



Junta de Andalucía

Consejería de Turismo y Andalucía Exterior

Empresa Pública para la Gestión del Turismo
y del Deporte de Andalucía S.A.

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A. PARA LA CONTRATACIÓN POR PROCEDIMIENTO ABIERTO, EN RÉGIMEN DE ALQUILER, DEL STAND PARA LA PARTICIPACIÓN DE ANDALUCÍA EN LA FERIA FITUR 2025. LICITACIÓN ELECTRÓNICA (SIREC).

Expediente: C101-06MC-0824-0075

Título: STAND PARA LA PARTICIPACIÓN DE ANDALUCÍA EN LA FERIA FITUR 2025

Código CPV: 79341000-6

1. INTRODUCCIÓN

FITUR, FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO, celebra su 45 edición del 22 al 26 de enero de 2025. Esta feria es el punto de encuentro global para los profesionales del turismo y la feria líder para los mercados receptivos y emisores de Iberoamérica. Es la principal feria de turismo de España y la segunda del mundo en importancia.

En la edición de 2025 de FITUR, la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (en adelante Turismo y Deporte de Andalucía) tiene previsto participar en la referida feria con un stand que ocupará una superficie **máxima construida de 7.660m2 junto con los Destinos participantes (distribución detallada en apartado 5.2: ZONA 2)**. Las prescripciones técnicas que se incluyen en este pliego relacionadas con cada uno de los Destinos participantes, deberán estar reflejadas en la propuesta, pero no necesariamente ubicadas en un único espacio delimitado, fomentando la unión con otros espacios comunes.

Se pretende así contribuir al apoyo de la internacionalización del tejido productivo andaluz, con especial énfasis en el impulso de medidas de promoción y comercialización exterior, así como al incremento de la cantidad y calidad de las inversiones foráneas en Andalucía y su permanencia en el tiempo. Consideramos la participación en esta feria como una nueva oportunidad para Andalucía en la que demostrar el peso del turismo en nuestra región como motor de economía con un tejido empresarial que ha soportado una crisis sin precedentes y donde los recursos turísticos siguen intactos, aportando además con la experiencia vivida, nuevos conceptos, ofertas y experiencias turísticas a las ya existentes.

El pabellón de Andalucía será un espacio experiencial, donde el visitante podrá sentir emociones acordes a un territorio inigualable, un micro continente que alberga todo lo que un viajero pueda buscar para desconectar de su día a día. La experiencia del visitante deberá ser global, estando siempre el profesional en el centro de todo.

Debido a la situación global de los últimos años, muchos sectores entre ellos el turismo, han sufrido un tipo de reconversión de su modelo de negocio, mezclando y valorando de igual manera lo tradicional y la digitalización de los destinos. Es por ello que, desde Turismo y Deporte de Andalucía, se pretende mostrar la rica cultura de tradiciones de nuestra región y además llevarlo a cabo y mostrarlo a través de las últimas tecnologías disponibles en el mercado.



Dicho esto, se define como hilo conductor de esta nueva edición de FITUR 2025, el de **Andalucía como pabellón inteligente, mostrando equilibrio entre tecnología y tradición**. Este punto se verá reflejado tanto en los elementos constructivos y decorativos del espacio (espacios simulando parques, plazas con bancos de municipios o ciudades andaluzas, espacios abiertos y sostenibles, ...), como en los mensajes proyectados en soportes tecnológicos disponibles al visitante, por el personal de apoyo y dinamización y en **grandes pantallas centrales y de información distribuidas por todo el pabellón**, que deberán ser diferentes según el público asistente (profesional y público final). **El stand debe mostrar un mensaje de sostenibilidad, tecnología, experiencia y profesional de forma conjunta y siguiendo siempre un nexo de unión global**.

En esta nueva edición, el pabellón de Andalucía deberá tener la versatilidad de dejar huella tanto en los visitantes profesionales como en el público final, y para ello se diferenciarán más que en las ediciones pasadas los espacios y actividades que van dirigidas a unos y otros. Ello conllevará una transformación que deberá comenzar de manera paulatina el viernes a mediodía donde muchos de los profesionales vuelven a sus destinos de origen y donde parte del público final empieza a aparecer en los pabellones de IFEMA.

El gran reto de esta edición es mostrar un pabellón en conjunto para Andalucía, donde cada destino participante pueda tener su propia identidad y sea claramente diferenciable, sin olvidar el sentido de pertenencia a la marca común, Andalucía. Es decir, cuando se acceda a un espacio de un destino, éste puede ser completamente diferente al resto del stand, se debe sentir que se entra en ese destino andaluz, pero de alguna forma, no se debe olvidar que este destino está ubicado en el stand Andalucía. Identidad local versus a identidad global. Andalucía es un gran puzzle de destinos y empresas que fortalecen lo que es Andalucía.

2. OBSERVACIONES GENERALES.

Las ofertas recibidas se valorarán según lo solicitado en las prescripciones técnicas mínimas de este pliego. No obstante, se podrán producir cambios en las necesidades solicitadas, sin que esto suponga un gasto extra, como consecuencia de cualquier medida establecida por la Comunidad Autónoma de Madrid, el Gobierno España e IFEMA en el caso de FITUR 2025. Será por tanto imprescindible el cumplimiento de todas las normas de seguridad establecidas por las autoridades locales competentes y adaptación del stand si fuera necesario a las mismas.

Todos los servicios expuestos en este apartado serán a cargo de la empresa adjudicataria. Cada oferta deberá contener confirmación por escrito y específica de realización de cada uno de los servicios solicitados, en caso contrario la oferta será excluida del procedimiento.

Turismo y Deporte de Andalucía abonará a la empresa adjudicataria un importe máximo de **320€ iva incl. por m2 construido**. Este es el importe resultante de dividir el precio máximo de licitación (IVA incluido) entre los metros máximos solicitados (7.660 m²). Este precio se verá ajustado por la división de la propuesta económica de la empresa adjudicataria (IVA incluido) entre los metros máximos solicitados (7.660 m²), que será el **precio por metro cuadrado de construcción de adjudicación**. Si se construyeran menos metros, el precio final a abonar a la empresa adjudicataria sería el resultante de multiplicar el **precio por metro cuadrado de construcción de adjudicación por los metros cuadrados construidos**, siendo necesario, a tal efecto, que se adjunte plano de construcción a 1 y 2 plantas, que deberá ser acorde al metraje facturado por IFEMA para un chequeo final.

El contrato podrá ser prorrogado, a petición expresa de Turismo y Deporte de Andalucía, para la participación de Andalucía en las ediciones 2026 y 2027 de la feria de referencia. La prórroga será obligatoria para el contratista, siempre que su preaviso se produzca al menos con **tres meses de antelación a la fecha prevista de celebración** de las ferias mencionadas anteriormente (FITUR 2026 y FITUR 2027).



3. OBJETO.

El presente pliego tiene por objeto regular la convocatoria de la contratación, en régimen de alquiler, del stand, incluido diseño, equipamiento, decoración, transporte, ejecución material, montaje, mantenimiento y desmontaje, con el que Turismo y Deporte de Andalucía y los Destinos participantes, en la Feria FITUR 2025, que se celebrará en Madrid, en el Recinto Ferial Juan Carlos I, del 22 al 26 de enero de 2025, ambos días incluidos, en un espacio **máximo de 7.660m2 con construcción a doble planta incluida.**

4. REQUISITOS GENERALES Y CONCEPTUALES APLICABLES A TODO EL PABELLÓN.

Tal como se ha mencionado con anterioridad, el stand debe mostrar un mensaje de **sostenibilidad, tecnología, experiencia y profesional de forma conjunta** y siguiendo siempre un nexo de unión global. Algunas de las claves a tener en cuenta son, la **campana de comunicación activa en ese momento, el turista del futuro, espacios de coworking, comunicación, innovación, conectividad, concienciación, empleabilidad y datos, así como comunicar de forma clara la actividad turística llevada a cabo por Turismo y Deporte de Andalucía en conjunto para apoyar la internacionalización de las PYMES turísticas y todo el conjunto de instituciones, empresas y resto de actores que la componen.** Son conceptos imprescindibles que deben estar integrados en conjunto en el mensaje que se quiere lanzar desde Andalucía en FITUR 2025.

Este año se deberá dividir el pabellón en tres zonas principales:

- ZONA 1: **IMPACTO:** entrada – recepción del visitante al pabellón (entrada principal pabellón 5 y núcleos de conexión/accesos 3 y 7).
- ZONA 2: **DESTINO:** Zona central del pabellón y destinada para necesidades DESTINOS.
- ZONA 3: **PROFESIONAL:** Zona final del pabellón y destinada para necesidades de Turismo y Deporte de Andalucía, principalmente sector empresarial andaluz (público profesional de miércoles a viernes y público final para sábado y domingo).

La entrada al Pabellón de Andalucía debe transportar al visitante a una inmersión global en el destino de Andalucía, manteniendo al profesional andaluz en el centro de toda la actividad. Se debe palpar la innovación del destino en todos los rincones del stand, con una gran bienvenida a la entrada a Andalucía. Se diferenciarán tres zonas estratégicas: entrada-recepción del visitante, zona exclusiva Destinos y zona profesional para empresarios y resto de zonas de trabajo de Turismo y Deporte de Andalucía. Los empresarios deberán estar en una gran plaza andaluza con toques característicos reales para todos los sentidos (olfato, oído-sonido, tacto, vista, gusto) y continuar así con la experiencia global. **Al menos dos zonas se deberán reorganizar el fin de semana para el visitante general, no descartando incluso inhabilitar una de las zonas.**

El pabellón al completo deberá ser un espacio tipo **open space, un espacio diáfano, abierto y sin obstáculos divisorios de impacto** constructivos que impidan la visión global de nuestro destino como un conjunto. El visitante, tanto profesional como final, al entrar en el pabellón 5 se adentrará en un destino, Andalucía, y no en un espacio con múltiples edificaciones independientes entre sí. Aunque si es importante que en ese espacio abierto se pueda identificar claramente las características y esencia particular de los destinos presentes. Todo debe girar alrededor del visitante, principalmente el profesional, para que tenga una experiencia global durante su visita o estancia en el pabellón. La visita debe ser una experiencia completa única relacionada con Andalucía, desde que se entra hasta que se sale para los cinco sentidos. Debe quedar claro que están entrando en Andalucía y en un espacio 100% profesional de miércoles a viernes, transformado en ocio, de sábado a domingo. Todo gira alrededor de la visita y debe estar relacionado con las experiencias, actividades, vivencias, cultura, tradiciones, etc. que podría disfrutar o “comprar” en Andalucía. Nos debemos centrar en los productos, segmentos, destinos, etc. más destacados de Andalucía.



Aunque se detallan más adelante, algunas zonas específicas que por su funcionalidad sí requieren de un acotamiento mínimo de accesos o construcción de paredes o divisiones para el correcto funcionamiento, como por ejemplo para las salas de presentaciones, área de comunicación, área de Consejería, salas de reuniones, almacenes, etc., el resto del espacio será abierto en la medida de lo posible, reforzado con divisiones móviles (plantas, mobiliario, etc.).

El pabellón y las distintas áreas o zonas representadas, estarán enlazadas entre sí por un hilo conductor, visual y experiencial con los cinco sentidos, que propicia la visita completa del stand:

Esta experiencia debe partir desde la entrada al pabellón, incluyendo núcleos de conexión/accesos 3 y 7 o bien desde la entrada principal, que supondrá un túnel de entrada para ir preparando al visitante a la experiencia que va a vivir. Esta experiencia se debe sentir en el suelo, en el aire, en el sonido que rodea la visita, los olores y las sensaciones que te transportarán al visitante a un rincón de Andalucía. En esta zona de acceso, **se deberá desarrollar un complejo sistema de acreditaciones para controlar y segmentar la asistencia y favorecer a los empresarios andaluces con un servicio adicional. Los requisitos de este sistema quedan especificados en el apartado 5.4. ZONA GLOBAL: TECNOLOGÍA Y DESARROLLOS APLICADOS AL PABELLÓN.**

Para conseguir conectar con el público, debemos mostrar un mensaje de promoción de destino, como Turismo y Deporte de Andalucía, sin que para ello haya que diferenciar al visitante entre las distintas áreas y departamentos de esta empresa pública, cuando no se considere estrictamente necesario y por el propio funcionamiento. Siempre conectando con nuestro público objetivo de una forma generalista, pero también teniendo en cuenta la tipología de consumidor nuevo, joven o que no tenga experiencia masiva en el destino, aquel turista que busca que el viaje sea excepcional, personificado, lleno de sensaciones. Que busca un viaje único y en Andalucía en FITUR comenzará a vivirlo.

Si bien no se requiere una diferenciación espacial o constructiva, sí se hace necesaria e imprescindible la identificación y reconocimiento de cada zona, mediante rotulación de LEDs en todo el pabellón, así como pantallas de grandes dimensiones / videowall, etc. convenientemente enlazadas para mejorar la comunicación de los distintos espacios. **Serán requeridas un número adecuado de pantallas de gran tamaño, tanto aéreas como interactivas, distribuidas por todo el espacio de Andalucía, con su desarrollo tecnológico, pero ampliable para cubrir estas necesidades determinadas por Turismo y Deporte de Andalucía.**

El espacio de Andalucía en FITUR 2025 deberá destacar por su enfoque innovador y tecnológico, integrando tecnologías avanzadas que ofrezcan una experiencia inmersiva y atractiva para los visitantes. El diseño deberá incorporar un uso significativo de pantallas LED y otras tecnologías interactivas que contribuyan a la promoción de los recursos turísticos y deportivos de Andalucía.

En este sentido, será requisito obligatorio contar con un mínimo de 400 m² de superficie total de pantallas, de gran tamaño y LED, distribuidas por todo el pabellón, adicionales al resto de pantallas solicitadas en pliego. Estas pantallas deben estar estratégicamente ubicadas para maximizar la visibilidad y el impacto de los contenidos, en posiciones elevadas o aéreas, de forma que sean visibles desde diversos puntos del pabellón.

Se debe presentar una imagen atractiva y conjunta de toda la oferta turística de la Comunidad Autónoma de Andalucía, manteniendo en todo momento uniformidad, continuidad y coherencia del espacio en su conjunto. El pabellón 5 será el resultado de la creación y desarrollo de un concepto global de Andalucía como destino turístico, siempre buscando la originalidad, el impacto y la identificación del visitante con Andalucía y sus destinos. **Cada propuesta deberá incluir un claim**



atractivo y fácil de recordar ajustado a la experiencia global del stand, adaptable a la campaña de comunicación existente en el momento.

El espacio, al completo, deberá ser rompedor visualmente y contener una temática única que muestre Andalucía en conjunto. Andalucía en Fitur se presentará como un punto de encuentro entre viajeros y profesionales del turismo, un escaparate donde mostrar nuestra identidad, nuestro estilo de vida, nuestra pasión por la tierra, capaz de hacer vivir sensaciones diferentes con respecto a otros destinos, el lugar donde todos queremos ir y queremos estar, para lograr sentirnos andaluces. Se dará especial importancia a la parte experiencial del proyecto, de forma creativa y memorable y que favorezca la creación de un vínculo emocional entre el visitante y la marca Andalucía. El visitante se adentrará en un mundo de experiencias y dinámicas, que estimulará sus sentidos y emociones, creando un recuerdo. Andalucía en Fitur será recordada como un espacio capaz de hacer vivir sensaciones diferentes con respecto a otros destinos. Se buscará una nueva manera de promocionar Andalucía, haciendo especial énfasis en las emociones, en el desarrollo personal, en las vivencias y en su intensidad. Trasladaremos su luz, color, olor y sus sensaciones positivas a Madrid. **Las dinámicas y experiencias estarán repartidas por todo el pabellón, fomentando que tanto el visitante profesional como público final, tenga la necesidad de visitar todos los rincones de nuestro espacio.** Conseguiremos que el espacio de Turismo y Deporte de Andalucía en FITUR 2025 sea el vehículo por el que el visitante, tanto profesional como consumidor final, consiga viajar a Andalucía y sentirse andaluz, facilitando la venta posterior del destino, con la comprensión de nuestra cultura y nuestro modo de vida.

Nuestro objetivo es captar la atención del visitante, pero también fidelizarlo de una forma diferente, atractiva y original. Debemos propiciar que el visitante permanezca el mayor tiempo posible de nuestro espacio, porque está viviendo una experiencia incomparable e inigualable con respecto al resto de destinos asistentes. Para ello debemos romper estereotipos, romper con mensajes anteriores, innovando y creando un espacio que capte la atención del público y se destaque entre la competencia. Para conseguir esto y como se ha comentado anteriormente, **el pabellón 5 y sus núcleos de conexión contendrán un importante número de dinámicas, experiencias, juegos, talleres a disposición del visitante repartidas por todo el pabellón y relacionadas con la experiencia global que sirva como hilo conductor, durante toda la semana e intensificado durante el fin de semana.**

El destino Andalucía se promocionará en FITUR 2025 de una forma vivencial, emocional, transformadora, actual, personal e insustituible. Para ello, **tendremos en cuenta todos los factores que enriquecen y hacen única nuestra región:** la cultura, historia e identidad, diversidad, autenticidad y singularidad, exclusividad, innovación, crecimiento personal. Como elementos reseñables, también y como elemento muy destacable, **la sostenibilidad** y sensibilidad de género, así como la conectividad, la empleabilidad o los espacios de coworking.

Se deben poder visualizar la segmentación y nichos presentes en Andalucía, incluso espacios que vayan evolucionando o cambiando a lo largo de semana. **Tenemos muchos tipos de viajeros con los que trabajan las empresas, no solo segmentadas por perfiles geográficos o demográficos, sino también por la actitud y formas de viajar hacia Andalucía.**

En el caso de que Turismo y Deporte de Andalucía así lo solicite, será necesaria la adaptación del concepto global del espacio, total o parcialmente, según creatividad de la campaña de comunicación de la empresa.



ESPACIO, MONTAJE Y DESMONTAJE DEL STAND DE FITUR 2025.

El stand se instalará dentro del Pabellón 5 y núcleos de conexión del Recinto Ferial Juan Carlos I (IFEMA), en una superficie **máxima de 7.660m²**. **Aunque la construcción será en su mayoría a una planta, es necesaria construcciones a dos plantas en zonas estratégicas para dar mayor visibilidad en determinados puntos limítrofes y, sobre todo, para poder cumplir con los metros de construcción requeridos y mantener amplios pasillos centrales para evitar aglomeraciones.** Estos metros construidos a dos plantas (siempre que sean útiles ambos), se deberán restar de forma duplicada del total de superficie útil construida y no contará solamente la planta baja. **Por lo tanto, se valorará positivamente la construcción a doble planta en zonas limítrofes, por ejemplo, para darle especial importancia a determinadas áreas.** En todo caso, estos metros de construcción dobles, deberán ser restados del total de metros construidos y serán los que determine IFEMA según el proyecto final presentado.

La empresa adjudicataria ha de ejecutar la construcción e instalación del stand con medios y materiales que se ajusten a la normativa vigente para este tipo de instalaciones y conforme a las condiciones establecidas en materia de seguridad.

Los espacios comunes dentro del pabellón y pertenecientes a Turismo y Deporte de Andalucía no serán en ninguno de los casos modulares. Será igualmente requisito imprescindible el **montaje de infraestructuras aprovechando las canaletas verticales y horizontales, así como la construcción de tarima elevada en todas las zonas del pabellón evitando el uso de sólo moqueta sobre el suelo. La tarima deberá estar revestida con materiales de acabado que sean duraderos, estéticamente atractivos y que armonicen con el diseño general del pabellón. Se debe asegurar que el revestimiento sea antideslizante y fácil de limpiar. La instalación de la tarima deberá cumplir con todas las normativas de accesibilidad vigentes, asegurando rampas o accesos adecuados para personas con movilidad reducida.**

NOTA: Se valorará positivamente la sustitución de moqueta, en suelo y tarima, por VINILO antideslizante y acolchado.

