

En virtud de este acuerdo, la Consejería de Cultura y Turismo de la Comunidad de Madrid se compromete a lo siguiente:

1. Aportar la cantidad cierta de 121.000,00 euros, IVA incluido, para el desarrollo del Plan de Promoción y Comunicación del destino Madrid dentro de la organización de la edición de Madcup 2021. El abono de la precitada cantidad se efectuará a la celebración del evento y previa presentación de la documentación justificativa determinada en la cláusula cuarta.
2. Promover e incentivar la difusión y promoción del Evento Madcup y sus contenidos, a través de:
 - a) El material promocional que será facilitado por Madcup, S. L. (imágenes, folletos, videos, etcétera), a través de la red de Oficinas de Información Turística de la Comunidad de Madrid, de la red Madrid About Info y a través de Infored.
 - b) La página web y los medios digitales de la Consejería de Cultura y Turismo y cualquier otro soporte publicitario que se acuerde por la Comisión de Seguimiento, mediante la difusión de su celebración incluyendo el nombre institucional y el logo que Madcup, S. L., determine. A estos efectos, el logotipo será facilitado por Madcup, S. L., su utilización en cualquier canal o soporte requerirá previa y expresa aprobación por parte de Madcup, S. L.
3. Permitir el uso por parte de Madcup del logo de la Comunidad de Madrid y otros elementos que las Partes acuerden. Igualmente, cederá el uso a Madcup, S. L., de imágenes y material audiovisual de la Comunidad de Madrid para su utilización en el proyecto y sus elementos gráficos y promocionales (incluidos la página web y el dossier, así como su uso

dentro del contenido audiovisual que se produzca) y en la promoción de la Comunidad de Madrid como destino turístico en el Plan de Promoción y Comunicación.

4. Participar en los eventos indicados en el punto 7.b) de la estipulación segunda de este Convenio, de presentación de Madcup, con la participación de las principales instituciones que patrocinen o colaboren con el evento. La Consejería de Cultura y Turismo promocionará el evento entre los 179 Ayuntamientos de la Comunidad.

5. Preparar y entregar un “Welcome pack” para presidentes y directores deportivos de los clubs.

Cuarta

Aportación económica

La Comunidad de Madrid, por el impacto que supone para la Comunidad de Madrid participar en la difusión y acciones relacionadas con el evento, abonará a Madcup, S. L., un importe total 121.000,00 euros, que incluye todo tipo de impuestos y gastos que puedan corresponder, con cargo al Programa 432A, subconcepto 28001, Presupuesto de Gastos de la Comunidad de Madrid del año 2021 (Ley 9/2018, de 26 de diciembre, de Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid para el año 2019, prorrogados para el ejercicio 2021 con los criterios establecidos en el Decreto 122/2020, de 29 de diciembre, del Consejo de Gobierno, por el que se establecen los criterios de aplicación de la prórroga automática de los Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid de 2019 hasta la entrada en vigor de los Presupuestos Generales para 2021).

El abono se realizará previa presentación de la correspondiente factura antes del 30 septiembre de 2021, a la que deberá acompañar la memoria detallada de las acciones promocionales realizadas, así como su alcance. La aportación de la Comunidad de Madrid se destinará a sufragar los gastos correspondientes recogidos en la cláusula segunda de este Convenio.

Quinta

De las responsabilidades

Madcup se compromete a mantener vigentes los seguros de responsabilidad civil, con cobertura para los trabajos que va a desempeñar en virtud del presente Convenio, así como al cumplimiento de la normativa de prevención de riesgos laborales.

Ninguna de las partes será responsable de los daños que pudieran causarse por caso fortuito o fuerza mayor, ya sea en las personas o en los bienes que pertenezcan a alguna de las partes, a subcontratistas o a terceros.

Sexta

Compatibilidad con otras aportaciones y patrocinios

La colaboración y patrocinio del presente Convenio es compatible con otras aportaciones, subvenciones, ayudas, ingresos o recursos públicos o privados que obtenga Madcup, S. L. La referida entidad adoptará las medidas adecuadas de difusión de la financiación pública o privada recibida, que pueden consistir en la inclusión de la imagen de las entidades públicas o privadas en carteles, placas, materiales impresos, medios electrónicos o audiovisuales, menciones en medios de comunicación y, en general, en todo el material publicitario relacionado con el evento.

Séptima

Comisión de Seguimiento

Se creará una Comisión paritaria de vigilancia, control y seguimiento que resolverá los problemas de interpretación y cumplimiento que pudieran plantearse, con el fin de adecuarse a las diversas circunstancias imprevistas que se pudieran producir.