En este sentido y además de contar con tarima, se requieren soluciones para el cableado y puesta de enchufes y fuentes de alimentación del espacio, que cuenten con seguridad suficiente para el tránsito de los visitantes. Como puede ser, cableado y enchufes en compartimentos ocultos de muebles o mesas de trabajo, columnas verticales, así como disposición de zonas específicas de carga de dispositivos.

Adjunto a este pliego se encuentran los planos de ubicación del stand dentro de las instalaciones del recinto IFEMA. **Todas las propuestas presentadas deberán presentar propuesta de diseño al máximo de construcción del espacio (pabellón 5 y núcleos de conexión)** cumpliendo con las normas de emergencia del recinto ferial, teniendo en cuenta las vías de evacuación marcadas en los planos que acompañan al pliego. En caso de no cumplirlas Turismo y Deporte de Andalucía podrá anularlas del procedimiento de contratación.

Turismo y Deporte de Andalucía comunicará el día en el que ha de comenzar el montaje del stand, que deberá estar completamente realizado a las 12'00 horas el martes 21 de enero de 2025, incluidas todas las pruebas de medios técnicos y audiovisuales. El desmontaje ha de realizarse según las normas generales de la organización del evento.

Además, en el caso de reducción en la construcción de los m² solicitados en el presente pliego, el importe de facturación se verá reducido según mencionado en punto 2 Observaciones Generales.

Turismo y Deporte de Andalucía, se reserva el derecho de contratación de una empresa externa con el fin de comprobar y asegurar el cumplimiento de necesidades recogidas en el presente pliego. Se informará a la empresa adjudicataria en este sentido.



5. DISTRIBUCIÓN DEL ESPACIO DEL STAND.

Para la edición de 2025, el espacio total se deberá integrar en un conjunto y evitar espacios independientes siempre que los requisitos mínimos lo permitan, tantos los espacios destinados a Turismo y Deporte de Andalucía, como los dedicados a Destinos. Siempre cumpliendo con el claro objetivo de no restar utilidad y espacios necesarios a los propios destinos y según requisitos especificados en el apartado correspondiente. Se pretende que todos los espacios estén integrados en funcionalidad y necesidades técnicas, sin olvidar que Andalucía se debe vender de forma conjunta, teniendo siempre al profesional en el centro de todo lo que ocurre en el pabellón.

Se detallan a continuación todas las necesidades técnicas mínimas requeridas y que en todo caso deberían ser igualadas o mejoradas en la propuesta remitida. Será un requisito imprescindible que todos los espacios contengan los medios técnicos, mobiliario o personal técnico/humano necesario para un correcto funcionamiento, aunque no se especifique expresamente. Aunque se especifiquen distintos espacios diferenciadas por zonas, el objetivo es que haya una integración total de todos los espacios y tan solo se puedan identificar si fuera necesario a efectos de funcionamiento.

5.1 ZONA 1: IMPACTO entrada-recepción del visitante al pabellón. Bienvenida.

La ZONA 1 debe ser la primera toma de contacto del visitante con la experiencia que van a vivir al entrar al Stand de Andalucía. Aunque esta descripción se centrará principalmente en tres puntos, la bienvenida debe ser completa al entrar y **no quedar espacios sin contenidos constructivos o visuales.**

Dentro de la ZONA 1 se deberán incluir los siguientes espacios, como mínimo:

- **Accesos al pabellón. Núcleos de conexión 3 y 7.**
- **Puntos de información.**
- **Registro y control de acceso de los visitantes de la feria a nuestro espacio.**

*Todos ellos acompañados, en las zonas que así lo requieran, con dinámicas y experiencias dirigidas al usuario, tanto profesional como final. Dinámicas que capten la atención de los visitantes y además les cree la necesidad de visitar y conocer el espacio de Andalucía en FITUR.

5.1.1. ACCESOS AL PABELLÓN. Núcleos de conexión 3 y 7.

El pabellón y las distintas áreas o zonas representadas, estarán enlazadas entre sí por un hilo conductor, visual y experiencial con los cinco sentidos, que propicia la visita completa del stand. **Esta experiencia debe partir desde la entrada al pabellón, desde el 3, el 7 y desde la entrada principal, que supondrá un túnel de entrada para ir preparando al visitante a la experiencia que va a vivir. Esta experiencia se debe sentir en el suelo, en el aire, en el sonido que rodea la visita, los olores y las sensaciones que te transportarán al visitante a un rincón de Andalucía. Se debe completar con una visión global de la marca y puesta en valor del trabajo realizado en los distintos ámbitos: promoción, comercialización, comunicación, innovación, deporte, etc.**

En los accesos desde el pabellón 3 y 7 se ubicarán, además de dinámicas y experiencias inmersivas, plantas/directorios del pabellón a modo informativo con dinamizadores provistos de tablets, así como pantallas interactivas que hagan el espacio más atractivo. Los dinamizadores tendrán en sus tablets acceso al backend de la **aplicación web profesional**, con la que podrán informar sobre las actividades del pabellón, así como dar servicio de ayuda al uso de las pantallas interactivas citadas. Las características técnicas de estos dispositivos y la web profesional estarán descritas en el



apartado 5.4. ZONA GLOBAL: TECNOLOGÍA Y DESARROLLOS APLICADOS AL PABELLÓN. Estos accesos serán atendidos por una serie de informadores (mínimo 2 informadores por cada acceso) facilitados por la empresa adjudicataria que darán la bienvenida e invitarán a los visitantes a probar las dinámicas del pabellón, así como las nuevas herramientas tecnológicas.

En este punto, cabe destacar que los accesos deberán adentrar a los visitantes al Pabellón Inteligente de Andalucía, permitiendo la percepción de los visitantes, desde los accesos, al concepto que se quiere mostrar en FITUR 2025.

Las empresas licitadoras, deberán coordinar con el servicio responsable de IFEMA y ser concededoras de cualquier elemento (cámaras, detectores de incendios, puertas de emergencia...) que condicione la disposición de este espacio. De igual manera, para poder conseguir el efecto óptico y de llamada a los visitantes de los pabellones 3 y 7, se tendrá en cuenta la construcción espacial de otros destinos ubicados en estos accesos, de modo que no obstaculice la visibilidad de ningún elemento decorativo de Turismo y Deporte de Andalucía en cualquier acceso al pabellón 5. En este sentido, se valorará positivamente la inclusión de corpóreos aéreos en los arcos de entrada desde los pabellones 3 y 7 a los propios accesos. Así mismo y en el caso de que sea necesario, Turismo y Deporte de Andalucía facilitará a la empresa adjudicataria una selección de gráficas seleccionadas para su ubicación en los muros de acceso desde el pabellón 3 y 7, a ambos lados (derecha e izquierda) de la zona de paso, aunque se valorará siempre mejor medios audiovisuales. Será la empresa adjudicataria quien se haga cargo de la impresión y colocación de las mismas, según indicaciones de personal de Turismo y Deporte de Andalucía.

Los accesos 3 y 7 al pabellón 5, contarán cada uno con:

- Revestimiento, con imágenes de gran tamaño y diseño corporativo en las paredes/muros que así determine Turismo y Deporte de Andalucía.
- Señalética en suelo de los accesos, que muestren al visitante que está cambiando de pabellón y adentrándose en Andalucía.
- Pantallas interactivas de gran tamaño.
- Directorios de planta dinámicas (diferenciando público profesional y consumidor final cuando así se requiera).
- Dinámicas y experiencias dirigidas al usuario, como primera toma de contacto a la experiencia global que vivirán en el interior de nuestro pabellón.
- Visión global de la marca, comunicación, comercialización, promoción, innovación y deporte.

Todos estos elementos deben mostrar diferenciación y liderazgo de Andalucía con respecto a sus destinos competidores.

5.1.2. Puntos de información.

Se requiere una zona o **punto de información principal** de amplias dimensiones, en el acceso desde la entrada principal al pabellón a modo de bienvenida y suficientemente amplio para mostrar información que se detalla a continuación. Este mostrador único de acceso al resto del pabellón, será la primera toma de contacto de los visitantes con el pabellón y será donde sigan sintiendo la experiencia que queremos transmitir con todo el contenido del stand. Aunque la función principal será la de dar información al visitante y distribuirlo por las distintas zonas, también ofrecerá la función de poner en contacto a los profesionales del sector, etc. O incluso incorporar otro tipo de información que se requiera en ese momento contando con el espacio y medios suficientes.

La propuesta debe tener un marcado carácter innovador, de modo que se mejore el tradicional concepto de mostrador de información para llegar a un planteamiento novedoso que pueda conjugar la funcionalidad con un elevado impacto visual en el centro del pabellón andaluz.



El espacio estará atendido por personal de Turismo y Deporte de Andalucía y contará con los medios tecnológicos necesarios para que el espacio funcione como punto informativo en cuanto a la distribución del espacio en sí, diferentes áreas, presentaciones, reuniones, etc., así como para mostrar las principales características y cualidades turísticas de la región de una forma innovadora y diferenciada, de manera que la simple visualización del espacio cree un impacto en el visitante y así se perciba la inmensidad, riqueza y variedad turística de Andalucía como región líder del turismo nacional e internacional. Este espacio será presentado como un destino unitario, global, y la integración del resto de destinos provinciales debe dar una sensación de diversidad, pero también de integración. Esta zona debe contar con un diseño innovador, que cuente con las mejores posibilidades en cuanto a nuevas tecnologías, que contemple una propuesta imaginativa y original que permita transmitir al profesional y al cliente final la diversidad de propuestas del destino y los múltiples segmentos en los que Andalucía es una comunidad de referencia. Deberá contar con al menos un gran directorio físico y digital, contando con los elementos tecnológicos necesarios: pantallas de gran dimensión, conexión WLAN, LED superior, tablets, etc. Se podrán además descargar las guías turísticas (folletos) a dispositivos móviles. Solución que permite descargarse los folletos en sus dispositivos móviles a los usuarios/turistas que estén en diferentes zonas del stand.

Se emplearán tecnologías de códigos QR para la captación de la información de la pantalla en el móvil del usuario. Todos los folletos, sin límite de cantidad, además de su posible descarga deben poder visualizarse directamente en pantalla en formato pdf, con la posibilidad de poder ampliar tanto el mapa como el texto, así como enviar vía mail.

Será indispensable, eso sí, que este punto de información cuente con dispositivos, mínimo 1 dispositivo por cada metro de mostrador, donde se podrá volcar la información sobre los distintos productos/actividades, además de estar presente la imagen corporativa correspondiente. Estos dispositivos, interactivos, deberán contar con las características descritas en el apartado 5.4. ZONA GLOBAL: TECNOLOGÍA Y DESARROLLOS APLICADOS AL PABELLÓN.

Con estas características, la empresa adjudicataria deberá proporcionar una **aplicación web profesional**, donde los empresarios puedan subir, antes y durante la celebración de la feria, los posibles contenidos a mostrar en las pantallas, dentro de su perfil personal. Más detalles en apartado 5.4. ZONA GLOBAL: TECNOLOGÍA Y DESARROLLOS APLICADOS AL PABELLÓN.

Este y el resto de mostradores que se puedan describir en el presente pliego, deberán siempre estar cubiertos hacia el exterior (para ocultar cableado, cajas, servir de almacenaje temporal, etc.), rotulados, contar con baldas y cajoneras con llave suficientes para almacenamiento de grandes cantidades de material, así como varias tomas eléctricas. Es determinante que el cableado siempre esté oculto, tanto la toma fina, como el acceso de los cables hasta el mostrador. Igualmente, todos los mostradores deben estar acompañados por un número de taburetes adecuado (al menos 1 por cada 0,5m mostrador).

5.1.3. Registro y control de acceso de los visitantes de la feria a nuestro espacio.

La empresa adjudicataria propondrá, diseñará y creará distintas acreditaciones para el espacio de Andalucía en FITUR 2025. Será un diseño personalizado, moderno e interactivo que sirva de elemento diferenciador ante el resto de expositores y por zonas dentro de nuestro pabellón. **Estas acreditaciones servirán de control de acceso** a cada una de las áreas (bar, salas de presentaciones, consejería, zona empresas, zona descanso en empresas, Destinos, etc.). y deberán estar igualmente conectadas con la **aplicación web profesional**. La empresa adjudicataria facilitará un número ilimitado de acreditaciones, suficientes para todos los perfiles de visitantes del stand. Se deberán proponer distintas tipologías de acreditaciones, como, por ejemplo, profesional andaluz, expositor, prensa, por tipología de producto, status, etc.



Las características del sistema de acreditación están desarrolladas con más detalle en el apartado 5.4. ZONA GLOBAL: TECNOLOGÍA Y DESARROLLOS APLICADOS AL PABELLÓN. **Sistema que se deberá integrar de forma síncrona a través de API´s al registro/acreditación desarrollado por Turismo y Deporte de Andalucía que será el utilizado en la zona Business Area.**

Para llevar a cabo este control, se hace necesario disponer de espacios físicos fijos y dinámicos para registro y acreditación de los visitantes. Para poder agilizar y descongestionar de una afluencia masiva, deberá contar con dos puntos diferenciados y separados espacialmente como mínimo, lo suficientemente amplios y cómodos y distribuidos por la de entrada al pabellón de Andalucía.

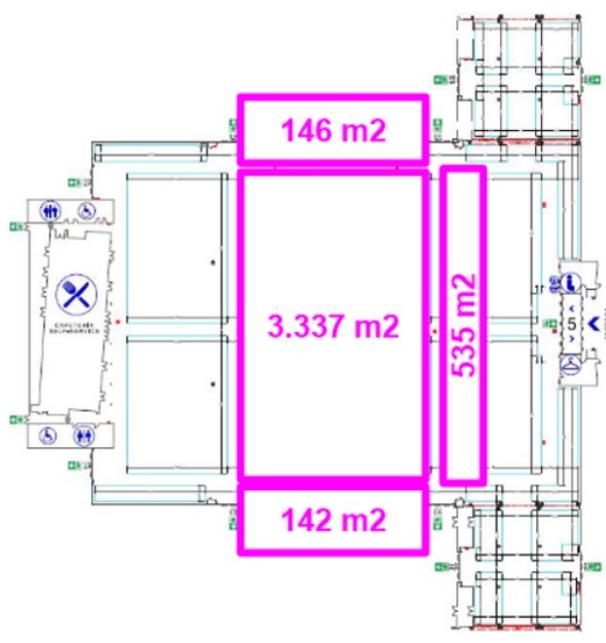
La zona de registro para Acreditación del stand de Andalucía en FITUR estará diseñada para proporcionar un proceso ágil y ordenado para todos los visitantes y participantes que requieran acreditarse según su perfil específico. Estos espacios estarán estratégicamente ubicados en la entrada principal del stand, garantizando fácil acceso y visibilidad. El diseño será moderno y funcional, reflejando la identidad visual de Andalucía, con un estilo acogedor y profesional. Cada área contará con personal suficiente y capacitado para asistir a los visitantes en su proceso de acreditación y estará equipada con tecnología que permita un registro rápido y sin complicaciones (tablets, ordenadores, impresoras, etc).

Además, estos espacios contarán con grandes pantallas digitales para mostrar información relevante y elementos de señalización claros y visibles.

5.2. ZONA 2: DESTINO. zona dedicada a DESTINOS PARTICIPANTES.

Este espacio central del pabellón, estará diseñado para albergar todas las necesidades de los DESTINOS participantes. Aunque tendrán todo el pabellón a su disposición, en la edición FITUR 2025, contarán con un espacio propio para albergar toda su oferta turística.

Toda la oferta provincial se congregará en la parte intermedia del pabellón, generando un espacio central donde empresarios, destinos, profesionales y visitantes puedan encontrarse, similar a la que sigue:



Se valorará que el área expositiva y la zona privada de los Destinos tengan comunicación directa y cuanta menos diferenciación espacial por el uso de muros.



La empresa adjudicataria pondrá una persona de su equipo a disposición de cada Destino, como coordinador del espacio y para la gestión de todos los servicios necesarios. Se valorará positivamente que la coordinación de cada Destino se realice por una persona independiente y que un mismo coordinador no gestione más de 2 destinos.

Todos los soportes expositivos tanto físicos como audiovisuales contarán además de con el logo del Destino con la marca A de la Junta de Andalucía, distribución que deberá contar con el visto bueno de Turismo y Deporte de Andalucía.

Los destinos presentes con stand propio dentro del pabellón de Andalucía serán de aprox. 20 destinos en total, con una ocupación máxima de 4.160m² en su conjunto, lo que supone una asignación aproximada de 320m² por provincia (8) y aproximada de 133 m² para el resto de destinos participantes (12). Esta cantidad de m² se podrá ver incrementada o disminuida en función de la distribución final de destinos. En este sentido, Turismo y Deporte de Andalucía, comunicará en tiempo y forma, a la empresa adjudicataria, las características y necesidades de cada uno de ellos. Turismo y Deporte de Andalucía comunicará a la empresa adjudicataria entidades y personas de contacto con el tiempo suficiente para la gestión de todos los servicios necesarios de estos espacios.

NOTA: Cualquier modificación por parte de Turismo y Deporte de Andalucía, en cuanto a número de destinos o m² asignados a cada uno, no supondrá un coste extra por parte de la empresa adjudicataria.

La distribución de espacios de cada uno de los Destinos se detalla a continuación, debiendo, la empresa adjudicataria, hacerse cargo de todos los servicios necesarios (materiales y humanos) para el correcto funcionamiento de cada uno de los espacios que integran los aprox. 20 Destinos.

- **Punto de información (1 por provincia, no por destino)**
- **Salas de reuniones**
- **Almacén**
- **Zona abierta trabajo-presentaciones**

NECESIDADES Y REQUISITOS MÍNIMOS SOLICITADOS PARA CADA UNO DE LOS GRUPOS.

NECESIDADES ESPACIO				
	SI	NO	CANTIDAD	NECESIDADES
PUNTO INFORMACIÓN	X		1	CONTENIDO MÍNIMO: Gran pantalla LED circular elevada con mismo perímetro que la zona de mostradores, dispositivos táctiles, mostrador con almacenaje (con cerradura y llave), taburetes, tomas eléctricas, conexión internet, papeleras. Disposición logos y gráficas destino. Plantas y decoración. EN NÚMERO ILIMITADO SEGÚN SOLICITE DESTINO.



ALMACÉN PUNTO DE INFORMACIÓN	X		1	Anexo a punto de información. CONTENIDO MÍNIMO Estanterías ancladas en pared, percheros tipo burro y perchas, cerradura, dispensador de agua, tomas de corriente, y papeleras. EN NÚMERO ILIMITADO SEGÚN SOLICITE DESTINO y un mínimo 20 unidades de cada.
SALAS DE REUNIONES	X		1	Mesa de reuniones, sillas, mueble bajo con cerradura, perchero pie, tomas eléctricas, papeleras, cerradura, logos y decoración necesaria, rotulación exterior sala, iluminación, tomas ethernet, pantalla. Plantas y decoración. EN NÚMERO ILIMITADO SEGÚN SOLICITE DESTINO.
ALMACÉN	X		1	Estanterías ancladas en pared, percheros tipo burro y perchas, dispensador de agua, cerradura, tomas de corriente y papeleras, toma de agua + fregadero. EN NÚMERO ILIMITADO SEGÚN SOLICITE DESTINO.
ZONA ABIERTA TRABAJO/PRESENTACIONES	X		1	CONTENIDO MÍNIMO: Taquillas con bloqueo numérico, identificación de mesas de trabajo, tótems identificadores de espacios (aéreos, verticales y horizontales), mesas y sillas, papeleras, directorios, atril vinilado, gráficas y rotulación, escenario, photocall, iluminación suficiente. Plantas y decoración. EN NÚMERO ILIMITADO SEGÚN SOLICITE DESTINO.

NECESIDADES MEDIOS TÉCNICOS ZONA ABIERTA TRABAJO/PRESENTACIONES		
	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS
PANTALLA	1	75"
PANTALLA RETORNO	1	32"
PANTALLA ACCESO ZONA	1	32"
ORDENADOR	2	PORTÁTIL
DISTRIBUIDOR HDMI	1	
MICROS	7	4 DIADEMA, 2 INALÁMBRICO Y 1 ATRIL
RACK PRENSA	1	24 SALIDAS
CONTROL TÉCNICO + ASISTENCIA	1	TÉCNICOS NECESARIOS PERMANENTES EN ESTE ESPACIO
SET CÁMARA STREAMING	1	MEDIOS NECESARIOS PARA GRABACIÓN Y STREAMING, INCL. TÉCNICO
TOMAS DE INTERNET	INDEFINIDO	
ENCHUFES	INDEFINIDO	



Cualquier mejora que se lleve a cabo en el equipamiento base será asumida por el Destino en cuestión por completo, siempre contando con el visto bueno de Turismo y Deporte de Andalucía.

Cada Destino tendrá que negociar con la empresa adjudicataria la contratación de dispositivos que excedan los mínimos aportados por Turismo y Deporte de Andalucía, aun estando presentes en este pliego de prescripciones técnicas. Siempre adaptado los espacios que sean de uso exclusivo contando con el visto bueno de Turismo y Deporte de Andalucía.

Respecto a la **ZONA ABIERTA TRABAJO-PRESENTACIONES**, esta consiste en un **módulo abierto pero acotado a público y dirigido a visitantes exclusivamente profesionales. En el caso de que se considere imprescindible la acotación, se requiere que sea un espacio con el menor impacto visual posible**, que deberá estar rotulado en consonancia con el diseño del stand y deberá llevar la rotulación de cada uno de los Destinos con suficiente visibilidad. Será un espacio acotado para fomentar la privacidad de las reuniones de trabajo para que se lleven a cabo de una forma idónea.

Cada Destino debe disponer de al menos 20 mesas de trabajo con 4 sillas cada una de ellas, con los medios técnicos arriba descritos. Además, será un espacio multifuncional, capaz de adaptarse rápidamente a diferentes necesidades. Mediante el uso de mobiliario móvil, la zona puede transformarse en un entorno de reuniones formales o informales, ofreciendo la flexibilidad necesaria para albergar tanto encuentro con clientes y reuniones profesionales. Además, el espacio está equipado con tecnología audiovisual avanzada, permitiendo su rápida conversión en un **área de presentaciones (cerrada o abierta, pero sin interferir en el contenido del resto de destinos)**, con la capacidad de proyectar imágenes, videos y otros materiales promocionales. Las soluciones de almacenamiento discreto deberán asegurar que los materiales de trabajo puedan ser retirados o reconfigurados fácilmente, facilitando una transición fluida entre los diferentes usos del espacio.

Será necesario, como ornamentación, numeración y logo de las mesas en algún tipo de panel o visor (EN ALTURA) que será lo suficientemente visible desde cualquier punto del área. Del mismo modo, la identificación de cada uno de los Destinos y su marca en corpóreos aéreos, verticales y horizontales.

Es imprescindible que cada destino cuente con su identidad propia dentro del conjunto del pabellón, que su marca sea claramente visible, que se detecte su esencia y aunque visualmente sea completamente diferente, conceptualmente estará totalmente integrada en el diseño global.

Cada mesa contará con al menos 2 enchufes (encastrados en la mesa o en compartimentos ocultos), así como una zona de taquillas (siempre con cerradura de combinación/bloqueo numérico). El cableado debe permanecer oculto y no visible. El área debe contar con wifi propia independientemente de tomas de red ethernet RJ45.

En cuanto al **PUNTO DE INFORMACIÓN EN LA PARTE CENTRAL DEL PABELLÓN.**

La zona central del pabellón 5, denominada ZONA 2, estará presidida en su mitad, por una gran isla, pudiendo ser circular, de mostradores de información (UN TOTAL DE 9, 8 PROVINCIAS + 1 TURISMO Y DEPORTE DE ANDALUCÍA). La propuesta debe tener un marcado carácter innovador, de modo que se mejore el tradicional concepto de mostrador de información para llegar a un planteamiento novedoso que pueda conjugar la funcionalidad con un elevado impacto visual en el centro del pabellón andaluz.

El espacio estará atendido por personal de los Destinos y Turismo y Deporte de Andalucía y contará con los medios tecnológicos necesarios para que el espacio funcione como punto informativo.



Deberá contar con al menos un gran directorio físico y digital, con todos los elementos tecnológicos necesarios: pantallas de gran dimensión, conexión WLAN, LED superior, tablets, etc. Se podrán además descargar las guías turísticas (folletos) a dispositivos móviles que indique cada Destino. Solución que permite descargarse los folletos en sus dispositivos móviles a los usuarios/turistas que estén en diferentes zonas del stand. Se emplearán tecnologías de códigos QR para la captación de la información de la pantalla en el móvil del usuario. Todos los folletos, sin límite de cantidad, además de su posible descarga deben poder visualizarse directamente en pantalla en formato pdf, con la posibilidad de poder ampliar tanto el mapa como el texto, así como enviar vía mail.

Será indispensable, eso sí, que este punto de información principal cuente con dispositivos, mínimo 1 dispositivo por cada metro de mostrador, donde se podrá volcar la información sobre los distintos productos/actividades, además de estar presente la imagen corporativa correspondiente

Este espacio será presentado como un destino unitario, global, y la integración del resto de destinos provinciales debe dar una sensación de diversidad, pero también de integración.

La zona contará con:

- **8 mostradores de información, 1 para cada provincia, que compartirán los Destinos pertenecientes a la misma, de 50m² cada uno.**
- **1 para Turismo y Deporte de Andalucía, 100m².**

Un total de 500m² aprox., como primera toma de contacto entre el visitante y las provincias andaluzas. Aunque la función principal será la de dar información al visitante y distribuirlo por las distintas zonas, también ofrecerá la función de poner en contacto a los profesionales del sector, etc. O incluso incorporar otro tipo de información que se requiera en ese momento contando con el espacio y medios suficientes.

Este espacio contará con traseras, decoración, pantallas táctiles y LED, cuyo contenido será determinado por Turismo y Deporte de Andalucía.

Este y el resto de mostradores que se puedan describir en el presente pliego, deberán siempre estar cubiertos hacia el exterior (para ocultar cableado, cajas, etc.), rotulados, contar con baldas y cajonera con llave, así como varias tomas eléctricas. Es determinante que el cableado siempre esté oculto, tanto la toma fina, como el acceso de los cables hasta el mostrador. Igualmente, todos los mostradores deben estar acompañados por un número de taburetes adecuado (al menos 1 por cada 0,5m mostrador).

Además, cada mostrador/espacio provincial tendrá su propio almacén con medidas suficientes, para todo el material. Este almacén dispondrá de baldas suficientes para grandes cantidades de material. Las baldas, que deberán estar ancladas a la pared y ocuparán toda la periferia del mismo. Habrá también una mesa y un armario con cerradura y llave, así como 2 sillas y varias tomas de corriente. Además, será un espacio techado en su totalidad.

La zona central y de mostradores estará presidida por una **pantalla gigante, en altura y colgada en el centro del pabellón, con al menos el mismo perímetro que el perímetro de mostradores**: videowall o similar para retransmisión en circuito cerrado. Con altura suficiente desde la balda de mostradores y dispuesto de forma que no obstaculice las traseras y rotulación de los Destinos. La pantalla debe tener resolución suficiente para que se vea a pesar de la luz que pueda haber.



5.3.ZONA 3: PROFESIONAL. zona exclusiva profesional Turismo y Deporte de Andalucía.

Tal como se ha descrito en anteriores puntos, el profesional deberá ser el centro de todo lo que ocurra en FITUR. Todo debe girar alrededor de la experiencia comercial y la entrada a esta zona de trabajo debe ser en sí una parte de la experiencia que se vaya a vivir. La ZONA 3 que se describe a continuación, deberá estar acotada y solamente se podrá acceder a la misma mediante acreditación

5.4. ZONA GLOBAL: TECNOLOGÍA Y DESARROLLOS APLICADOS AL PABELLÓN.

Dentro de esta área profesional, se van a diferenciar distintas tipologías de zonas de trabajo, que a pesar de estar todas integradas, se podrán diferenciar fácilmente en los epígrafes que siguen:

- **BUSINESS AREA, donde se ubicarán:**
 - **Aquellas empresas privadas participantes en ediciones anteriores de Fitur en esta misma zona.**
 - **Provincias/Productos específicos de Andalucía.**
 - **Turismo y Deporte de Andalucía, Otras Instituciones.**
 - **Turismo.**
 - **Deporte.**
 - **Nexus.**
 - **Zona descanso y reuniones informales.**

La zona Business Area contará con un mínimo de 165 puestos de trabajo de uso exclusivo para las empresas privadas participantes. Se tendrá que aumentar número de mobiliario necesario, según solicitud en apartado correspondiente para Provincias/Productos, Turismo, Deporte, Nexus y zona de descanso/reuniones informales, no incluido en los 165 puestos de trabajo.

- **RESTO DE ZONAS LIMÍTROFES Y COMPLEMENTARIAS**
 - **BAR Y DEMOSTRACIONES GASTRONÓMICAS.**
 - **SALAS DE PRESENTACIONES. SALA ANDALUCÍA, SALA 1 Y SALA 2.**
 - **ÁREA DE COMUNICACIÓN.**
 - **ÁREA CONSEJERÍA.**

5.3.1. Acreditación. Control Acceso.

El **control de acceso a la ZONA 3** se deberá realizar por dinamizadores facilitados por la empresa licitada, con un número fijo de 4 personas y aumento hasta 8 en picos de demanda. Las entradas a la zona de trabajo deben ser igualmente experienciales y en consonancia con el resto del stand. Las personas que controlan el acceso deben disponer de lectores automáticos de acreditaciones. El control de acceso se realizará por distintas puertas, cumpliendo los requisitos de seguridad. Asimismo, con las facilidades obligatorias para el cumplimiento de la normativa de accesos y movilidad para personas con especiales necesidades.

En cada entrada y distribuidos por toda la zona se colocarán planos/directorios con la distribución de mesas y su numeración, y se habilitará un espacio de recepción y descanso con dispensadores de agua con vasos suficientes para los tres días de profesionales, así como papeleras.



5.3.2. Business Area.

Una vez superado el control de acceso a la ZONA 3, como viene siendo habitual, Andalucía ofrece a las empresas de la Comunidad un área exclusiva para el uso privado en su stand de FITUR. Este espacio denominado "Área de Empresas – Business Área", dará continuidad al concepto de espacio profesional de Andalucía en FITUR 2025, siendo una **zona de empresas global** donde estarán integrados todos los profesionales que visitan el Stand de Andalucía. El formato de la misma consiste en un espacio dentro del área expositiva que se presenta como lugar de trabajo y reuniones. Funciona de miércoles a viernes en horario completo.

Consiste en un **módulo abierto pero acotado a público y dirigido a visitantes exclusivamente profesionales. En el caso de que se considere imprescindible la acotación, se requiere que sea un espacio con el menor impacto visual posible**, que deberá estar rotulado en consonancia con el diseño del stand y deberá llevar la rotulación Área de Empresas – Business Área con suficiente visibilidad. Será un espacio acotado para fomentar la privacidad de las reuniones de trabajo para que se lleven a cabo de una forma idónea.

*En el caso de acotamiento/cerramiento de este espacio, la climatización del habitáculo tendrá la potencia suficiente teniendo en cuenta las dimensiones y el tránsito de personas diario, adaptado a la distribución y ubicación final de la empresa licitadora. Del mismo modo, se requerirá uso de cristalerías.

En esta nueva edición, el área de empresas seguirá siendo una zona exclusivamente profesional, que ocupará una parte importante del total de m² ocupados por Turismo y Deporte de Andalucía, donde todas las empresas participantes se nutran de la afluencia y visitantes profesionales.

Para la edición de Fitur 2025, la zona de empresas/Business Area contará con un mínimo de 950m² y un mínimo de 165 mesas de trabajo, con respecto a los 700m² y 127 mesas de trabajo disponibles en Fitur 2024, **y se encontrarán las siguientes áreas profesionales que, si bien estarán integradas, deberán contener diferenciación/identificación señalética aérea para su fácil identificación.**

EN LOS 950M² ENTRAN TODOS ESTOS ESPACIOS:

- **Empresas privadas del sector que contarán con un mínimo de 165 puestos de trabajo de uso exclusivo. Se tendrá que aumentar número de mobiliario necesario, según solicitud en apartado correspondiente para Provincias/Productos, Turismo, Deporte, Nexus y zona de descanso/reuniones informales.**

ESTOS 950M² DEBERÁN SER AMPLIADOS PARA ALBERGAR PRÓXIMAMENTE:

- **Provincias/Productos específicos de Andalucía.**
- **Turismo y Deporte de Andalucía, Otras Instituciones.**
 - **Turismo**
 - **Deporte**
 - **Nexus.**
 - **Zona descanso y reuniones informales**

Respecto a sus dimensiones, y dada la habitual afluencia de profesionales al área, ésta debe ser suficientemente grande, como para que la actividad comercial pueda llevarse a cabo sin problemas. Se podrán establecer distintos tipos de zonas de empresas, siempre cumpliendo con los requisitos mínimos solicitados en el pliego. Estas zonas de empresas deberán estar relacionadas con la temática experiencial de stand.



(*) De requerir separador entre mesas, este será lo suficientemente amplio como para permitir la intimidad de cada empresa participante respecto a la mesa adyacente, y vendrá rotulada con imágenes y logo de las empresas. Los separadores deberán ser acordes al diseño del stand, facilitando la intimidad y la acústica correcta, y en ninguno de los casos se utilizarán materiales textiles.

Este espacio contará también con un área de **almacenaje** tras la recepción con estanterías, burritos y al menos 300 perchas, así como espacio para dejar el equipaje de los participantes. En la recepción deberá contar con mobiliario de recepción para facilitar la espera y el descanso. Especial atención a las dimensiones y adecuada distribución. Hay momentos del día con una gran cantidad de maletas, maletines, cajas, ropa, material propio, etc.; Debe facilitarse la colocación y circulación. Respecto a las perchas de los burritos, aportar identificadores con el fin de la correcta señalización de las prendas que coloquen los usuarios.

↳ **BUSINESS AREA. NECESIDADES ZONA EMPRESAS PRIVADAS Y PROVINCIAS/PRODUCTOS ESPECÍFICOS DE ANDALUCÍA. Y MESAS DE TRABAJO TURISMO Y DEPORTE DE ANDALUCÍA.**

El espacio tendrá cabida para un **mínimo de 165 puestos de trabajo de distintos tamaños y estilos**. Se valorará positivamente mayor número de puestos de trabajo y originalidad en el diseño. Las mesas deberán tener capacidad para hasta 4 personas (incluidas sillas) y no estarán adosadas, sino colocadas de forma independiente y separadas entre ellas para facilitarles intimidad. Se valorará el diseño de una zona con mesas de distinta tipología o zonas de trabajo, agradables y evitar módulos masivos idénticos sin identidad. Durante los días de profesional, esta zona será el corazón del pabellón y así lo deben percibir los visitantes profesionales que nos visiten. Será una gran zona, amplia y abierta y en la que incluiremos distintas vertientes del turismo de Andalucía. Visualmente la zona se verá como una zona de empresa, pero a nivel decoración podremos diferenciar las distintas áreas representadas, con mobiliario distinto entre sí y diferenciando la lógica de la distribución (mesas altas, bancos, mesas rectangulares, redondas, sillones, taburetes, etc.). Sumando un mínimo de 165 puestos de trabajo, Turismo y Deporte de Andalucía confirmará número definitivo una vez enviada convocatoria y su distribución por distinta tipología de zona de trabajo, sin que la variación de puestos suponga un coste extra para la misma. Así, la empresa adjudicataria dispondrá todos los puestos necesarios y solicitados por parte de Turismo y Deporte de Andalucía, una vez enviada la convocatoria empresarial y sea concedora de necesidades finales.

Será necesario, como ornamentación, numerarlas e incluir logo en algún tipo de panel o visor (EN ALTURA) que será lo suficientemente visible desde cualquier punto del área. Todas las mesas se deben poder reservar por la **aplicación web profesional**, aunque naturalmente algunas estarán bloqueadas o preservadas por las personas responsables de zona. Las mesas deberán estar ubicadas por zona y fácilmente identificables por los visitantes.

Se recomienda un tamaño de las mesas de al menos 100 cms ancho y 60 cm fondo, incluirá cajonera de almacenaje con llave (ubicada en un lugar que no moleste a los profesionales y visitantes que mantengan reuniones), tomas de corriente (encastradas en mobiliario o en compartimentos ocultos), tomas de red ethernet RJ45 y adaptador wifi individual para que estas conexiones generen wifi para uso en las mesas. Las tomas de corriente y conexión a internet deberán estar fijadas de tal forma que impidan su movimiento y molestias al sentarse sin provocar enganches de las patas de las sillas, roturas de moqueta, tropiezos. Idealmente fijar en un lateral interior de la mesa de trabajo y en su interior. Cuidar la estética y limpieza de estos elementos. Las mesas deben tener capacidad para 4 personas y se recomienda que no sean las habitualmente utilizadas de madera modulares y sean más bien zonas de empresas más modernos o que puedan recordar a cafeterías u otros espacios de trabajo tipo co-working. Igualmente se puede sustituir la cajonera de almacenaje en la propia mesa por unas taquillas accesibles desde otra ubicación, con acceso controlado. En este caso, la ubicación de las taquillas será el adecuado para no interferir en el trabajo de los profesionales asistentes a esta zona, y con bloqueo numérico para facilitar su uso.



Todas las mesas deberán contar con 4 asientos, 2 tomas de red ethernet RJ45 MANTENER ESTAS 2 TOMAS, UNA PARA TABLET Y OTRA PARA EMPRESA. y al menos 2 enchufes (encastrados en la mesa o en compartimentos ocultos), así como una zona de taquillas (siempre con cerradura de combinación/bloqueo numérico). El cableado debe permanecer oculto y no visible. El área debe contar con wifi propia independientemente de las tomas de red ethernet RJ45. Se valorará especialmente el diseño del módulo y su mobiliario adaptado a la experiencia del entorno. La señalización en los aledaños, en español e inglés, será obligatoria, al igual que la presencia de la marca Andalucía, en vinilo al ácido, en una parte exterior a media altura, junto con un collage con los nombres de todas las empresas que participarán dentro, para dar cierta intimidad al espacio visto desde fuera. El cableado debe estar bien integrado mediante una **tarima completa** para evitar tropezos y cables sueltos.

Será necesaria la disposición de un mínimo de 3 pantallas matrices LED, de unos 4x6m, de uso exclusivo para información sobre la ubicación de cada empresa, su logo, número de mesa y ocupación en tiempo real, información facilitada por los sistemas de Turismo y Deporte de Andalucía. Esta asociación se podrá hacer de forma dinámica por parte del responsable de zona, en el backend de la web profesional, además de los directorios solicitados en este apartado. En este sentido, se hace necesaria la disposición de **10 DINAMIZADORES EXTRAS, DE MIÉRCOLES A VIERNES, PERMANENTES PARA ESTA ZONA, CITÁNDOLOS EL MARTES PREVIO AL COMIENZO DE LA FERIA A LAS 16 HORAS PARA REUNIÓN DE COORDINACIÓN CON PERSONAL DE TURISMO Y DEPORTE DE ANDALUCÍA PARA BRIEFING DE SISTEMA DE ACREDITACIÓN GESTIONADO DIRECTAMENTE POR LA PROPIA EMPRESA TDA.**

Esta área, como el resto del pabellón, contará con elementos identificativos del concepto de Pabellón Inteligente. A modo de ejemplo, pantallas táctiles con información de reuniones que se están realizando en cada momento, empresas y personal que atiende cada mesa de trabajo, catalogados por tipología y número de mesa, opción de búsqueda por empresa, actividad, localización, diferenciación de género de los asistentes a la zona, etc.