Esta Comisión tendrá, entre otras competencias, la del seguimiento y evaluación de las actividades, la propuesta de temas específicos que se consideren de especial interés para su estudio, así como cualquier otra que se considere conveniente.

El funcionamiento de dicha Comisión de Seguimiento se regulará por lo dispuesto en los artículos 15 a 18 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

La citada Comisión estará integrada por dos representantes de Madcup, S. L., y dos representantes de la Consejería de Cultura y Turismo.

Ejercerá las funciones de Presidente de esta Comisión, el titular de la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid, o persona en quien delegue, y de Secretario, con voz, pero sin voto, un representante de Madcup, S. L.

Octava

Modificación del Convenio

En cualquier momento anterior a la finalización de su vigencia, el presente Convenio podrá ser modificado, mediante acuerdo expreso de los firmantes que deberá efectuarse en un nuevo documento suscrito por ambas partes, de acuerdo con el artículo 49.g) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Novena

Extinción y resolución del Convenio

El presente Convenio se extinguirá por el cumplimiento de las actuaciones que constituyen su objeto o por incurrir en causa de resolución.

Son causas de resolución:

- El transcurso de su plazo de vigencia, sin proceder a la prórroga del mismo.
- El cumplimiento de las actuaciones que constituyen su objeto.
- Mutuo acuerdo de las partes.
- Declaración judicial de nulidad del Convenio.
- Incumplimiento por alguna de las partes de cualquiera de las cláusulas establecidas en el presente Convenio. En caso de que alguna de las partes incumpla las obligaciones asumidas en virtud de este Convenio, la otra parte, una vez intentada sin éxito la conciliación en el seno de la Comisión de Seguimiento de seguimiento, estará facultada para solicitar la resolución judicial del Convenio. La resolución del Convenio por esta causa conllevará la indemnización de los daños y perjuicios causados, teniendo en cuenta, en su caso, la valoración de los gastos asumidos, por la parte perjudicada, como consecuencia del incumplimiento y hasta la resolución del Convenio.
- Cualquier otra prevista en este Convenio o en otras leyes.

Décima

Plazos y duración del Convenio

El presente Convenio entrará en vigor en la fecha de su firma y estará vigente hasta el total cumplimiento por ambas partes de las obligaciones asumidas en el mismo, en cualquier caso, antes de 31 de diciembre de 2021.

En cualquier momento antes de la finalización del plazo previsto en el párrafo anterior, las partes podrán de manera unánime prorrogarlo sucesivamente por períodos de un año, hasta un máximo total de cuatro años, mediante un acto expreso, formalizado por escrito, antes de la finalización de la vigencia del mismo.

En el caso de terminación de la colaboración, el evento podrá continuar celebrándose por parte de Madcup, S. L., con otros colaboradores o patrocinadores.

Undécima

Régimen jurídico

1. Este Convenio tiene naturaleza administrativa y no contractual y queda sujeto a las normas imperativas de Derecho Público y, en particular, dada su naturaleza administrativa, a los principios de Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, para resolver las dudas y lagunas que pudieran presentarse.

2. Las controversias que surjan entre las partes sobre los efectos, interpretación, modificación o resolución del Convenio que no sean objeto de conciliación en el seno de la Comisión de Seguimiento de seguimiento a que se refiere la cláusula séptima, serán sometidas a los Tribunales competentes de la jurisdicción contencioso-administrativa.

3. Ninguna cláusula de este Convenio podrá ser interpretada en un sentido que menoscabe el ejercicio de las competencias legalmente atribuidas a la Comunidad de Madrid.

Duodécima*Fuerza mayor o caso fortuito*

Ambas partes estarán exentas de toda responsabilidad, en caso de retraso, mora e incumplimiento total o parcial del presente Convenio, debido a la incidencia del coronavirus o a causa de fuerza mayor o caso fortuito, entendiéndose por ello a todo acontecimiento presente o futuro, ya sea fenómeno de la naturaleza o no, que esté fuera del dominio de la voluntad, que no pueda preverse y que aun previéndolo no se pueda evitar, que imposibilite el cumplimiento en forma de todo punto obligando a suspender el evento.