La zona de empresas deberá ser un área muy amplia y abierta como se ha comentado anteriormente, contará con **varios puntos, a modo quioscos/food trucks/open bar**, para uso exclusivo de los profesionales. Cada punto contará con todos los medios necesarios para la elaboración de snacks, tentempiés y tapas frías, dulces con productos típicos que representen las 8 provincias de Andalucía, así como aguas, bebidas y cafés a disposición exclusiva de los profesionales en horario de apertura de la feria. Zonas denominadas de descanso y que deberán contar con mesas, sillas, bancos o similares. El open bar deberá estar situado en el centro de la actividad, proponiendo con el sistema de acreditaciones antes descrito un control de consumo pre establecido. Más detalles en apartado 5.4. ZONA GLOBAL: TECNOLOGÍA Y DESARROLLOS APLICADOS AL PABELLÓN. **La empresa adjudicataria será la encargada de la disposición de todos los medios necesarios para el correcto funcionamiento de este espacio (open bar), entre otros, materia prima, personal, menaje y utensilios varios.**

El espacio debe estar diseñado para proporcionar una atmósfera elegante y profesional, simulando un área de clientes preferentes de tren o avión. Esto incluye el uso de materiales de alta calidad, iluminación suave y mobiliario cómodo.

- Una barra de servicio con un diseño moderno y funcional, equipada con todo lo necesario para servir bebidas frías y calientes, así como aperitivos ligeros: neveras de gran tamaño integradas, cafeteras de gran tamaño, etc.
- Personal de Atención: Personal capacitado para atender a los participantes. Incluye camareros, personal de limpieza exclusivo de la zona y cocineros en caso de ser necesario.
- Servicio de catering con una variedad de bebidas y aperitivos de alta calidad.

De esta manera, el espacio B2B Open Bar dentro de la zona Business Area, se convertirá en un área funcional, cómoda y representativa para las empresas participantes, facilitando el networking y las reuniones de negocios en un ambiente exclusivo y profesional.



Se requiere, además, en lugar próximo **un almacén de gran tamaño y 2 salas de reuniones con capacidad para 6 personas y 1 despacho con capacidad para 4 personas, no necesariamente en Zona 2.** Los despachos no serán necesariamente para las empresas que ocupen esta zona de trabajo y podrán darle uso todos los empresarios integrados en Zona Empresas.

La mayoría de necesidades están incluidas en el texto anterior y son complementarias con los requisitos incluidos en los siguientes cuadros.

NECESIDADES ESPACIO			
	SI	NO	CANTIDAD
ALMACÉN	X		1
DESPACHO	X		1
SALAS DE REUNIONES	X		2
MOSTRADOR INFORMACIÓN	X		1
MESAS EMPRESAS	X		165 MINIMO
CAJONERA CON LLAVE / TAQUILLAS BLOQUEO NUMÉRICO	X		1 POR MESA
SILLAS	X		4 POR MESA
ENCHUFES	X		2 POR MESA
PAPELERAS	X		1 POR MESA
PUNTO SNACK/OPEN BAR	X		
ALMACÉN	X		1
SALA REUNIONES	X		2
DESPACHO	X		1

NECESIDADES MEDIOS TÉCNICOS			
ELEMENTO	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS	USO EN ZONA
Climatización	Total	En el caso de estar techado o ser un área cerrada	
Techado		Según construcción	
Tomas de red ethernet RJ45	Todas las mesas		
Wifi	Toda la zona		
Pantallas gran tamaño	3	Pantallas matrices LED, de unos 4x6m.	
Tomas de corriente en cada mesa	2		
Pantallas táctiles	MÍNIMO 2		
Aplicación para reserva de mesas mediante aplicación web profesional	Integración		



↘ **BUSINESS AREA. NECESIDADES ZONA DE TRABAJO EXCLUSIVA TURISMO Y DEPORTE DE ANDALUCÍA (TURISMO, TURISMO DEPORTIVO Y ÁREA DE INNOVACIÓN).**

Zonas ubicadas en una zona próxima a Business Area y Destinos como anexo e integradas a la zona Business Area así como al concepto del pabellón y marca Andalucía, tanto estéticamente como conceptualmente. Aun haciendo diferenciación de estas áreas por funcionalidad, el espacio debe mostrar unidad y coherencia, representando la Empresa Turismo y Deporte de Andalucía como un todo.

- **REUNIONES INFORMALES:** Se establecerá una zona de reuniones informales cercana a la zona de Business Area y Destinos, distribuida con mesas con mobiliario desenfadado y con capacidad para al menos **40 personas**, convenientemente acotado. Esta zona también contará con taquillas con bloqueo numérico y dispuestas en un lugar que no dificulte el flujo de personas, ni sea un obstáculo para los usuarios de la zona, tomas de corriente, tomas de red ethernet RJ45, y adaptador wifi individual para que estas conexiones generen wifi para uso en las mesas. Las tomas de corriente y conexión a internet deberán estar fijadas de tal forma que impidan su movimiento y molestias al sentarse sin provocar enganches de las patas de las sillas, roturas de moqueta, tropiezos. Idealmente fijar en un lateral interior de la mesa de trabajo y en su interior. Cuidar la estética y limpieza de estos elementos. Las mesas deben tener capacidad para 4 personas y se recomienda que no sean las habitualmente utilizadas de madera y sean más bien zonas de empresas más modernos o que puedan recordar a cafeterías u otros espacios de trabajo tipo co-working. Esta zona deberá estar apoyada por pantallas de gran tamaño para realizar presentaciones de producto o destinos informales, al menos 4-5 equipadas con entradas para portátil e internet.

- **SALAS DE REUNIONES:** En los alrededores de esta zona, se contará con 3 salas de reuniones independientes, con decoración y mobiliario necesario y con capacidad de unas 15 personas. Estas salas estarán techadas y contarán con red WIFI y podrán estar construidas a doble altura.

Cada uno de estos espacios deberán contar como mínimo con:

- Una mesa de reuniones para aprox. 15 personas, con sillas.
- Papeleras, 1 armario bajo y con cerradura con llave y enchufes.
- Decoración mural, con gráficas de campaña y logos que facilitará Turismo y Deporte de Andalucía.
- Decoración floral suficiente, de varios tamaños y tipología. Cantidad que determinará el personal de Turismo y Deporte de Andalucía, sin que ello suponga con coste extra. **NOTA: ESTE APARTADO ES DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO EN TODO EL PABELLÓN DE ANDALUCÍA.**

↘ **ÁREA DE INNOVACIÓN (NEXUS + MARCA ANDALUCIA).**

La idea del área de innovación es disponer de dos espacios:

1. NEXUS
2. MARCA "ANDALUCÍA"

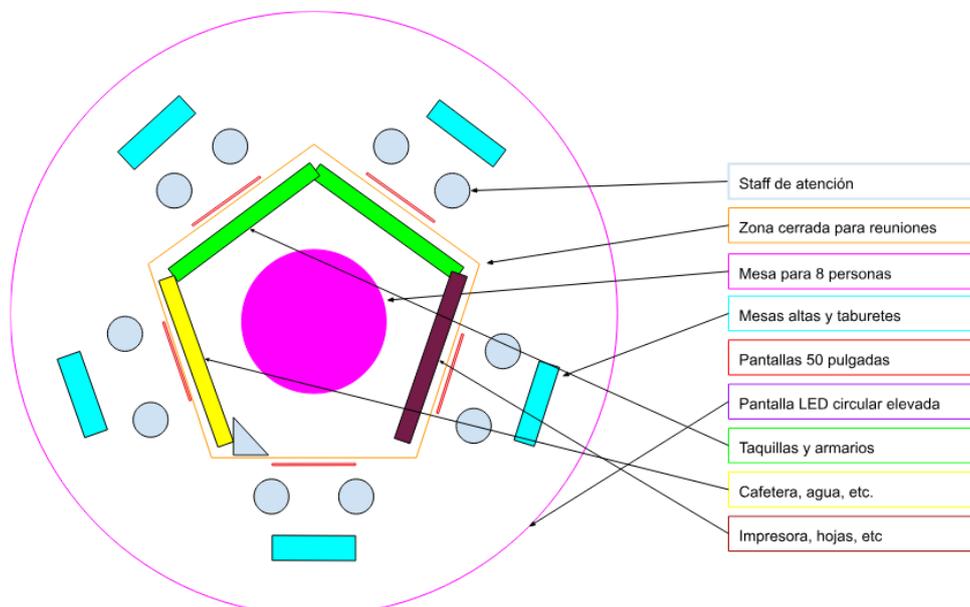
1. **NEXUS.** Es la marca que recoge las diferentes soluciones en materia de innovación que brindamos a dos clientes esenciales:
 - a. Destinos turísticos de Andalucía
 - b. Empresas del tejido empresarial turístico en Andalucía.



El enfoque de esta área es doble:

1. Generar un espacio de atención al tejido empresarial y destinos turísticos para los 5 servicios que damos desde este proyecto:
 - Andalucía Nexus Data.
 - Andalucía Nexus Lab.
 - Andalucía Nexus Talent
 - Andalucía Nexus Future
 - Andalucía Nexus Audience

Se requiere un espacio circular, donde el centro del espacio sea una sala de reuniones cerrada en forma de pentágono. Cada una de las 5 paredes de esa área interna será una de las traseras del stand de atención de los 5 servicios de NEXUS.



Sala de reuniones acristalada en forma de pentágono. Equipada con: Mesa y sillas de reuniones para 6 personas.

En las 5 paredes internas:

2 dedicadas a taquillas y armarios para almacenamiento.

Una dedicada a la hospitalidad: cafetera, agua, etc.

Otra dedicada a material de trabajo: impresora, libretas, bolígrafos, etc.

En las 5 paredes exteriores:

Una dedicada a cada vertical de NEXUS.

Cartelería y pantalla de 50 pulgadas en la trasera para proyectar contenido.

2 taburetes para el personal de Andalucía.

1 mostrador o mesa.

2 taburetes en la otra parte del mostrador para visitantes.

(opcionalmente, sustituible por mesas bajas)



Se hace necesaria la disposición de un soporte elevado circular con el branding de Andalucía NEXUS. Preferiblemente, formato pantalla LED. Ejemplo:



NOTA: En caso de que no existiera viabilidad financiera para esta opción, se podría optar por un soporte circular retroiluminado.

2. MARCA ANDALUCÍA

Desde el área de innovación, además del área propia dedicada a Andalucía NEXUS, se dispondrá de un segundo espacio donde se ponga en valor la gestión de MARCA de Andalucía. Este espacio puede estar ubicado en esta u otra ubicación si se valora convenientemente.

Esta área, que será coordinada con Dirección y Marca de Turismo y Deporte de Andalucía, sería un espacio importante dentro del pabellón que tiene como objetivo representar cómo se activa la marca con el objetivo de posicionar Andalucía en el top of mind de los turistas actuales y potenciales del territorio.

¿Qué objetivo tiene esta área? Poner en valor el funnel de promoción turística de Andalucía.





Esta área debería ser un espacio interactivo y altamente audiovisual donde tenga una presencia absoluta el concepto de "user experience" y cómo un usuario conoce Andalucía a través de nuestras grandes campañas de promoción (Andalusian Crush), y cómo guiamos al turista a través de contenidos disruptivos (Frames From Andalucía, NoNiNá, etc) que generan un mayor interés en el usuario.

Con un usuario interesado, le mostramos cómo vivimos nosotros los grandes hitos y acontecimientos de Andalucía (activaciones de patrocinios).

Y con un turista que ya conoce y consume Andalucía, cómo utilizamos andalucia.org y el NAC para agrupar a destinos y tejido empresarial.

El objetivo de este espacio experiencial es diferente para los targets objetivos del stand.

Durante los días profesionales:

1. Al empresario: la importancia de interactuar con el NAC / Andalusia.org para que podamos seguir generando valor al tejido.
2. Al destino turístico: permitirle tener una foto de nuestra estrategia de contenido para que puedan surgir sinergias.
3. Al visitante: sacar pecho de una producción audiovisual de gran valor y que nos diferencia enormemente del resto de destinos.

Durante los días de público general:

1. Se convierte en una experiencia audiovisual y atractiva de primer nivel.

¿Cómo tangibilizar esta propuesta?

En un espacio de paso importante, focalizar 100% en contenido que explique y de valor a la estrategia de activación de Marca y replicando este customer journey que estamos presentando en el funnel.

Pasas por Andalusian Crush, luego pasas por contenido, luego por patrocinios y finalmente por el NAC. En este caso, se requeriría que al final de esta experiencia, se disponga de personal captando activamente a usuarios para informar sobre el NAC y sus posibilidades.



Posible sustitución de las paredes y techos led por pantallas laterales e imágenes impresas o cualquier otra alternativa que cumpla con la finalidad planteada.



SECCIONES RELACIONADAS CON INNOVACIÓN:

↘ **ACTIVACIÓN DIGITAL FITUR 2025**

Con el fin de amplificar la presencia de Andalucía en FITUR, la empresa adjudicataria deberá proponer un plan estratégico de dinamización online para nuestras redes sociales, siempre vinculadas a la campaña de comunicación global de Andalucía.

Los principales objetivos de este plan estratégico en redes serán:

- Dar visibilidad a la presencia de Andalucía en FITUR.
- Generar engage con la comunidad involucrada con FITUR.

Este plan deberá contemplar los siguientes bloques:

- Estrategia de activación.
- Estrategia de contenido.
- Estrategia de distribución del contenido.
- Estrategia de amplificación del contenido.

↘ **ESTRATEGIA DE ACTIVACIÓN**

La empresa licitadora deberá aportar un plan de activación de la marca Andalucía centrado en los siguientes momentos:

- Durante la fase profesional de FITUR
- Durante la fase de turista final de FITUR

Este plan de activación debe contemplar las acciones que la empresa licitadora propone para activar la marca Andalucía y que dinamizará el espacio en el pabellón.

Además, este plan de activación deberá contemplar cómo las diferentes activaciones suceden:

- Previo a la celebración de FITUR: generación de expectativa y participación.
- Posteriormente a la celebración de FITUR: continuidad de la activación.

↘ **ESTRATEGIA DE CONTENIDO**

Continuando con el hilo conductor generado mediante la ESTRATEGIA DE ACTIVACIÓN previamente planteada, la empresa licitadora deberá presentar una ESTRATEGIA DE CONTENIDO que detalle de forma precisa las piezas audiovisuales generadas durante la participación de Andalucía en el stand de FITUR.

En esta sección, la empresa deberá diferenciar entre:

- Contenido en streaming: la empresa licitadora deberá indicar su plan para la captación, almacenaje y distribución en directo del contenido generado en las diferentes áreas del pabellón. Este contenido deberá estar a disposición de:
 - Canal oficial de Turismo Andaluz
 - Canales de empresas y destinos participantes en la feria que soliciten su uso.
- Contenido producido en formato vídeo y fotografía: la empresa licitadora deberá indicar su plan para la generación de contenido audiovisual en foto y vídeo para su uso con carácter genérico. Este contenido deberá estar almacenado en una galería multimedia que deberá estar a disposición de:
 - Canales oficiales de Turismo Andaluz
 - Canales de empresas y destinos participantes en la feria que soliciten su uso.
- Contenido directamente relacionado con el plan de activación planteado: tal y como se contempla en el punto ESTRATEGIA DE ACTIVACIÓN, la empresa licitadora deberá plantear qué contenidos se generarán de forma directamente relacionada con las activaciones planteadas para su correcta comunicación.



Importante: el contenido generado deberá de entregarse totalmente catalogado para poder ser importado en la galería multimedia de Turismo y Deporte de Andalucía, con derechos de autor totales, tanto off como online, es decir, que podrán ser usados por Turismo y Deporte de Andalucía sin ninguna limitación y podrán cederse a terceros sin limitación. Todos los derechos de autor, si los hubiera, sobre el contenido literal o multimedia, deberán ser entregados como parte del proyecto.

↳ **ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN DEL CONTENIDO**

Derivado de los dos puntos anteriores, la empresa licitadora deberá presentar un plan de distribución del contenido generado, con especial foco en el contenido relacionado con la ESTRATEGIA DE ACTIVACIÓN.

Este plan deberá asociar el contenido generado con su correcta distribución, garantizando el uso de formatos adecuados para los diferentes soportes involucrados.

Se valorará de forma positiva la adaptación de los formatos a cada canal, entendiendo las características propias de cada soporte. Plantear formatos específicos que entiendan la diferencia en el consumo de contenido entre deportes como Youtube y Tiktok (ejemolo) es algo de vital importancia para el correcto desarrollo de esta ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN DEL CONTENIDO.

La empresa licitadora debe entender como soportes prioritarios:

- Plan de amplificación en medios de comunicación.
- Plan de comunicación en canales de social media.
- Plan de comunicación en la web oficial andalucia.org, donde se valorará la creación de una landing page específica para FITUR.

Importante: El adjudicatario deberá de proveer el diseño de microsite o secciones a incluir dentro del portal www.andalucia.org. Este apartado tiene funciones divulgativas de promoción, diferentes a las funcionalidades de la web profesional. Dicho diseño deberá seguir la guía de estilo de la página y se deberá de atener a los componentes gráficos (portlets) disponibles del portal www.andalucia.org. La implementación de dicho microsite correrá a cargo de Turismo y Deporte de Andalucía.

El microsite o secciones que el licitador ofrezca dentro de su oferta de desarrollo, deberá seguir las siguientes pautas: En caso de que dicho desarrollo tenga que mostrar recursos turísticos del portal www.andalucia.org, estos se mostrarán a través de la API de conexión al NAC. Si fuese necesaria, para la elaboración del contenido/app, alguna actualización de información de los recursos turísticos andaluces, esta deberá de realizarse directamente sobre la plataforma nac.andalucia.org y Turismo y Deporte de Andalucía proporcionará un usuario para tales efectos con los permisos necesarios.

↳ **ESTRATEGIA DE AMPLIFICACIÓN DEL CONTENIDO**

El alcance orgánico de los canales oficiales de Turismo Andaluz es relativo y, por ello, la empresa licitadora deberá contemplar un plan de amplificación del contenido.

Este plan de amplificación deberá contemplar la inversión en soportes, con un importe mínimo de 5.000€ y contando únicamente con soportes digitales. No serán elegibles soportes de compra programática.

El objetivo principal de este plan es garantizar el alcance de activación de la marca Andalucía sobre el público objetivo planteado en la licitación.



✓ **TURISMO DEPORTIVO.**

INTRODUCCIÓN

Aunque el concepto de turismo deportivo a veces se percibe como “nuevo”, el concepto de viajar asociado con los deportes es tan antiguo como los Juegos Olímpicos. El turismo deportivo representa alrededor del 10% del flujo turístico global total y se ha transformado en un elemento casi obligatorio de las estrategias de todos los interesados en el deporte, una herramienta fundamental para el desarrollo económico local y nacional, así como una industria de múltiples interesados de creciente complejidad y transversalidad.

Se espera que el mercado global del turismo deportivo crezca a una tasa compuesta anual (CAGR) del 12% de 2021 a 2027, alcanzando un valor económico de alrededor de 1.7 billones de dólares.

Claves - Turismo Deportivo en Andalucía.