Decimotercera*Confidencialidad*

La Comunidad de Madrid y Madcup, S. L., se comprometen a tratar como confidencial toda la información o documentación técnica, comercial o de cualquier otra naturaleza suministrada por la otra parte, a la que haya tenido acceso con motivo del desarrollo del presente Convenio, así como la información que resulte de la ejecución de este Convenio (en adelante toda ella se denominará “la Información Confidencial”). En consecuencia, no podrán revelar ni total ni parcialmente, de palabra, por escrito o de cualquier otra forma, a ninguna persona física o jurídica, ya sea de carácter público o privado, la Información Confidencial, sin el consentimiento expreso y por escrito de la otra parte, en los términos previstos en esta cláusula.

La información o documentación técnica, comercial o de cualquier otra naturaleza perteneciente a cualquiera de las partes a la que la otra pudiera ocasionalmente tener acceso en virtud de este Convenio así como la información que resulte de la ejecución de este Convenio (en adelante toda ella se denominará “la Información Confidencial”) tiene carácter estrictamente confidencial, en consecuencia, no podrán revelar ni total ni parcialmente, de palabra, por escrito o de cualquier otra forma, a ninguna persona física o jurídica, ya sea de carácter público o privado, la Información Confidencial, sin el consentimiento expreso y por escrito de la otra parte, en los términos previstos en esta cláusula.

Las partes se obligan a mantener en secreto dicha información, tanto durante el plazo de vigencia de este Convenio como después de su expiración, salvo en aquellos aspectos que hubiera pasado al dominio público, fuere notoria por medios ajenos a las partes o la parte propietaria de la información hubiera autorizado, previamente y por escrito, su revelación.

Asimismo, las partes se comprometen a adoptar todas las medidas que sean necesarias para asegurar el cumplimiento de esta obligación por sus respectivos empleados y/o colaboradores.

Cuantos daños y perjuicios se deriven de la custodia, uso, tratamiento y/o divulgación dolosa o negligente de la información confidencial, darán derecho a la reclamación de las correspondientes indemnizaciones y resarcimientos a la Parte perjudicada por el incumplimiento de las obligaciones de confidencialidad en que cualquiera de las Partes hubiese incurrido.

El presente Convenio se podrá poner a disposición de los ciudadanos, en aplicación de lo dispuesto en la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno.

Decimocuarta*Protección de datos de carácter personal y transparencia*

Si en el cumplimiento del presente Convenio, las partes tuvieran acceso a datos de carácter personal, estas quedarán obligadas al cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos (Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE) y a la legislación española de protección de datos de carácter personal que resulte de aplicación (Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales).

En el supuesto de que una de las partes tuviera acceso a datos de carácter personal proporcionados por otra de ellas, únicamente tratará dichos datos conforme a las instrucciones del cedente y no los aplicará o utilizará con un fin distinto al objeto del Convenio, ni los comunicará, ni siquiera para su conservación, a otras personas

Las partes informan a los firmantes del Convenio de que sus datos de carácter personal van a ser tratados con la finalidad estipulada en el Convenio, siendo imprescindible para ello que se aporten sus datos identificativos, el cargo que ostentan, número de DNI o documento equivalente y su firma. Asimismo, las partes garantizan cumplir con el deber de información con respecto a sus empleados cuyos datos personales sean comunicados entre las partes para el mantenimiento y cumplimiento del Convenio.

La base jurídica que legitima el tratamiento de los datos de los firmantes es la celebración y ejecución del Convenio. Las partes se comunicarán mutuamente la identidad de sus Delegados de Protección de Datos, en caso de que dicho nombramiento les sea de aplicación.

Los datos serán conservados durante la vigencia del Convenio y una vez finalizado, durante los plazos establecidos en la legislación vigente con la finalidad de atender a las posibles responsabilidades derivadas de su firma. En todo caso, los interesados podrán ejercer sus derechos de acceso, rectificación, supresión y oposición, limitación, portabilidad ante la parte que corresponda a través de comunicación por escrito al domicilio social del responsable aportando fotocopia de su DNI o documento equivalente e identificando el derecho cuyo ejercicio se solicita. Asimismo, en caso de considerar vulnerado su derecho a la protección de datos personales, podrán interponer una reclamación ante la Agencia Española de Protección de Datos.

Decimoquinta

Jurisdicción

En caso de existir litigios o discrepancias en el cumplimiento del presente Convenio, se intentarán resolver en el seno de la Comisión de Seguimiento, mediante negociaciones y acuerdos mutuos.

En caso de que los litigios o discrepancias que se deriven del presente Convenio no se puedan resolver mediante negociación, ambas Partes se someten expresamente a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales de Madrid, con renuncia expresa a cualquier fuero propio que pudiera corresponderles.

Y para que así conste, y en prueba de conformidad de las partes, se firma el presente Convenio, siendo la fecha de formalización del mismo la correspondiente a la firma de la Comunidad de Madrid o, en ausencia de fecha en el pie de firma, la que figure en el encabezamiento.

Madrid, a 26 de mayo de 2021.—Por la Consejería de Cultura y Turismo, el Director General de Turismo, Eduardo Dehesa Conde.—Por Madcup, S. L., el Administrador Único, Miguel Ángel Benzal Medina.

ANEXO I

SEDES PUESTAS A DISPOSICIÓN DEL TORNEO

1. Ciudad Deportiva Wanda Alcalá de Henares. <https://www.atleticodemadrid.com/>. Dispone de 1 campo de fútbol 11 de césped natural, 4 campos de fútbol 11 de césped artificial y 1 campo de fútbol 7 de césped artificial.

2. Ciudad Deportiva Municipal El Juncal. Avenida de Madrid, número 9. Alcalá de Henares. Dispone de 6 campos de fútbol siete y un campo de fútbol once de césped artificial.

3. Ciudad Deportiva Municipal El Val. Velódromo. Avenida Virgen del Val, número 4. Alcalá de Henares. Dispone de 3 campos de fútbol siete de césped artificial, y un campo de fútbol once de césped artificial.

4. Estadio Municipal Virgen de El Val. Dispone de un estadio con un campo de fútbol 11 de césped natural.

5. Parque Deportivo Municipal El Ensanche. Calle Gonzalo Torrente Ballester, número 29. Dispone de 3 campos de fútbol siete de césped artificial.

6. Complejo Deportivo Acción Deportiva Espartales Sur. Rotonda Padre Soler, número 37. Dispone de 1 Campo de fútbol 11 de césped artificial (2 de fútbol 7) y 1 pista de fútbol sala.

7. Agrupación Deportiva Naya. Calle Cuesta de Teatinos s/n. Dispone de 1 Campo de fútbol 11, dos de fútbol 7 y 1 pista de fútbol sala de césped artificial.

8. Sede La Dehesa. Avance. Club Deportivo Avance. Calle de Cogolludo, número 4. Dispone de Campos de césped artificial:

- Campo CH: Fútbol 5 para Chupetes/debutantes.
- Campo C: Fútbol 7 para prebenjamines.
- Campo 1: Fútbol 11, convertible en 2 campos de fútbol 7.
- Campo 2: Fútbol 11, convertible en 2 campos de fútbol 7.

9. Espacio Deportivo La Garena. Arturo Soria, número 1. Dispone de un campo de fútbol 11 y dos de fútbol 7.

10. Recinto Ferial Complutense. Paseo de Aguadores s/n. Dispone de un campo de fútbol-11, uno de fútbol-7 y uno nuevo, de fútbol-5.

11. Sede AD Henares. Calle Ronda Fiscal, número 2. Dispone de un campo de fútbol 11.

ANEXO II

PLAN DE COMUNICACIÓN DE MADCUP

#NadaPararáElDeporte

Madrid, del 26 al 30 de junio de 2021

Introducción

1. Madcup es un torneo de fútbol base que se crea con la ambición de ser el torneo más importante de Europa, radicado en la Comunidad de Madrid. El deporte base y no profesional contribuirá a incrementar el turismo y la economía de la Comunidad de Madrid, durante una semana de baja ocupación en la Comunidad, concretamente la última semana de junio (en 2021 se va a celebrar del 26 al 30 de junio). No se trata solo de un campeonato de fútbol, sino que pretende contribuir al impulso de la economía de la Comunidad de Madrid, a través del desarrollo de la industria del deporte y del turismo deportivo y cultural familiar.

2. El referente internacional del proyecto Madcup se encuentra en Goteborg con la Gothia Cup (ver más abajo fotografía de la inauguración de una de sus ediciones), que se desarrolla cada año, durante una semana, en el mes de julio. Por número de participantes, es el torneo más grande del mundo, en el que participan más de 35.000 jugadores pertenecientes a 1.600 equipos de 72 naciones diferentes. El evento se celebra durante una semana en julio y es el acontecimiento más importante en Gotemburgo por el número de visitantes que atrae y los ingresos que supone para la ciudad.