- El turismo deportivo tiene un significativo impacto económico directo e indirecto. Genera ingresos a través de la afluencia de turistas que participan o asisten a eventos deportivos, así como a través de la infraestructura y los servicios turísticos que se desarrollan para apoyar estas actividades. Este impacto se extiende a diversos sectores, incluyendo la hostelería, el comercio minorista o el transporte. De los 286 eventos deportivos del año 2023 que contaron con el impulso y la colaboración de la EPGTDA, los más relevantes en cuanto a volumen de inversión y retorno generaron más de 400 millones de euros de impacto económico directo en el territorio. Si a esto le sumamos la valoración económica de la presencia de la marca Andalucía en dichos eventos, el impacto se va a cerca de 1.000 millones de euros.
- La organización de eventos deportivos y la promoción de actividades deportivas incrementan el flujo de turistas hacia la región. El turismo deportivo ofrece a Andalucía la oportunidad de ser visualizada a nivel nacional e internacional. La cobertura mediática de eventos deportivos importantes y la participación de atletas reconocidos ayudan a posicionar a la región como un destino atractivo y de moda. Este aumento en la visibilidad también contribuye a la promoción de la cultura y las tradiciones locales.
- El turismo deportivo facilita el desarrollo de infraestructuras y equipamientos tanto deportivos como culturales. La necesidad de instalaciones adecuadas para eventos y actividades deportivas impulsa inversiones en infraestructuras que benefician tanto a los residentes como a los visitantes. Estas mejoras pueden incluir desde estadios y centros deportivos hasta instalaciones de alojamiento y transporte.
- La promoción del turismo deportivo también contribuye a mejorar la calidad de vida de los habitantes de Andalucía. La disponibilidad de instalaciones deportivas y la organización de eventos deportivos locales fomentan la práctica del deporte entre la población, lo que puede tener beneficios significativos para la salud y el bienestar general de la comunidad.

En resumen, el turismo deportivo es una herramienta poderosa para el desarrollo económico, social y cultural de Andalucía. Su impacto positivo se extiende a múltiples sectores y contribuye significativamente al posicionamiento de la región como un destino turístico de primer nivel.

OBJETIVOS DEL ÁREA DE TURISMO DEPORTIVO EN FITUR 2025

1. Aumentar el número de turistas deportivos en Andalucía.
2. Promover Andalucía como un destino de referencia para eventos deportivos de alto nivel.
3. Impulsar la economía local a través del gasto turístico en eventos deportivos.
4. Poner en valor la infraestructura deportiva y turística de la región, haciendo especial hincapié en las instalaciones deportivas gestionadas por la EPGTDA:
 - Ciudad Deportiva de Huelva.
 - Ciudad Deportiva Javier Imbroda (Málaga).



- Centro Especializado de Alto Rendimiento La Cartuja y Residencia de Deportistas de Sevilla.
- Instalaciones Deportivas de La Cartuja de Sevilla.
- Instalaciones de Tiro Olímpico. Camas (Sevilla).
- Estadio de la Juventud de Granada.
- Parque Deportivo de La Garza. Linares (Jaén).
- Escuela Pública de Golf El Toyo. Almería

NECESIDADES DEL ÁREA DE TURISMO DEPORTIVO EN FITUR 2025

En base a la introducción sobre turismo deportivo, así como los objetivos de nuestra presencia en Fitur 2025, el área específica de este segmento contará con los metros cuadrados suficientes como para albergar dos zonas diferenciadas, pero a su vez complementarias para una experiencia 360º del visitante:

- Espacio de Atención al Cliente (profesional o público final): Será un espacio sin barreras entre cliente/promotor, y al menos contará con una pantalla táctil multi-touch de grandes pulgadas y una mesa alta de reuniones con taburetes para 6 plazas con enchufes incorporados, conexión wifi, etc. La EPGTDA podrá, de manera simultánea, atender a los clientes en un espacio confortable y a su vez con los medios técnicos y tecnológicos necesarios para poder mostrar todo el portfolio de productos, infraestructuras y experiencias en el ámbito del turismo deportivo en Andalucía.
- Espacio "Museo del Deporte de Andalucía": A modo expositivo, la zona de turismo deportivo de Andalucía contará con un espacio donde la EPGTDA mostrará elementos significativos de las grandes citas / hitos deportivos que se han desarrollado en nuestra región desde hace varias décadas. Para seguridad de los elementos que mostraremos, este museo
- Espacio "Ponte en forma en Andalucía": En esta parte de la zona de turismo deportivo el cliente podrá experimentar, de manera amena, divertida, guiada por un monitor a cargo del adjudicatario y con premios por su participación que proveerá la EPGTDA, alguna actividad deportiva que le haga irse del pabellón de Andalucía lleno de adrenalina. Se valorará positivamente que no sean simuladores ya expuestos en otras ediciones de Andalucía en Fitur y que brillen por su originalidad, teniendo en cuenta actividades que se desarrollan en las IIDD de la EPGTDA (https://www.canva.com/design/DAF6td_b1dQ/mj_YtFcGXhEKs-C82Pn34g/view?utm_content=DAF6td_b1dQ&utm_campaign=designshare&utm_medium=link&utm_source=editor) como por ejemplo un pequeño rocódromo para escalada.
- como por ejemplo un pequeño rocódromo para escalada.

Cada espacio de la zona de Turismo Deportivo en Andalucía estará rotulado de manera específica para que cliente pueda interactuar de manera autónoma y buscando atender sus necesidades de la manera más efectiva posible.

El espacio en general contará, al menos, con 3 cajas de luz de grandes dimensiones para exponer imágenes de eventos deportivos, instalaciones de Andalucía y recursos de turismo deportivo de nuestro territorio.

5.3.3.1. BAR PROFESIONAL Y ÁREA DE PRESENTACIONES, DEGUSTACIONES Y DINÁMICAS CON CHEFS.

✓ BAR PROFESIONAL.

El bar tiene que ser, durante los días de profesionales, una herramienta más de promoción del destino, a través de la gastronomía y de actividades profesionales que se desarrollen dentro del mismo. El bar estará en el centro de todas las actividades que se desarrollen en la Zona de Empresas y será el punto de encuentro para iniciar o finalizar las reuniones, ubicados siempre en un entorno



adaptado a la experiencia que se está viviendo durante la estancia del visitante al stand. En todo caso el bar no debe interferir con las reuniones comerciales que se puedan estar realizando.

El acceso al bar será abierto y de uso exclusivo para profesionales, controlado mediante las **acreditaciones** facilitadas. Dispondrá de todo el equipamiento necesario: almacén, office, área interior de trabajo con tomas de agua, desagüe y corriente eléctrica, mesas de trabajo, horno, microondas, freidoras, estanterías, barra con botelleros de bebidas, baldas, cubos de basura, desagües de grifos de cervezas, mesas, sillas, papeleras, etc. Más adelante se detallan elementos necesarios. Además, el suelo será antideslizante. Se valorará especialmente que los espacios sean prácticos y multifuncionales para facilitar el desarrollo de todas las actividades propuestas y dispondrá de una decoración limpia, elegante, relacionada con elementos y gastronomía andaluces y Momentos Foodie.

Para facilitar el funcionamiento del espacio, además de cumplir con las medidas higiénico sanitarias establecidas por la Comunidad Autónoma de Madrid/IFEMA se requerirán los siguientes detalles, a cargo de la empresa adjudicataria:

- Disposición de mesas altas o bajas con taburetes o sillas (a elección de Turismo y Deporte de Andalucía) según número de comensales permitido por mesa y aforo del espacio. Mínimo de 10 mesas y 30 taburetes.
- Creación de un sistema de reservas de mesa en el día, integrado en la **aplicación web profesional**, facilitando dos tablets para personal de Turismo y Deporte de Andalucía, que estará ubicado en la entrada de la zona bar, con las que, conectadas a internet, puedan acceder a la **aplicación web profesional** y gestionar las reservas por día/franja horaria.
- La empresa adjudicataria será la encargada de diseñar, fabricar y facilitar uniformes para el personal de la Escuela de Hostelería Santo Domingo (Archidona) para todos los días de feria. DOS MUDAS, NÚMERO POR DETERMINAR.
- La cocina estará operativa aprox. de 12.00 a 16.30 horas. Fuera de ese horario, la zona de bar será utilizada para realizar pausa café o reuniones informales con reserva de espacios previos, integradas igualmente en la **aplicación web profesional**, con disposición de café, bebidas y snacks a modo autoservicio.
- Aunque el bar será la parte central, si se requiere, se puede ubicar la cocina en lugar próximo y con fácil acceso para no interferir con el negocio y trabajo realizado en la zona profesional.
- Se valorará positivamente la integración de activación en zona bar.

Maquinaria y menajes necesarios. **MAQUINARIA NECESARIA PARA LA COCINA DEL BAR TRADICIONAL**

- Thermomix: 2 uds.
- Frigorífico industrial grande: 4 uds.
- Congelador vertical: 2 uds.
- Botelleros: 5 uds.
- Tourmix: 1 ud
- Placas Inductoras: 4 uds.
- Armario Caliente de uso profesional con medida Gastronorm. 1 ud
- Horno de convección mixto profesional medida Gastronorm. 1 ud
- Microondas: 1 ud
- Freidora Doble Profesional (no doméstica): 1 ud
- Mesas de trabajo suficientes para cubrir la superficie de trabajo
- Estanterías: 5 uds.
- Tomas de luz alargadores
- Fregadero Doble (mínimo 40x40): 1 ud
- Fregadero 1 seno (mínimo 40x40): 1 ud
- Lavamanos para la barra pequeño. 1 ud
- Lavavajillas industrial de capota (no lavavasos). 2 uds.



- Cubos de basura

*SE ENVIARÁ DISTRIBUCIÓN DE MAQUINARIA UNA VEZ SE TENGAN PLANOS POR PARTE DE LA EMPRESA ADJUDICATARIA. ZONA BAR Y DEMOSTRACIONES GASTRONÓMICAS Y ÁREA CONVIVENCIA CONSEJERÍA.

NOTA: El Hotel Escuela Convento de Santo Domingo será quien gestione y coordine este espacio, con recursos humanos propios y adquisición de materia prima para la elaboración de los platos y bebidas servidos en este espacio. La empresa adjudicataria se encargará del resto de servicios solicitados en este apartado incluyendo espacio, decoración, mobiliario y maquinaria solicitados.

NECESIDADES MAQUINARIA Y MENAJE			
ELEMENTO	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	USO EN ZONA (sala presentaciones, mostrador, despacho...)
THERMOMIX	2		AREA BAR Y DEMOSTRACIONES GASTRONÓMICAS
FRIGORÍFICO	4	INDUSTRIAL GRANDE	
CONGELADOR VERTICAL	2		
BOTELLEROS	5		
TOURMIX	1		
PLACAS INDUCTORAS	4		
ARMARIO CALIENTE	1	USO PROFESIONAL CON MEDIDA GASTRONORM	
HORNO DE CONVECCIÓN	1	MIXTO PROFESIONAL MEDIDA GASTRONORM	
MICROONDAS	1		
FREIDORA	1	DOBLE PROFESIONAL NO DOMÉSTICA	

NECESIDADES MOBILIARIO			
ELEMENTO	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	USO EN ZONA (sala presentaciones, mostrador, despacho...)
MESAS DE TRABAJO	PENDIENTE DEFINIR		AREA BAR Y DEMOSTRACIONES GASTRONÓMICAS
ESTANTERÍAS	5		
TOMAS LUZ ALARGADORES	PENDIENTE DEFINIR		
FREGADERO DOBLE	1	MÍNIMO 40X40	
FREGADERO DOBLE	1	1 SENO MÍNIMO 40X40	
LAVAMANOS	1		
LAVAVAJILLAS	2	INDUSTRIAL DE CAPOTA (NO LAVAVASOS)	
CUBOS BASURA	PENDIENTE DEFINIR		
MESAS COMENSALES	MINIMO 10	ALTAS/BAJAS POR DETERMINAR	ZONA COMENSALES BAR
SILLAS/TABURETES ALTOS	MINIMO 30	POR DETERMINAR	ZONA COMENSALES BAR



NECESIDADES MEDIOS TÉCNICOS			
ELEMENTO	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	USO EN ZONA (sala presentaciones, mostrador, despacho...)
TABLETS	2	CON APLICACIÓN WEB RESERVA integrada aplicación web profesional	ENTRADA ÁREA BAR Y DEMOSTRACIONES GASTRONÓMICAS.

✓ **ÁREA DE PRESENTACIONES, DEGUSTACIONES Y DINÁMICAS CON CHEFS.**

La gastronomía es un elemento esencial del turismo para Andalucía, ofreciendo una experiencia al visitante que combina tradición, cultura y sabor. Para la edición de FITUR 2025, contaremos con **2 áreas gemelas de showcooking, unos 400m2 en total**, como oportunidad única para resaltar la riqueza y diversidad culinaria de la región, creando un vínculo emocional con los visitantes y promoviendo Andalucía como un destino turístico de excelencia.

Esta área estará activa de miércoles a domingo y **NO SOLO FIN DE SEMANA.**

Zonas visibles y abiertas al público, durante toda la semana, donde se podrán hacer presentaciones de productos gastronómicos andaluces y degustaciones. Cada zona de showcooking necesitará de un gran office a modo de cocina y almacén, lo suficientemente amplia y con todas las herramientas necesarias para la elaboración de los productos y platos. Las presentaciones y degustaciones serán de productos andaluces, compuestos por varios ingredientes y productos, y siempre presentados como platos completos.

Cada showcooking estará atendido por un profesional, reconocido a nivel gastronómico y mediático que será quien guíe todas las dinámicas de los espacios, presentando cada uno de los productos utilizados y desarrollando contenido del producto Momentos Foodie. Además, la empresa adjudicataria será la encargada de proveer de toda la materia prima necesaria, así como el personal para el correcto funcionamiento de la actividad (camareros, presentador, cocineros y personal de limpieza de los espacios).

Se requiere programa detallado de estos dos espacios que gestionará directamente la empresa adjudicataria y bajo la supervisión del personal de Turismo y Deporte de Andalucía, con horarios y desarrollo de cada actividad (nombre presentación, descripción, degustación).

NOTAS:

- En el caso de que Turismo y Deporte de Andalucía lo considere necesario, se procederá al bloqueo de una parte de la agenda para ofrecer estos espacios a posibles presentaciones y degustaciones a los Destinos participantes. En este caso, los Destinos podrán hacer uso de cada uno de los espacios dispuestos, así como del material, menaje, almacén y personal puesto a disposición por parte de la empresa adjudicataria.
- Turismo y Deporte de Andalucía podrá dividir y diferenciar las dos zonas de showcooking por contenidos: Cocina Tradicional Andaluza, Cocina Innovadora Andaluza, Maridaje de Platos Andaluces, etc, adecuando la decoración y diseño si así fuera necesario.
- Cada office deberá contar con una superficie mínima que garantice el espacio suficiente para la preparación, almacenamiento y manipulación de alimentos, estableciendo un mínimo de 30m2 cada uno. Será un espacio dedicado a la preparación de ingredientes, con superficies de trabajo amplias y adecuadas para el uso de equipos y utensilios. La empresa adjudicataria se hará cargo de todo el material necesario, tanto en las zonas de office como en la zona de showcooking, como pueden ser, estanterías, mesas de trabajo, thermomix, frigorífico industrial grande, botelleros, placas inductoras, horno de convección mixto profesional, microondas, freidora doble profesional (no doméstica), mesas de trabajo suficientes para



cubrir la superficie de trabajo, tomas de luz alargadores, fregadero doble, cubos de basura grandes, carro bandejas y menaje necesario para elaborar platos.

- Las zonas de showcooking tendrán capacidad mínima de 40 pax cada una y contarán con mostrador para showcooking (fregadero, vitro, campana, microondas, menaje y barra para trabajo, todo el menaje necesario para showcooking y catas), con pantalla trasera para streaming y mesas para comensales con 4 sillas. La entrada será mediante control acceso con acreditación específica y la asistencia se limitará por reserva en la web específica de Andalucía en Fitur.
- Estos espacios contarán con medios técnicos suficientes para la correcta visualización y sonorización de las demostraciones y degustaciones. Tantos micrófonos, altavoces, cámaras y pantallas como sean necesarias. Así como la cantidad de enchufes, papeleras y demás elementos de vital importancia.

5.3.3 Resto de zonas limítrofes y complementarias.

Esta zona del stand estará compuesta por el resto de zonas al fondo del pabellón, laterales, paso entre pabellones u otras sin haber sido especificadas previamente. Parte de la construcción debe estar planteada a dos niveles para facilitar la visión de las zonas, como por ejemplo la zona de comunicación con 1-2 platós en alto. Para el fin de semana, se puede plantear cerrar completamente o parcialmente esta zona por dejar de tener uso parcialmente, salvo que se dote expresamente de contenidos y/o se realicen adaptaciones necesarias.

Nota: Se valorará el uso de tecnologías de Realidad Virtual o Aumentada, mediante gafas especializadas, con tracking de movimiento, para reutilización de zonas no asignadas durante el fin de semana.

5.3.3.1. SALAS DE PRESENTACIONES (SALA ANDALUCÍA, SALA 1 Y SALA 2)

Se diferenciarán dos tipos de salas de presentaciones, 3 en total, en funcionamiento y en tamaño, con una estimación de capacidades y metros útiles aproximados. Ajustables según propuesta final remitida por la empresa licitadora:

- o **Sala Andalucía. Aprox. 120 pax. y 250m², escenario aprox. 30m².**
- o **Sala 1: Aprox. 60 pax y 125m².**
- o **Sala 2: Aprox. 60 pax y 125m².**

Hace algunos años se inició un proceso de renovación de estos espacios con la Sala 1, ofreciendo un espacio más moderno y próximo al público, que se introdujo también en 2022 y 2023 en la Sala Andalucía. Se quiere mantener este cambio introducido para 2025, dándole incluso un giro en lo que a funcionalidad y utilidad se refiere.

El expositor de Andalucía en FITUR 2025 contará en esta ocasión con **2 tipologías de salas de presentaciones, lo más próximas posibles, pero no necesariamente en la misma ubicación.** Pero si en una zona fría y tranquila, cercana al área profesional y zona Consejería.

- 1 sala de presentaciones institucional, Sala Andalucía.** Con capacidad para 120 personas sentadas de forma cómoda y con cierta amplitud.
- 2 salas de tamaño medio, Sala 1 y Sala 2.** Con capacidad para aprox. 60 personas sentadas de forma cómoda y con cierta amplitud.

Todas estas salas deberán tener una gran zona de entrada donde se podrá seguir en las pantallas de gran tamaño en tiempo real lo que está ocurriendo en el interior de las mismas y se reflejará igualmente la programación integrada en la **aplicación web profesional**. Todas las salas contarán



con los medios técnicos necesarios para el desarrollo de presentaciones, a demanda de Turismo y Deporte de Andalucía, incluidos streaming.

Deberá haber una gran zona de acceso donde se informará a los visitantes de la agenda de presentaciones, con pantallas interactivas de gran tamaño con clara imagen de innovación y tecnológico, siempre incluida en la **aplicación web profesional**.

Esta zona deberá disponer de espacio y notoriedad y, a su vez estar ubicado cerca de la zona de empresas, siempre considerando que su ubicación y disposición han de ser preferentes ya que, junto a las salas de presentaciones, se considera una de las zonas en las que llevan a cabo tareas de contenido profesional muy valoradas por los participantes, aportando este espacio de trabajo, al mismo tiempo, una imagen que complementa los contenidos de diseño, visibilidad, promoción, difusión de la marca, etc.; que constituyen el conjunto del pabellón.

Las salas de presentaciones deben estar alejadas lo máximo posible de otras zonas de presentaciones o escenarios de Destinos para evitar interferencias y molestias entre unos y otros. La ubicación de estos espacios debería ser preferentemente fuera de la zona de paso o pasillos para evitar aglomeraciones de entrada/salida de salas. Preferentemente zona aislada y tranquila.

Se valorará positivamente:

- Distribución del área en dos plantas.
- Zona acristalada desde donde se pueda observar, desde el exterior, el desarrollo de cada una de las presentaciones.
- Ubicación en zona fría y tranquila, cercana al área profesional y zona Consejería.
- El uso alternativo que se le pueda dar a algunas de las salas de presentaciones el fin de semana.
- Zona de carga para dispositivos y zona de descanso.