3. Se pretende acoger en la Comunidad de Madrid en los próximos cinco años, a más de 3.900 equipos, en los que participarán más de 65.000 chicos y chicas de todo el mundo, a los que los acompañarán, no solo los jefes de expedición y responsables de cada equipo, sino también sus familiares, por lo que el impacto económico que dejará el Torneo en la Comunidad será muy importante. Según los informes de la Gothia Cup, más de 300.000 personas visitan anualmente y durante una semana, la ciudad de Goteborg, para disfrutar del torneo.

4. Desde su nacimiento, incluido su nombre (Madcup), está concebido para ser la referencia como evento deportivo, turístico y cultural que se desarrolle cada año en la Comunidad de Madrid. Es un evento que pretende posicionarse con carácter anual y permanente en Madrid, capital del fútbol mundial. La mejor referencia en España es la Donosti Cup que se celebra cada año en San Sebastián, igualmente en el mes de julio. Por lo tanto, ubicando Madcup además durante la última semana de junio, no compite con los torneos que se celebran en julio y puede ser un efecto llamada para muchos clubs internacionales para jugar dos torneos seguidos, viniendo primero a Madrid. Su primera edición será un torneo de carácter nacional debido a la pandemia, realizándose el lanzamiento del torneo para que arraigue en la Comunidad de Madrid y entre sus clubs principalmente.

5. Al ser un proyecto que trascenderá a nivel nacional e Internacional, la marca Comunidad de Madrid, será referida y reflejada en todos los países del mundo a los que va a llegar este proyecto (de forma similar a la Gothia Cup a la que acuden equipos de más de setenta países), como lo es ahora mismo Goteborg para todo el mundo del fútbol base internacional. España y Madrid tienen mucha mayor tradición futbolística que Suecia/Goteborg, por lo que el deseo de los clubs y jugadores de venir a Madrid, el centro del fútbol del mundo, será un gran aliciente.

6. La competición del torneo, si bien comienza con su sede central en Alcalá y Corredor del Henares, se irá extendiendo por todos los campos de fútbol de la Comunidad (la Gothia dispone de 110 campos de fútbol, por lo que Madcup precisará de un número similar). Por otra parte, desde la primera edición, las actividades turísticas y culturales paralelas pueden ofertarse en los diferentes municipios de la Comunidad de Madrid.

7. Madcup comienza su andadura con el respaldo de tan importantes Instituciones como son (además de la Comunidad de Madrid), la Academia del Atlético de Madrid, los Ayuntamientos de Madrid y Alcalá de Henares, la Universidad de Alcalá, Proliga (que agrupa a 250 clubes de fútbol de España de segunda división B y tercera y a sus clubs de fútbol base, es decir a todo el fútbol no profesional español), el Diario Marca, como Media Sponsor, la Agencia EFE que difundirá las noticias, o la Organización Mundial del Turismo, que actuarán como importantes palancas para el desarrollo del mismo, tanto a nivel ejecutivo como a nivel de apoyo institucional y de comunicación.

Plan de Comunicación

Para alcanzar los objetivos marcados, el Plan de Comunicación se basa en tres líneas de trabajo:

- a) Estrategia de distribución de la información que permita que todo lo que se haga, se cuente, teniendo la mayor difusión, gracias a la selección y segmentación de los canales de comunicación con los que se cuentan. Se hará una distribución de la información, previa, durante y posterior al torneo.

A) Hitos previos al torneo:

1. Realización de un video promocional similar a este, realizado en 2020, con la participación de la UNWTO (OMT), Comunidad de Madrid, Ayuntamientos de Madrid, Alcalá y otros, Real federación de fútbol de Madrid, Universidad de Alcalá etcétera <https://www.youtube.com/watch?v=4ZJvSieaq-g>
2. Realización y promoción de píldoras y clips audiovisuales de la presentación.
3. Presentación blón oficial del torneo, contratado con una empresa madrileña, titular de la marca Kromex, balón oficial de la Federación de Fútbol de Madrid.
4. Presentación del trofeo, que tratará de vincularse con la figura universal de Miguel de Cervantes-Quijote.
5. Spot Madcup a rodar en Wanda Alcalá y otras localizaciones, prioritariamente con José de Luna y Gloria Ramos (protagonistas de la película "Campeones").
6. Emisión de un vídeo de promoción turística de la Comunidad de Madrid en la web y el canal de YouTube de Madcup, previo al torneo.
7. Emisión de una newsletter informativa a BBDD de Madcup con contenido turístico en la Comunidad de Madrid, durante el mes anterior a la celebración del torneo.
8. Concurso en redes Madcup con preguntas sobre Comunidad de Madrid como destino turístico
9. Campaña de comunicación previa al torneo:
 - i. Dentro del Universo MARCA: Periódico, MARCA.com, Redes Sociales, APP y Radio MARCA.
 - ii. A través de la agencia EFE. Distribución masiva de las noticias. Dentro de la web y redes sociales de la organización. Inclusión de post (tres previos al torneo, uno mensual) en las redes sociales del evento.
 - iii. Dentro de las webs y redes sociales de los patrocinadores y colaboradores.
 - iv. Dentro de las webs y redes sociales de todos los clubes participantes.
 - v. A través de una Campaña off line en mupis de la Comunidad de Madrid, Ayuntamiento Alcalá.
 - vi. A través del uso de la base de datos que se genere con todos los inscritos.
 - vii. Realización de un video actualizado sobre el torneo, resaltando la Comunidad de Madrid y la celebración del torneo. Con subtítulos en español e inglés, actualizando, mejorando y promocionando