Se detallan a continuación los requerimientos técnicos y mobiliarios mínimos que deben tener las 2 tipologías de salas:

↳ **1 sala de presentaciones institucional. SALA ANDALUCÍA.**

Debe ser un espacio moderno y funcional. No habrá mesa de presentación y en su lugar 2 atriles que se podrán ir retirando cuando se requiera. En la tarima de presentación deberá haber capacidad para hasta 8 intervinientes sentados en taburetes o sillones según el espacio disponible. La sala debe tener unos **250m² y capacidad para aprox. 120 personas sentadas de forma cómoda y con cierta amplitud.**

La sala puede ser semicircular o rectangular, pudiendo tener hasta 3 orientaciones distintas (en U) para acoger la zona de presidencia y estar más próximo a la misma. La zona de presidencia debe ser grande y elevada de aprox. 30m². Se deberá establecer igualmente una zona para cámaras o prensa con espacio mínimo para 15 cámaras sin quitar visibilidad al resto del público.

La sala estará dotada también de todos los elementos técnicos necesarios para presentaciones de productos, ruedas de prensa, charlas, etc., tales como pantallas, megafonía, microfonía, iluminación adecuada, pantalla exterior de acceso con información de las presentaciones, etc. **El fin de semana se transformará en un cine, donde se proyectarán vídeos facilitados por Turismo y Deporte de Andalucía, y que contará con todos los elementos propios de un cine, capaces de captar la atención de los visitantes, para que hagan uso de la zona.**

Más detalles técnicos y requisitos mínimos:

- Deberá contar con una puerta de entrada bien indicada para evitar aglomeraciones de entrada y salida. No pueden estar ubicadas en el lateral de la presidencia y que ese acceso interfiera



con el normal desarrollo de las presentaciones. Además, deberá haber una puerta de acceso para autoridades próxima a la tarima de presidencia, si fuera posible cercana a la zona de despachos de autoridades.

- Escalones si fueran necesarios para acceder a los distintos niveles de grada y ubicación también adaptada para personas con movilidad reducida. Asientos de la grada dotados con cojines o similares. La grada deberá proporcionar comodidad y seguridad a los asistentes, además de mantener la estética de la sala. Del mismo modo, el material constructivo será duradero y visiblemente atractivo y deberá estar firmemente anclada al suelo cumpliendo todas las normativas de seguridad vigentes.
- Tarima de presidencia elevada de aprox. 30 cms. con capacidad para aprox. 8 personas sentadas en taburetes o sillones. Rampa de acceso para personas con movilidad reducida según normativa vigente, así como escalones.
- Techo acústico: insonorización perfecta y aislada de sonido del resto del pabellón.
- Zona de cámaras: se deberá establecer una zona de prensa con espacio mínimo para 15 cámaras sin quitar visibilidad al resto del público con visión frontal. Próxima a toma sonido rack y puesto técnico. Fácil acceso a toma de sonido directo. Igualmente, accesible según normativa vigente. Ancho mínimo 2,5 metros y aprox. 8 metros de largo o hasta todo el largo de la sala. Posibilidad de hacer dos niveles para no tapar dos líneas de cámara.
- Cableado oculto en todas las zonas: presidencia-escenario, atril, zona cámaras, sobretarima, tarima prensa, atril, cableado sonido, etc.
- La distribución de salas debería ser rectangular o semicircular. Importante que haya visibilidad desde cualquier ángulo. Evitar columnas u otros espacios inmóviles que dificulten la visibilidad.
- Climatización o ventilación disponible frío/calor y bien distribuida. Manejo desde puesto de control. Preferentemente máquinas instaladas en habitaciones anexas para evitar ruidos y en la sala habrá tan solo rejillas de entrada de aire.
- Pantalla gigante trasera: videowall o similar de aprox. 6*4m para retransmisión en circuito cerrado. Altura al menos 1 metro desde el suelo del escenario para evitar que los ponentes tapen la imagen. Rotulado (con los elementos que indique Turismo y Deporte de Andalucía) y disimulado el espacio del escenario sin pantalla, incluida posible estructura. La pantalla debe ocupar al menos el 50% del espacio y estar centrada. La pantalla debe tener resolución suficiente para que se vea a pesar de la luz que pueda haber en la sala.
- 2 pantallas de retorno de aprox. 60" en presidencia, retiradas o ancladas al fondo de la sala para que sean visibles desde los sillones, taburetes o atril. En las pantallas se proyectará lo mismo que se ve en la pantalla principal trasera. Deberán estar colocadas para que no quiten visión al público y en el lugar que Turismo y Deporte de Andalucía indiquen.
- Cámaras y medios técnicos necesarios para circuito interno de filmación-grabación para pantalla y streaming. Se deberá tener la posibilidad de poder insertar al ponente en un recuadro de la pantalla su imagen en directo o pantalla completa (streaming o in situ). Será necesario diseñar un fondo de pantalla con los logos correspondientes donde poder insertar hasta dos recuadros, uno para la presentación y otro para el ponente que esté interviniendo en cada momento. Todo lo que aparezca en pantalla se retransmite por streaming; imprescindible conexión a Internet por cable. Una vez finalizada cada presentación, se deberá partir el contenido y subir a la aplicación de agenda y contenidos en el horario que corresponda.
- Equipo técnico formado por al menos 4 personas para mantenimiento de equipamiento audiovisual a disposición durante toda la jornada. Deben ser permanentes y siempre los mismos de miércoles a viernes. Estas son las funciones principales:
 - 1 técnico sonido.
 - 1 técnico video.
 - 1 operador de cámara grabación-streaming.
 - 1 técnico control streaming.
- Equipo completo de megafonía: 2 micros inalámbricos, 8 micros diadema y 2 micros en cada atril (4 en total) integrados en el mismo (conectados directamente al jack del atril y no colocados o pegados, no sirven micros de sobremesa adosados que quitan espacio para papeles).
- Mesa de sonido y ordenadores necesarios (al menos 2 para proyecciones-presentaciones) en puesto control según necesidades técnicas. Rack de prensa con 48 salidas.



- El portátil para proyecciones-presentaciones con control desde mesa técnico y manejables desde presidencia. Integrado con USB, DVD, CD, Paquete Office, Flash, etc. así como cualquier programa necesario para todo tipo de reproducciones. El segundo portátil en la mesa de control servirá como backup para cargar las presentaciones y agilizar el desarrollo de las presentaciones. El técnico deberá adaptar los archivos recibidos para las presentaciones-proyecciones y adaptarlos a un formato que facilite su proyección (por ejemplo, insertar videos, powerpoints, cartelas, etc. en una misma plantilla de powerpoint para proyección directa).
- Etapa de potencia, altavoces JBL de 125W o similar, etc. Reproductor combo DVD/USB. High speed smooths search o similar, distribuidor señal VGA/XGA, ecualizador gráfico, etc.
- Los altavoces deben tener suficiente potencia y estar colocados para una correcta audición del sonido en toda la sala. Retorno al escenario si fuera necesario.
- Ratón-pasador inalámbrico y puntero.
- 2 atriles rotulados y con altura adecuada, con soporte para agua/copa y otro para papeles con espacio para A3 desplegado, luz si fuera necesaria y micros integrados y no colocados o pegados. Cableado oculto y posibilidad de retirar o desplazar atril en menos de 5 minutos. Ocultar cableado con rapidez cuando se retire/desplace alguno.
- Ubicación técnicos de sonido en puesto de control con visibilidad absoluta, en alto y con acceso a sonido del interior de la sala. Igualmente es importante que tenga una ubicación discreta y que sea accesible por parte de la organización para la coordinación de las presentaciones.
- Espacio específico para streaming-grabación, incluida una mesa de aprox. 1x1m. y silla, así como puesto de control independiente a sonido sala.
- Imagen fija en pantallas de la sala cuando no haya presentaciones.
- Rótulo corporativo (logo Andalucía + FITUR + Consejería + FEDER) detrás presidencia y en Atril Andalucía + FITUR o Consejería + FITUR. Visibilidad en trasera, aunque haya personas sentadas. Cenefa con logos a lo largo de toda la sala con una altura estimada de 140cm. Se requiere comprobación previa.
- 2 juegos banderas (España, Andalucía, UE) con peanas y transportables.
- Iluminación adecuada dentro y fuera de las salas. Evitar sombras en la presidencia e instalación adecuada para que se visualicen las caras perfectamente a tiro de cámara en atril, taburetes o sillones. Instalar en Sala Andalucía preferentemente focos de prensa en el fondo de la sala, así como difusores para que la visibilidad sea perfecta a lo largo del escenario, no solamente desde el atril.
- Tomas de red ethernet RJ45/WIFI en las salas abierta o con clave acceso para toda esta zona de presentaciones. Conexión por cable imprescindible en el puesto de control equipamiento audiovisual y también streaming (2 líneas independientes).
- Todas las puertas deben tener cerraduras con llaves a disposición de la organización. Fácil apertura/cierre.
- 2 mesas altas aprox. 0,5*0,5m de apoyo para colocar premios u otros requerimientos a disposición de las salas.
- 4 mesas aprox. 0,5*0,5m de apoyo para intercalar entre taburetes o sillones, altura adaptada a los asientos de la presidencia. Se usarán para apoyar papeles, micros o agua.
- 4 caballetes madera para soportes carteles.
- La Sala Andalucía contará, durante de miércoles a viernes, con un presentador reconocido a nivel regional, que de la bienvenida e introduzca cada una de las intervenciones e informe de los horarios de las presentaciones y de cada una de las actividades desarrolladas en la sala.

↘ **2 salas de tamaño medio. SALA 1 Y SALA 2.**

Ajustadas a dos salas de aprox. **125m2 y capacidad para aprox. 60 pax CADA UNA**, deberán contener todos los elementos que se mencionan a continuación:

Tendrán un formato innovador, moderno e informal. No habrá mesa de presentación y en su lugar el orador o presentador podrá estar ubicado en un círculo central, donde habrá capacidad para hasta 6 intervinientes sentados en taburetes o sillones según el espacio disponible. Las salas deben tener una capacidad para aprox. 60 personas sentadas (cada una) de forma cómoda y con cierta amplitud.



Las salas pueden ser rectangulares, pero las gradas podrán tener hasta 3 orientaciones distintas (en U) para acoger al presentador y estar más próximo al mismo.

Las salas estarán dotadas también de todos los elementos técnicos necesarios para presentaciones de productos, ruedas de prensa, charlas, etc., tales como pantallas, megafonía, microfonía, iluminación adecuada, pantalla exterior de acceso con información de las presentaciones, etc.

La noche del viernes al sábado y para todo el fin de semana, una de ellas se transformará en un camerino y la otra en escenario extra para actuaciones, contando con todos los medios técnicos y humanos necesarios para su correcto funcionamiento. La agenda de este escenario, durante el fin de semana, será dotada por actuaciones y actividades solicitadas por los distintos destinos participantes.

Más detalles técnicos y requisitos mínimos:

- Deberán contar con una puerta de entrada amplia bien indicada para evitar aglomeraciones de entrada y salida.
- Escalones si fueran necesarios para acceder a los distintos niveles de grada y ubicación también adaptada para personas con movilidad reducida. Asientos de la grada dotados con cojines o similares. La grada deberá proporcionar comodidad y seguridad a los asistentes, además de mantener la estética de la sala. Del mismo modo, el material de la misma será duradero y visiblemente atractivo y deberá estar firmemente anclada al suelo cumpliendo todas las normativas de seguridad vigentes.
- La presidencia será para un máximo de 4 personas y estará ubicada en taburetes o sillones según el espacio disponible. Se requieren por tanto 4 taburetes o sillones. Según distribución de la sala será necesaria o no una sobretarima con forma circular para facilitar el movimiento del moderador.
- Techo acústico o similar: insonorización perfecta y aislada de sonido del resto del pabellón.
- Zona de cámaras: se deberá establecer una zona de prensa con espacio mínimo para 8 cámaras sin quitar visibilidad al resto del público con visión frontal. Próxima a toma sonido rack y puesto técnico. Fácil acceso a toma de sonido directo. Igualmente, accesible según normativa vigente. Ancho mínimo 2,5 metros.
- Cableado oculto en todas las zonas: presidencia-escenario, atril, zona cámaras, sobretarima, tarima prensa, atril, cableado sonido, etc.
- La distribución de salas debería ser rectangular o semicircular. Importante que haya visibilidad desde cualquier ángulo. Evitar columnas u otros espacios inmóviles que dificulten la visibilidad.
- Climatización o ventilación disponible frío/calor y bien distribuida. Manejo desde puesto de control. Preferentemente máquinas instaladas en habitaciones anexas para evitar ruidos y en la sala habrá tan solo rejillas de entrada de aire.
- Una pantalla de plasma de aprox. 80" introducida en el fondo detrás presidencia visible desde toda la sala. Posibilidad de desmontaje y sustitución del hueco por una señalética adaptada.
- Una pantalla de retorno de aprox. 60" ancladas en el fondo de la sala para que sean visibles desde la presidencia y facilitar el seguimiento de la presentación. En las pantallas se proyectará lo mismo que se ve en la pantalla principal trasera. Deberán estar colocadas para que no quiten visión al público.
- Cámaras y medios técnicos necesarios para circuito interno de filmación-grabación para pantalla y streaming. Se deberá tener la posibilidad de poder insertar al ponente en un recuadro de la pantalla su imagen en directo o pantalla completa (streaming o in situ). Será necesario diseñar un fondo de pantalla con los logos correspondientes donde poder insertar hasta dos recuadros, uno para la presentación y otro para el ponente que esté interviniendo en cada momento. Todo lo que aparezca en pantalla se retransmite por streaming; imprescindible conexión a Internet por cable. Una vez finalizada cada presentación, se deberá partir el contenido y subir a la aplicación de agenda y contenidos en el horario que corresponda.
- Equipo técnico formado por al menos 4 personas para mantenimiento de equipamiento audiovisual a disposición durante toda la jornada. Deben ser permanentes y siempre los mismos de miércoles a viernes. Estas son las funciones principales:



- 1 técnico sonido.
- 1 técnico video.
- 1 operador de cámara grabación-streaming.
- 1 técnico control streaming.
- Equipo completo de megafonía: 2 micros inalámbricos y 4 micros diadema.
- Mesa de sonido y ordenadores necesarios (al menos 2 para proyecciones-presentaciones) en puesto control según necesidades técnicas. Rack de prensa con 24 salidas.
- El portátil para proyecciones-presentaciones con control desde mesa técnico y manejables desde presidencia. Integrado con USB, DVD, CD, Paquete Office, Flash, etc. así como cualquier programa necesario para todo tipo de reproducciones. El segundo portátil en la mesa de control servirá como backup para cargar las presentaciones y agilizar el desarrollo de las presentaciones. El técnico deberá adaptar los archivos recibidos para las presentaciones-proyecciones y adaptarlos a un formato que facilite su proyección (por ejemplo, insertar videos, powerpoints, cartelas, etc. en una misma plantilla de powerpoint para proyección directa).
- Etapa de potencia, altavoces JBL de 125W o similar, etc. Reproductor combo DVD/USB. High speed smooths search o similar, distribuidor señal VGA/XGA, ecualizador gráfico, etc.
- Los altavoces deben tener suficiente potencia y estar colocados para una correcta audición del sonido en toda la sala. Retorno al escenario si fuera necesario.
- Ratón-pasador inalámbrico y puntero.
- Ubicación técnicos de sonido en puesto de control con visibilidad absoluta, en alto y con acceso a sonido del interior de la sala. Igualmente es importante que tenga una ubicación discreta y que sea accesible por parte de la organización para la coordinación de las presentaciones.
- Espacio específico para streaming-grabación, incluida una mesa de aprox. 1x1m. y silla, así como puesto de control independiente a sonido sala.
- Imagen fija en pantallas de la sala cuando no haya presentaciones.
- Rótulo corporativo (logo Andalucía + FITUR + Consejería + FEDER) detrás presidencia. Visibilidad en trasera, aunque haya personas sentadas. Cenefa con logos a lo largo de toda la sala con una altura estimada de 140cm. Se requiere comprobación previa.
- Iluminación adecuada dentro y fuera de las salas. Evitar sombras en la presidencia e instalación adecuada para que se visualicen las caras perfectamente a tiro de cámara en taburetes o sillones.
- Tomas de red ethernet RJ45/WIFI en las salas abierta o con clave acceso para toda esta zona de presentaciones. Conexión por cable imprescindible en el puesto de control equipamiento audiovisual y también streaming (2 líneas independientes).
- Todas las puertas deben tener cerraduras con llaves a disposición de la organización. Fácil apertura/cierre.
- 2 mesas altas aprox. 0,5*0,5m de apoyo para colocar premios u otros requerimientos a disposición de las salas.

En la zona de espera de las 3 salas de presentaciones deberá haber un gran mostrador de acceso, dotado con el mobiliario necesario habitual del resto de mostradores del stand: taburetes, enchufes, armarios cerrados, etc. Deberá haber también varias zonas tipo photocall para poder realizar entrevistas previas o posteriores al evento convenientemente rotulado con logos e imágenes facilitadas por Turismo y Deporte de Andalucía. La zona de espera puede ser conjunta o puede haber varias independientes según distribución final. El fin de semana se debe acotar el acceso. La zona de espera debe estar abierta para evitar aglomeraciones. Más detalles a continuación.

En la zona de acceso, zona de espera de las salas o donde se vea más adecuado, deberá haber un número suficiente de dispositivos válidos para que los profesionales puedan identificarse sin que se formen colas para ello.



Igualmente se dispondrán de 2 despachos próximos amplios para la organización de las salas dotados con:

- **Despacho 1.** 1 portátil, Internet por cable, impresora color con varios cartuchos de recambio según necesidad con conexión a portátil, varios multiplicadores de enchufes y mobiliario básico: 1 mesa de trabajo, 2 sillas para esta mesa, mueble armario con puertas y cierre con llave, mesa complementaria para impresora, 1 papeleras, 1 perchero/burrito con perchas, etc.

- **Despacho 2.** 1 portátil, Internet por cable, impresora color con varios cartuchos de recambio según necesidad con conexión a portátil, mínimo 4 paquetes de 500 unidades, varios multiplicadores de enchufes (un mínimo de 20 enchufes) y mobiliario básico: 1 mesa de trabajo, 2 sillas para esta mesa, mueble armario con puertas y cierre con llave, mesa complementaria para impresora, 1 papeleras, 1 perchero/burrito con perchas, etc.

Serán igualmente necesarias 20 catenarias para acotar espacios de las salas de presentaciones.

Igualmente será necesario contar con un regidor con control sobre todas las salas y control de lo que se publica en la **aplicación web profesional**.