este video realizado para la edición de 2020, cancelada por la pandemia: <https://www.youtube.com/watch?v=2FR-ZmvzQdA>

- B) Hitos durante el torneo:
1. Campaña de comunicación durante el torneo, del 26 al 30 de junio de 2021:
 - i. Dentro del Universo MARCA: Periódico, MARCA.com, Redes Sociales, APP y Radio MARCA.
 - ii. A través de la agencia EFE que coordinará la distribución masiva de las noticias.
 - iii. Dentro de la web y redes sociales de la organización. Inclusión de post (uno) en las redes sociales del evento.
 - iv. Dentro de las webs y redes sociales de los patrocinadores y colaboradores.
 - v. Dentro de las webs y redes sociales de todos los clubes participantes.
 - vi. A través del uso de la base de datos que se genere con todos los inscritos.
 - vii. A través de las actividades de ocio culturales (visita a museos, guías turísticas de las sedes, etcétera).
 - viii. Presencia de marca de Comunidad de Madrid en distintos soportes del Torneo como Patrocinador Institucional.
 2. Inauguración/fiesta de celebración. Acciones especiales con la Comunidad de Madrid. Visita de prensa a la fiesta de celebración del torneo el 28 de junio.
 3. Emisión de un vídeo de promoción turística de la Comunidad de Madrid en la web y el canal de YouTube de Madcup, así como en la fiesta de celebración del torneo en el Wanda Metropolitano.
 4. Punto de información y promoción turística de la Comunidad de Madrid en la sede central del torneo en la ciudad deportiva Wanda Alcalá de Henares.
- C) Campaña de comunicación posterior al torneo, de cara a la fidelización de los equipos y la promoción de la siguiente edición:
- i. Dentro del Universo MARCA: Periódico, MARCA.com, Redes Sociales, APP y Radio MARCA.
 - ii. A través de la agencia EFE que coordinará la distribución masiva de las noticias.
 - iii. Dentro de la web y redes sociales de la organización. Inclusión de post (dos posteriores al torneo) en las redes sociales del evento.
 - iv. Dentro de las webs y redes sociales de los patrocinadores y colaboradores.
 - v. Dentro de las webs y redes sociales de todos los clubes participantes.
 - vi. A través del uso de la base de datos que se genere con todos los inscritos.
 - vii. Producción de un “making of” del torneo, que se irá realizando durante el mismo, para su difusión nacional e internacional, con promoción de la Comunidad de Madrid.
 - viii. Webinars, como este, realizado en 2020.
<https://www.youtube.com/watch?v=JhKKMAf0UM0>
 - ix. Mantenimiento de un vídeo de promoción turística de la Comunidad de Madrid en la web y el canal de YouTube de Madcup, con posterioridad al torneo.
- b) Negociación de acuerdos con plataformas que permitan emitir el Torneo y, de esta manera, difundir el mismo y el entorno donde se desarrolla, en la Comunidad de Madrid, que albergará las sedes donde se disputarán los partidos y las actividades paralelas. En este sentido se está cerrando acuerdo con el diario MARCA y con la agencia EFE. Se iniciarán conversaciones con Telemadrid.
- c) Estructura de patrocinio que permita a los sponsors, tener un impacto de su marca y de la marca Madrid, de manera directa entre todos los participantes y sus acompañantes al Torneo, así como de todos los seguidores de fútbol base nacional e internacional. A tener en cuenta que hay más de un millón de licencias de fútbol solo en nuestro país.

(03/19.699/21)