A continuación, requerimientos mínimos incluidos en el texto anterior, aunque prevalece lo que sea en exceso a lo contrario:

NECESIDADES CONSTRUCCIÓN ESPACIO			
	SI	NO	CANTIDAD
SALA DE PRESENTACIONES INSTITUCIONAL	X		1
SALA DE PRESENTACIONES TAMAÑO MEDIO	X		2
DESPACHO	X		2
SALA DE RECEPCIÓN	X		MÍNIMO 1
PHOTOCALL	X		1

NECESIDADES MEDIOS TÉCNICOS		
ELEMENTO	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS
Climatización Frío/calor		Manejo desde puesto control y las maquinas a ser posible ubicadas en espacio diferente.
Techo acústico + insonarización de sala	3	En todas las salas
Videowall		6x4 m aprox. Sala Andalucía, resto Pantalla aprox. 80"
Tarima de presidencia.	MINIMO 1	30 cm desde el suelo, resolución suficiente para que se vea a pesar de la luz. Solo Sala Andalucía. Sólo si necesario, por tipología de construcción, en Salas 1 y 2.
Zona de Cámaras	espacio para 15 cámaras	ancho mínimo de 2,5 m Sala Andalucía, resto aprox. 8 cámaras. Elevado.
Cableado oculto en todas las zonas		
Pantallas de retorno de 60" aprox	4	Solo Sala Andalucía, resto 1 por sala
Cámaras y medios técnicos necesarios para circuito interno de filmación y grabación		
Equipo técnico formado por 4 pax minimo a disposición		Solo Sala Andalucía, resto 3 por sala aprox.
micros inalámbricos	6	2 por sala
micros en cada atril (conectados directamente al jack del atril)	2	Solo Sala Andalucía. 2 en cada atril.



micro diadema	14	8 Sala Andalucía, resto 3 por sala
mesa de sonido		
Portátil para proyecciones-presentaciones	6	Con conexión remota a la pantalla, con CD, DVD USB y paquete office. 2 por sala.
Rack de prensa	3	48 salidas Sala Andalucía, Sala 1 y Sala 2, 24 salidas.
Etapa de potencia	3	
Altavoces JBL de 125W o similar		En las 3 salas
Reproductor combo DVD/Usb, High speed smooths search o similar	3	Distribuidor señal VGA/XGA
Altavoces		
Ratón pulsador inalámbrico y puntero	3	En las 3 salas
Rótulo corporativo con visibilidad en la trasera		
Juego banderas	2	Sala Andalucía
Iluminación adecuada dentro y fuera de las salas		
tomas de red ethernet RJ45 Y WIFI con clave de acceso		
Medios técnicos apropiados para la conversión de esta sala en lo que se proponga el fin de semana.		
Espacio específico para streaming-grabación, incluida una mesa de aprox. 1x1m. y silla, así como puesto de control independiente a sonido sala.	3	
Aplicación de agenda y contenidos interactivo para la gestión pre, durante y post FITUR; aplicación web profesional.		
Pantallas grandes exteriores de 50"	Mínimo 3	O equivalente gran pantalla continua led con varias emisiones simultáneas.
portátiles		los requeridos
Multiplicadores de enchufes		varios

NECESIDADES MOBILIARIO		
ELEMENTO	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS
Cojines para gradas		Si fuera tipo grada, pero asientos confortables requeridos.
taburetes para presidencia	12	8 Sala Andalucía, resto 4 por sala.
atriles rotulados y altura adecuada con soporte para agua y papeles	4	2 Sala Andalucía y 2 Salas 1 y 2
Visores para logos y numeración de mesas		
puertas con cerraduras y llaves		
mesas altas 0,5 x 0,5 m	6	2 en cada sala
mesas 0,5 x 0,5	6	4 Sala Andalucía y 2 para Sala 1 y 2.
caballetes de madera	8	En total
Catenarias	20	
Rótulos corporativos		
Mostradores		a la entrada de cada una de las salas
Taburetes para los mostradores	2	
papeleras		Las necesarias
Señalización exterior		Las necesarias
Señalización interior		Las necesarias



estanterías		Las necesarias
burros		Las necesarias
perchas		Las necesarias
papeleras		Las necesarias

5.3.3.3 ÁREA DE COMUNICACIÓN.

Al igual que en la edición de Fitur del pasado año, el objetivo es mantener un gran espacio destinado a Comunicación que esté diseñado para ofrecer un servicio de calidad a los medios de comunicación desplazados al pabellón de Andalucía que realizan la cobertura de las actividades que en él se desarrollan. b

Para ello, se debe buscar, y se valorará positivamente, la integración **en un mismo espacio** dentro del pabellón andaluz de todas las zonas relacionadas con esta actividad. Se valorará igualmente que el área de Comunicación esté construida en su totalidad o, al menos, en su mayor parte, en el nivel superior de dos niveles con el objetivo de favorecer la visibilidad de la zona. Es de especial importancia garantizar la accesibilidad a toda el área de Comunicación. **Esta área deberá estar dotada con tres líneas de acceso a Internet por cable de mínimo 300Mbps, con las tomas por cable que se indican en cada sala y acceso Wifi en toda el área.**

Las zonas de comunicación, contarán con aprox. 600m² y se dividirán en las siguientes áreas:

- Gran Sala de prensa.
- Cabinas de radio.
- Salas de producción televisiones/productoras.
- Set de entrevistas.
- Despachos de trabajo.

El Área de Comunicación, que deberá estar perfectamente señalizada para ser identificada de manera clara dentro del pabellón, estará conformada por módulos contiguos e independientes entre sí.

Características de cada una de las zonas:

→ GRAN SALA DE PRENSA CON CONTROL DE ACCESO.

La sala de prensa deberá contar con un control de acceso efectivo para la prensa acreditada, que deberá estar atendido en todo momento por personal del adjudicatario durante el horario de apertura del pabellón a los profesionales. El mostrador de acceso debe contar con todos los requerimientos técnicos incluidos en este pliego para mostradores de registros. Igualmente, la sala contará con personal suficiente para vigilancia y atención a las posibles incidencias de la sala respecto al equipamiento y necesidades de los medios, funcionando como coordinadores con los técnicos de Comunicación desplazados a Fitur. Se valorará que esta zona esté elevada o tenga visibilidad sobre todo el pabellón.

Las características y equipamiento mínimo de la gran sala de prensa:

- Medida mínima de 120 m².
- Mesas corridas con una capacidad mínima de 50 puestos de trabajo sentados.
- Toma eléctrica para cada uno de los 50 puestos de trabajo.
- 25 tomas a la línea de acceso a Internet y wifi. Esta sala contará en exclusiva con **una de las tres líneas de acceso a Internet de mínimo 300 Mbps** solicitadas.
- Percheros/burros.



- Taquilla con un mínimo de 50 espacios de gran tamaño para guardar equipamiento técnico de valor y con bloqueo numérico.
- Papeleras.
- Máquinas dispensadoras y gratuitas de agua y de café, con vasos que deben ser repuestos de forma continua.
- Techado para evitar ruidos del exterior.

→ **SALAS DE PRODUCCIÓN.**

Deberá haber **al menos 6 salas de producción**, una de ellas de tamaño mínimo de 5m x4m y las restantes de 4x4m m. Cada una de ellas deberá contar con mesas en todo su perímetro con un ancho mínimo de 0,80 cms. exceptuando el frontal de acceso. La zona de salas de producción contará en exclusiva con **una de las tres líneas de acceso a Internet de mínimo 300 Mbps** solicitadas.

Equipamiento mínimo de cada una de las salas de producción:

- 2 tomas a la línea de acceso a Internet.
- 8 Tomas eléctricas.
- 6 sillas.
- Perchero/burro.
- Papelera.
- 2 Muebles con llave.
- Techado para reducción de ruido exterior.

→ **CABINAS.**

Deberá haber **al menos 4 cabinas de radio** agrupadas en el mismo espacio que, si bien deberán ubicarse en el área de Comunicación, deben estar ubicadas de forma independiente a las otras cabinas. Cada una de las cabinas deberá tener unas dimensiones mínimas de 3m x 3m con frontal principal acristalado que se rotulará siguiendo indicaciones de la EPGTDA. **La zona de cabinas contará con una de las tres líneas de acceso a Internet de mínimo 300Mbps solicitadas, compartida con otros espacios que se detallan más adelante (set de entrevistas y despachos de trabajo).**

Equipamiento mínimo de cada una de las cabinas:

- 1 conexión a la línea de 300 Mbps
- 3 tomas eléctricas
- Mesa redonda
- 4 sillas
- Mueble con llave para guardar equipo
- Perchero
- Papelera
- Techado para reducción de ruido exterior



→ **SET DE ENTREVISTAS.**

Se deberá disponer de un set de entrevistas visible desde cualquier parte del stand en altura o nivel superior con puerta de acceso exclusiva. Este espacio contará con un mínimo de 20m².

Equipamiento mínimo del set de entrevistas:

- 1 toma a la línea de acceso a Internet de 300 Mbps.
- Rotulado interior con la marca Andalucía y Feder en caso de que Turismo y Deporte de Andalucía lo considere necesario.
- Mínimo 2 sillones pequeños para entrevistas y 1 mesa baja. En cualquier caso, Turismo y Deporte de Andalucía determinará el mobiliario necesario dependiendo del tamaño del espacio. El mismo, siempre incluirá elementos decorativos tales como plantas, cuadros... suficientes y determinados por Turismo y Deporte de Andalucía.
- 5 tomas eléctricas.
- Mesa de trabajo para seis personas.
- 6 sillas.
- Mueble con llave.
- Perchero.
- Debe estar acristalado.
- Techado para reducción de ruido exterior.

→ **DESPACHOS.**

Debe haber al menos 3 despachos de trabajo en espacios privados, dos de ellos de 3x3 metros aproximadamente y un tercero de 4x4 metros, con estos requerimientos mínimos:

- 1 toma a la línea de acceso a Internet 300 Mbps.
- 5 tomas eléctricas.
- Mesa de trabajo para 4 pax.
- 6 sillas.
- Mueble con llave.
- Ordenador e impresora a color y papel en el despacho de mayor tamaño.
- Perchero.
- No debe estar acristalado.
- Techado para reducción de ruido exterior.
- Climatización.

INFORMACIÓN ADICIONAL:

- Todas las salas y cabinas deben tener cerraduras con llaves a disposición de la organización. Cada llave debe abrir solo un espacio, no más de uno. Se valorará positivamente el bloqueo numérico de las puertas.
- Durante el fin de semana toda la zona de Comunicación debe estar planteada para ser reutilizada y aprovechado su espacio, por ejemplo, como zona de exposición de cualquier tipología, dejando únicamente una de las cabinas equipada, un despacho de trabajo y una sala de producción. Se valorará positivamente otras opciones de uso propuestas por la empresa adjudicataria.
- En el supuesto caso en que fuera necesario alguna imagen o video y no estuviera en el archivo de Turismo y Deporte de Andalucía, la realización de ésta, correrá a cargo de la empresa adjudicataria.



- Todas las cabinas, salas, puestos de prensa, platós, etc. deberán estar integradas en la aplicación web profesional con posibilidad de reservas de espacios.
- **Todos los espacios deberán estar debidamente climatizados.**

A continuación, requerimientos mínimos incluidos en el texto anterior, aunque prevalece lo que sea en exceso a lo contrario:

NECESIDADES CONSTRUCCIÓN ESPACIO		
ELEMENTO	CANTIDAD	OBSERVACIONES
GRAN SALA DE PRENSA	1	MÍNIMO 120 M2 Y 50 PUESTOS
CABINAS DE RADIO	4	3X3M CADA UNA
SALAS DE PRODUCCIÓN	6	4 DE 4X4M2 Y 1 DE 5X4M2 MÍNIMO
SET ENTREVISTAS	1	MÍNIMO 20M2
DESPACHOS	3	3 DE 3X3M2 Y 1 DE 4X4M2
ALMACÉN	NO	

NECESIDADES MEDIOS TÉCNICOS			
ELEMENTO	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	USO EN ZONA (sala presentaciones, mostrador, despacho...)
Acceso a Internet por cable	Lo indicado anteriormente en función de los espacios.	Mínimo 300Mbps	Gran Sala de Prensa, Salas prod., cabinas, despachos y Set Entrevistas
Líneas RDSI	6 líneas		Gran Sala de Prensa, Salas prod., cabinas, despachos y Set Entrevistas
Tomas eléctricas	Lo indicado anteriormente en función de los espacios.		Gran Sala de Prensa, Salas prod., cabinas, despachos y Set Entrevistas
Ordenadores	1	PORTÁTIL	Despacho de mayor tamaño
Impresoras	1	A COLOR	Despacho de mayor tamaño

NECESIDADES MOBILIARIO			
ELEMENTO	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	USO EN ZONA (sala presentaciones, mostrador, despacho...)
Sillas	Lo especificado en documento		Salas prod., cabinas, set entrevistas y despachos
Mesas	Lo especificado en documento		Gran Sala de Prensa, Salas prod., cabinas, despachos y Set de entrevistas
Percheros	Lo especificado en documento		Gran Sala de Prensa, Salas prod., cabinas, despachos y Set de entrevistas
Papeleras	Lo especificado en documento		Gran Sala de Prensa, Salas prod., cabinas, despachos y Set de entrevistas
Mueble con llave	Lo especificado en documento		Salas prod., set de entrevistas, cabinas, despachos
Taquilla	1	Mínimo 50 espacios	Gran Sala de Prensa



5.3.3.4 ÁREA DE CONSEJERÍA.

Este año se vuelve a requerir una zona para la Consejería, área de uso exclusivo de autoridades. Compuesta por 2 Sala de Juntas, 1 Área de Convivencia, 1 Guardarropa/almacén, 3 despachos de trabajo anexos y 1 sala de reuniones. Esta zona deberá contar con un mínimo de 200m2 y no necesariamente deberá estar ubicado en una zona oculta, se puede incluso plantear disponer de una zona más visible para atender a medios o reuniones puntuales; ya sea a dos niveles o solamente a uno. Es importante que la zona esté bien integrada en el concepto general del stand y que esté bien dotada de plantas, decoración y mobiliario mínimo necesario.

Dos Salas de Juntas:

Con decoración y mobiliario especial propio de una sala de autoridades. Salas insonorizadas, techadas y climatizadas, con línea tomas de red ethernet RJ45 y red WIFI.

Cada uno de estos dos espacios deberán contar como mínimo con:

- Una mesa de reuniones para aprox. 10 personas, con sillas.
- Una zona con sillones y mesa baja para posibles entrevistas.
- 1 Mesa de despacho y sillón (mobiliario institucional), con toma de red ethernet RJ45 y red WIFI, papelera, 1 armario bajo y con cerradura con llave, ordenador portátil e impresora a color y folios suficientes para todos los días de celebración de la feria.
- 1 Juego de Banderas.
- Decoración mural, con gráficas de campaña y logos que facilitará Turismo y Deporte de Andalucía.
- Decoración floral suficiente, de varios tamaños y tipología. Cantidad que determinará el personal de Turismo y Deporte de Andalucía, sin que ello suponga con coste extra.

Un Área de Convivencia:

Espacio con capacidad para 18 - 20 personas que disponga de barra de bar y 5 mesas (altas/bajas con taburetes/sillas bajas a demanda de Turismo y Deporte de Andalucía), además de tomas de corriente para cafetera y cámara de bebidas (incluyendo la cámara/botellero).

Adosado a este último espacio debe preverse un office con entrada independiente desde fuera pero no visible desde el exterior. Este espacio deberá tener un lavavajillas profesional, un pequeño fregadero y una zona para manipulación de alimentos, dejando suficiente espacio para el buen trabajo y movimiento de los compañeros. Será la empresa adjudicataria la encargada de gestionar estos elementos.

NOTA: El Hotel Escuela Convento de Santo Domingo será quien gestione y coordine este espacio, con recursos humanos propios y adquisición de materia prima para la elaboración de los platos y bebidas servidos en este espacio. La empresa adjudicataria se encargará del resto de servicios solicitados en este apartado (espacio, diseño, mobiliario y toda la maquinaria necesaria).

Un Guardarropa/almacén:

Se habilitará un pequeño cuarto con burros, perchas y estanterías.

Tres Despachos:

Éstos deben estar próximos a la zona de autoridades. Todos los despachos tienen que estar dotados con mesa de despacho, sillas, línea tomas de red ethernet RJ45 y red WIFI, ordenador con impresora, papelera y perchero y uno de estos contará con una mesa para reuniones de al menos 6 personas.



Todos estos espacios deberán estar insonorizados, techados y con climatización apropiada.

Una Sala de Reuniones:

Con decoración y mobiliario especial propio de una sala de reuniones para unas 20/25 personas. Insonorizado, techado y climatizado, con línea tomas de red ethernet RJ45 y red WIFI, papeleras, ordenador portátil e impresora a color.

Esta sala deberá contar como mínimo con:

- Una mesa de reuniones para aprox. 20/25 personas, con sillas.
- 1 Mesa de despacho y silla, toma de red ethernet -RJ45 y red WIFI, papeleras, 1 armario bajo y con cerradura con llave, ordenador portátil e impresora a color y folios suficientes para todos los días de celebración de la feria.
- Decoración mural, con gráficas de campaña y logos que facilitará Turismo y Deporte de Andalucía.
- Decoración floral suficiente, de varios tamaños y tipología. Cantidad que determinará el personal de Turismo y Deporte de Andalucía, sin que ello suponga con coste extra.

A continuación, requerimientos mínimos incluidos en el texto anterior, aunque prevalece lo que sea en exceso a lo contrario:

NECESIDADES CONSTRUCCIÓN ESPACIO				
	SI	NO	CANTIDAD	OBSERVACIONES
SALA DE JUNTAS	X		2	Institucional y con capacidad apropiada para albergar necesidades descritas en su apartado.
AREA CONVIVENCIA	X		1	Capacidad para 18-20 personas.
GUARDARROPA/ALMACÉN	X		1	Burros, perchas y estanterías.
DESPACHO	X		3	Próximos a la zona de autoridades. Insonorizado y climatizado.
SALA DE REUNIONES	X		1	Capacidad mínima 20/25 pax.

NECESIDADES MEDIOS TÉCNICOS			
ELEMENTO	CANTIDAD	OBSERVACIONES	USO EN ZONA (sala presentaciones, mostrador, despacho...)
PORTATIL	6		2 SALAS DE JUNTAS, 3 DESPACHOS Y 1 SALAS REUNIONES
IMPRESORA	6	A COLOR	2 SALAS DE JUNTAS, 3 DESPACHOS Y 1 SALAS REUNIONES
tomas de red ethernet RJ45 Y WIFI	6	CANTIDAD MÍNIMA ESTABLECIDA	2 SALAS DE JUNTAS, 3 DESPACHOS Y 1 SALAS REUNIONES

NECESIDADES MOBILIARIO			
ELEMENTO	CANTIDAD	CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS	USO EN ZONA (sala presentaciones, mostrador, despacho...)
PAPELERA	INDEFINIDA	DIFERENTES TAMAÑOS SEGÚN ESPACIO	SALAS DE JUNTAS, DESPACHOS, SALAS REUNIONES Y ÁREA CONVIVENCIA
MESA PRESIDENCIAL	2	PARA 10-12 PERSONAS	SALAS DE JUNTAS
SILLAS	INDEFINIDA		SALAS DE JUNTAS, DESPACHOS Y SALAS REUNIONES
SILLONES	4	CANTIDAD MÍNIMA	SALAS DE JUNTAS
MESA BAJA	2		SALAS DE JUNTAS



PLANTAS	INDEFINIDA	VARIOS TAMAÑOS Y CANTIDAD SUFICIENTE QUE ESTABLECERÁ TDA	SALAS DE JUNTAS, ÁREA DE CONVIVENCIA Y SALA DE REUNIONES
CUADROS	POR DETERMINAR	RELACIONADOS CON ANDALUCÍA	SALAS DE JUNTAS Y SALA DE REUNIONES
LÁMPARAS DE PIE	POR DETERMINAR		SALAS DE JUNTAS Y SALA DE REUNIONES
MESA DESPACHO	3		SALAS DE JUNTAS, DESPACHOS Y SALA REUNIONES
MESA APOYO	2		SALAS DE JUNTAS Y SALA REUNIONES
SILLAS	INDEFINIDA		SALAS DE JUNTAS, DESPACHOS Y SALA REUNIONES
BARRA DE BAR	1	CON UTENSI	ÁREA DE CONVIVENCIA
MESAS	5	ALTAS/BAJAS POR DETERMINAR	ÁREA DE CONVIVENCIA
SILLAS/TABURETES	20	MODELO A DETERMINAR	ÁREA DE CONVIVENCIA
TOMAS DE CORRIENTE	INDEFINIDA		SALAS DE JUNTAS, DESPACHOS, SALA REUNIONES Y ÁREA CONVIVENCIA
OFFICE	1	CON ENTRADA INDEPENDIENTE DESDE EL EXTERIOR	ÁREA DE CONVIVENCIA
NECESIDADES ELEMENTOS COCINA		DETALLADOS EN APARTADO ÁREA BAR	ÁREA DE CONVIVENCIA
BURROS/PERCHAS	POR DETERMINAR		GUARDARROPA/ALMACÉN, DESPACHOS, SALA REUNIONES
ESTANTERÍAS	POR DETERMINAR		GUARDARROPA/ALMACÉN
MESA REUNIONES	2	6 PERSONAS + 20/25 PERSONAS	1 DESPACHOS Y SALA REUNIONES

5.4. ZONA GLOBAL: TECNOLOGÍA Y DESARROLLOS APLICADOS AL PABELLÓN. Contenidos que deben estar presentes en todo el stand.

Tecnología y desarrollos aplicados al pabellón.

Se requieren una serie de requisitos tecnológicos que serán de aplicación general al funcionamiento de todo el pabellón. Una de las herramientas más importantes a desarrollar para FITUR 2025 es una **aplicación web profesional** con soporte ad-hoc para comunicación entre profesionales.

Mesas y tótems táctiles con información interactiva

A continuación, se detallan elementos tecnológicos necesarios para dotar el pabellón de facilidades a la hora de informar al visitante y presentar productos de una manera novedosa y dinámica, donde la experiencia del paso por el pabellón de Andalucía se convierta en recuerdo que incite a realizar escapadas a nuestro destino:

- Pantallas de 19 a 55 pulgadas, acorde al mobiliario de la zona y mimetizadas con él, de forma que no quede visible tanto carcargas o zonas traseras de equipos. Deberán disponer de tecnología Multitáctil capacitiva, no siendo aceptada la tecnología de marco infrarrojo.
- Configuración All In One, o pantalla más pc por separado, de acuerdo a las necesidades de diseño de cada zona.
- Mínimo procesador i5 de decima generación o similar (BenchMark superior a 10.000)
- 16 Gb RAM mínimo.
- Entrada USB para inserción de contenidos, oculta al visitante, pero accesible a los técnicos para la conexión de Pendrives o periféricos como ratón o teclado, mediante hub USB.
- Cámara web, también mimetizados con el mobiliario.
- Windows 10 u 11

Se reservará un número de pantallas fijado por el diseño del pabellón y el contenido a mostrar, para mostrar el contenido específico de la zona, con las siguientes características:



- Pantallas con capacidad táctil capacitiva, con 10 o más puntos de detección simultánea, y formato entre 55 y 65 pulgadas. Se debe proveer la capacidad para ser colocadas en cualquier combinación de manera que se optimice la presentación del contenido a mostrar:
 - Orientación: portrait o landscape
 - Posición: horizontal (mesa) o vertical (tótem)
- Deben contar con un software de desarrollo y gestión o framework, que permita mostrar toda la información de una forma muy dinámica, visual y muy fluida. Las licencias de uso deben ser proporcionadas por la empresa adjudicataria.
- Las presentaciones deben ser desarrolladas a medida para facilitar la información y navegación al usuario, además de asegurar la configuración del control parental y la normativa vigente en protección de datos. Como necesidades básicas a cubrir, se debe contemplar al menos:
 1. Información turística y envío/descarga de dicha información por correo electrónico o a dispositivos móviles. Solución que permita mostrar información turística sobre Andalucía, con la que se puede interactuar y dar la opción de enviar la información seleccionada a una cuenta de correo electrónico, a un dispositivo móvil.
 2. Descarga de guías turísticas (folletos) a dispositivos móviles. Solución que permite descargarse los folletos en sus dispositivos móviles a los usuarios/turistas que estén en diferentes zonas del stand.
 3. Se emplearán tecnologías de códigos QR para la captación de la información de la pantalla en el móvil del usuario.
 4. Todos los folletos, sin límite de cantidad, además de su posible descarga deben poder visualizarse directamente en pantalla en formato pdf, con la posibilidad de poder ampliar tanto el mapa como el texto, así como enviar vía mail.
 5. Las pantallas deberán protegerse funcionando en modo Kiosco.

Se valorarán otras propuestas y funcionalidades adicionales, como la inclusión de desarrollos de gamificación.

Las empresas licitadoras deberán incluir en su propuesta al menos 10 pantallas de este tipo que se distribuirán entre los puntos de información y el resto del stand.

Propuestas tecnológicas para Pabellón Inteligente

Las empresas licitadoras deberán proponer soluciones tecnológicas, con el hilo conductor de Pabellón Inteligente que puedan aplicarse a distintos espacios expositivos, tanto informativos como experienciales, y que aporten un valor añadido teniendo en cuenta los recursos turísticos y productos/experiencias de la región. Se deberán proponer como mínimo 8 tipologías de tecnología que se puedan implementar en áreas como puntos de información, zona de productos/segmentos o espacios sensoriales, entre las que se pueden incluir experiencias piloto similares a las indicadas a continuación:

- Turismo Aumentado, empleando tecnologías 5G y de realidad aumentada, accediendo en tiempo real a la información presentada
- Visualización en tiempo real, con tecnología 5G, de algún elemento turístico de primer orden de Andalucía (monumento, bien cultural, espacio natural, playa, etc)
- Aplicación de soluciones de inteligencia artificial para la automatización de la experiencia de comunicación con el cliente (CX) por voz y texto (por ejemplo, para guías turísticos, para gestión hotelera o gestión de destino)
- Realización de espacios virtuales turísticos 3D, experiencias, etc. de Andalucía en el Metaverso que recomienden y promocionen Andalucía como destino turístico.



- Explotación y visualización (en pantallas a lo largo del stand) de datos e indicadores de uso servicios turísticos en Andalucía (vuelos, visitas a monumentos, viajes en tren/autobús, consumo, etc.) o relacionados con la sostenibilidad en el ámbito del turismo (huella de carbono, afectación sobre indicadores ODS, etc).

Web profesional

Será necesario el desarrollo de una web profesional que tendrá uso previo, durante y posterior a Fitur 2025. Esta web deberá ser intuitiva, moderna y adaptada al resto de creatividades del stand o estética de las salas de presentaciones. Deberá permitir realizar la convocatoria a las empresas e instituciones, crear agenda de horarios para solicitar reserva, con moderación por parte de Turismo y Deporte de Andalucía, poder subir videos, presentaciones u otros contenidos accesibles a los técnicos de salas y organización general, escaletas, etc. Parte de este contenido, deberá ser también accesible para el público general una vez validadas, se proyectarán los contenidos en streaming y una vez finalizada cada presentación, serán editadas las proyecciones e insertadas dentro de esta aplicación para una consulta posterior. Solamente será público aquello que sea validado por parte de Turismo y Deporte de Andalucía, el resto será accesible para todo el equipo involucrado en las gestiones de salas. Esta aplicación se usará también para el escenario el fin de semana. Una vez finalizado Fitur 2025, esta web será propiedad de Turismo y Deporte de Andalucía y se le podrá seguir dando uso.

Esta aplicación debe ser adaptable a cualquier tipo de dispositivo y ser además capaz de enviar información vía SMS y/o WhatsApp a contactos de la aplicación para acordar cita in situ o previa. La aplicación deberá estar operativa desde el primer día hábil de enero, complementándose de datos hasta la finalización de FITUR. Esta aplicación debe tener algunas de estas características de funcionamientos básicos como:

- 1. Capacidad de registro de usuarios profesionales, zona Business Area (Empresas Privada y Turismo y Deporte de Andalucía. GESTIONADA DIRECTAMENTE POR TURISMO Y DEPORTE DE ANDALUCÍA.**

- 2. Acreditación. Control Acceso distintas zonas del Pabellón.**

Las acreditaciones deben tener un diseño innovador y estar provistas de tecnología QR. Una vez asignada una tarjeta al usuario visitante o profesional, esta tarjeta servirá como login o inicio de sesión automático a la web profesional en cualquiera de los dispositivos del stand, así como acreditación de entrada a zonas reservadas (bar, zona empresarios...). La web profesional debe informar de los datos de contacto, así como todas las ventajas que se les puede dar, como, por ejemplo, preferencia en zona de trabajo, bono canjeable por café, bebida o comida, etc. También informará de los beneficios por productividad que se pueda medir (número de citas, número de peticiones, número de entradas, etc.).

La empresa adjudicataria facilitará un número ilimitado de acreditaciones, suficientes para todos los perfiles del visitante del stand.

Este sistema híbrido QR de asociación de acreditación a usuario previamente registrado o sin registro previo tiene un uso muy difundido en eventos multitudinarios, como conciertos, para asociar una entrada a un monedero virtual para consumiciones dentro del evento.

Se valorará el uso de serigrafado, grabado o similar in situ para la tarjeta de identificación, con el nombre y empresa del visitante/profesional.

La empresa adjudicataria contactará con Ifema para determinar la conectividad con su sistema LIVE Connect para usar los datos de su registro a priori, o hacer una asociación posterior (API de Ifema).



En todos los espacios que se necesite acreditación por motivos de control o estadísticos, deberá haber un número suficiente de dispositivos válidos para que los profesionales puedan identificarse sin que se formen colas para ello.

NOTA: Este sistema de acreditación se deberá integrar de forma síncrona a través de API´s al registro/acreditación desarrollado por Turismo y Deporte de Andalucía que será el utilizado en la zona Business Area.

3. Reserva y consulta de distintos tipos de espacios por definir: Business área, salas de reuniones, salas de presentaciones, mesas de trabajo, almuerzos o snacks, etc.

4. Agenda digital profesional y fin de semana.

Deberá de proveerse de un sistema de agenda profesional para las empresas que participen como colaboradoras en el stand, permitiendo a los visitantes reservar reuniones con las empresas, o entre las propias empresas.

También se usará para consultar los eventos del escenario durante el fin de semana. Una vez finalizada cada actuación, se deberá editar el contenido y subir a la aplicación de agenda y contenidos interactiva en el horario que corresponda.

5. Consulta disponibilidad de distintos espacios.

6. Bar y demostraciones gastronómicas.

Creación de un sistema de reservas de mesa en el día, integrado en la aplicación web profesional, facilitando dos tablets para personal de Turismo y Deporte de Andalucía, que estará ubicado en la entrada de la zona bar, con las que, conectadas a internet, puedan acceder a la aplicación web profesional y gestionar las reservas por día/franja horaria.

La cocina estará operativa aprox. de 12.00 a 16.30 horas. Fuera de ese horario, la zona de bar será utilizada para realizar pausas cafés o reuniones informales con reserva de espacios previos, integradas igualmente en la aplicación web profesional, con disposición de café, bebidas y snacks a modo autoservicio.

7. Salas de reuniones y despachos Turismo y Deporte de Andalucía.

Creación de un sistema de reservas de sala o despacho en el día o pre feria, integrado en la aplicación web profesional, facilitando dos tablets para personal de Turismo y Deporte de Andalucía, con las que, conectadas a internet, puedan acceder a la aplicación web profesional y gestionar las reservas de los espacios, así como las franjas horarias indicadas por Turismo y Deporte de Andalucía.

8. Cualquier tipo Dinámica, como, por ejemplo, el área de presentaciones, degustaciones y dinámicas con Chef. Deberán contar con sistema de reserva a través de la web app.

9. Base de contactos de FITUR enlazadas con las acreditaciones profesionales de IFEMA.

10. Varios apartados con información incluida.

11. Áreas y actividades durante el fin de semana.

12. Posibilidad de subir contenidos específicos como galerías de videos o fotos, documentos compartidos, etc. Igualmente, los empresarios podrán subir, con antelación



y durante la celebración de la feria, los contenidos que desee mostrar en las pantallas dentro de su perfil.

13. Obtención de datos/contenido mediante dashboard en tiempo real.

Esta aplicación web profesional estará disponible en los equipos distribuidos en el punto de información principal y resto del pabellón y apoyados por un número suficiente de tablets de soporte igualmente distribuidos.

Se valorará para el desarrollo de la Web Profesional el sistema de gestión de contenidos de código abierto Drupal 9, usado por la Junta de Andalucía para web's institucionales.

Uso de infraestructura de comunicaciones de Ifema

La empresa adjudicataria se encargará de la comunicación y traslado a Ifema de las necesidades específicas de apertura de puertos o protocolos especiales para el uso de las tecnologías instaladas y el desarrollo de los trabajos por parte de los técnicos de Turismo y Deporte de Andalucía. Cabe destacar como ejemplo el uso sin restricciones de la VPN de la Junta de Andalucía, puertos específicos de streaming o puertos destinados a correo electrónico con autenticación SMTP.

Las tomas RJ45 mencionadas durante el presente pliego deberán estar preparadas para ser conectadas directamente a los equipos, sin necesidad de proveer por parte de Turismo y Deporte de Andalucía de un cable intermedio de conexión, independientemente de la solución adaptada (cable terminado con conector en punta, o conector hembra enclaustrado en el mobiliario)

5.5 INAUGURACIÓN.

Las empresas licitadoras deberán presentar una propuesta de inauguración para el primer día de la feria, en un documento secuencial y detallado y en consonancia con el hilo conductor de la presencia de Andalucía en FITUR 2025. La inauguración debe ser el fiel reflejo de la experiencia que se va a vivir en el stand, estando igualmente el profesional en el centro y sentirse con los cinco sentidos.

Debido a los problemas que suelen ocurrir con los medios gráficos durante la inauguración, especialmente este en ediciones donde han asistido personalidades como la Familia Real, será necesaria la disposición de un mínimo de dos tarimas (con acceso a rack prensa correspondiente, mínimo 24 salidas por unidad) de unos 8-10 metros de largo en la ubicación indicada por Turismo y Deporte de Andalucía.

5.6 ÁREAS Y ACTIVIDADES DURANTE EL FIN DE SEMANA. Áreas y actividades durante el fin de semana. ESCENARIO. Artesanos. Niños, Jóvenes y Mayores. Photocall.

El pabellón de Andalucía sufrirá una transformación en su estructura y contenidos del viernes al sábado, adaptándose a la demanda del consumidor final, visitante de la feria durante el fin de semana. Para ello los espacios/áreas con contenidos más profesionales, darán cabida a los contenidos que más adelante se detallan. Se deberán cerrar e inutilizar aquellas zonas que no tengan uso durante el fin de semana y así ampliar la zona de tránsito de población, siempre contando con el visto bueno de Turismo y Deporte de Andalucía y ofreciendo alternativas de ocultamiento que estéticamente vayan en consonancia con el concepto del pabellón.

La zona central del profesional, se deberá transformar, del viernes al sábado, en la zona central del público, donde podrá descubrir todas las emociones y experiencias que le pueden transportar al destino Andalucía. En el centro estará el escenario principal descrito en el apartado **5.6.1.**



ESCENARIOS / ESCENARIO PRINCIPAL y alrededor del mismo y del pabellón 5 al completo, se podrá disfrutar de gastronomía, cultura, deporte, experiencias, etc. para todos los públicos.

Todas las zonas del pabellón tendrán algún tipo de actividad dirigidas al visitante, actividades experienciales y que fomenten la participación del público. Éstas serán consensuadas y coordinadas por todos los actores del pabellón (Turismo y Deporte de Andalucía, Destinos, empresas del sector y empresa adjudicataria). Todas estas actividades se plasmarán en un pequeño manual o folleto, del cual se hará una tirada suficiente como para repartir a todos los visitantes asistentes al pabellón 5 y accesos, estando igualmente integrado en la **aplicación web profesional**.

Independientemente de lo aquí propuesto, se valorarán como mejoras todas aquellas actividades novedosas y que dinamicen el pabellón.

Todas las actividades estarán promovidas por un equipo de dinamizadores profesionales (suficientes para la atención de cada una de las actividades propuestas) y coordinados por la empresa adjudicataria y Turismo y Deporte de Andalucía.

*La modificación del espacio incluirá en todo momento la adaptación de cualquier tipo de elemento, espacio o cartelería aérea, así como el aumento de dinamizadores en caso de que sea requerido para que todas las actividades y zonas queden cubiertas por personal.

Propuestas de zonas a integrar:

5.6.1 ECENARIOS: EXCLUSIVO fin de semana.

↳ ESCENARIO PRINCIPAL.

Este año se quiere contar con un **escenario principal** y además de una **zona de actuaciones secundaria**, donde realizar actividades y actuaciones novedosas, ágiles, dinámicas y divertidas, y que sirva de referente y punto de encuentro en FITUR 2025, según se detalla en este apartado. **El escenario principal, será montado en la adaptación del espacio de la noche del viernes al sábado, estando disponible exclusivamente durante el fin de semana. Estará igualmente ubicado en una zona visible y accesible, convirtiendo una de las zonas puramente profesionales durante la semana, en un área de esparcimiento y de gran atractivo para el público.**

El escenario principal estará ubicado próximo a la zona de empresas Business Area, además será de grandes dimensiones y ELEVADO, de modo que sirva de atracción para el público. Un escenario grande en términos de espectáculo. No faltarán enormes pantallas que permitirán vivir "como un show televisivo", no solo las emociones de sus protagonistas, sino que servirán también "para crear atmósferas", experiencias y recuerdos. Este gran escenario se ubicará el sábado y domingo en la gran plaza andaluza de la zona de empresas y tendrán que ser adaptados el resto de espacios.

En este apartado, cabe destacar la importancia de ceñirse a las normas de IFEMA en cuanto al uso de espacios comunes, acústica y demás, en los días de profesional. El escenario contará con todos los medios necesarios, además de personal técnico, para el correcto funcionamiento del espacio. Del mismo modo, y en el caso de que se considere necesario por parte de Turismo y Deporte de Andalucía, se dispondrán asientos para público, así como protección perimetral del mismo.

Durante el fin de semana, el escenario de FITUR 2025 será un espacio destinado a la promoción de artistas noveles andaluces relacionados con la música, así como artistas de renombre a nivel nacional y/o internacional con vinculación con Andalucía. El objetivo es conseguir una escaleta de actividades más ágiles, dinámicas y divertidas respecto a años anteriores.



Para ello, además de contar con la ayuda y participación de los Destinos presentes y otras entidades andaluzas, la empresa licitadora deberá presentar un documento de actividades con timing para el escenario. La difusión previa para generar expectación será primordial y servirá, así como punto de atracción del stand durante el fin de semana. Para ello, se le dará también uso a la aplicación de agenda y contenidos interactiva de las salas de presentaciones mencionada en el punto anterior.

Se requieren este año más artistas de renombre, vinculados al atractivo de la cultura y ambiente de Andalucía. Será fundamental contar con una programación previa para hacer difusión anticipada y servir de punto de atracción a nuestro Stand.

El escenario contará, durante todo el fin de semana, con un presentador reconocido a nivel regional, que de la bienvenida e introduzca a cada uno de los artistas, informe de los horarios de los espectáculos y de cada una de las actividades desarrolladas en el pabellón al completo. Así como que involucre al público asistente y promueva la participación activa.

Algunas propuestas a considerar:

- Artistas de renombre a nivel nacional y/o internacional con vinculación con Andalucía. Habrá **3 actuaciones, por día, de MÍNIMO. 30 minutos de cada uno** de los artistas repartidos entre el sábado y domingo. Total 6 actuaciones.
- Artistas emergentes: se deberán aportar al menos 4 artistas emergentes reconocidos en Andalucía y con proyección en el resto de España. Habrá 2 actuaciones de aprox. 30 minutos de cada uno de los artistas repartidos entre el sábado y domingo. Los artistas pueden ser de distintos ámbitos de la cultura, como por ejemplo del baile, la música, artistas urbanos o similares. Total 8 actuaciones.
- Andalucía Artists: continuación del concurso lanzado para FITUR 2020. Será un concurso de grupos de música relacionados con la cultura andaluza en varias categorías: Pop-Rock, Flamenco, Jazz-Fusión-Chill out y Cantautor. Este concurso debería ser lanzado al menos con 2 meses de antelación por redes sociales y difundido también por escuelas de música, escuelas de arte, conservatorios, etc. Deberán presentar al menos 2 canciones por artista y los ganadores podrán actuar en el escenario central. Es necesaria mucha difusión y planificación. Importante revisar las normas de participación y votación para evitar fraudes.
- Actuaciones complementarias para generar atracción e interacción con el público asistente. Aunque no haya actuaciones en momentos determinados, siempre debe haber actividad en el escenario para crear ambiente en el pabellón.
- Espacio gastronómico: se deberán realizar actividades gastronómicas.

IMPORTANTE: las actividades propuestas para escenarios deben ser para todos los públicos y evitar herir la sensibilidad de personas o colectivos concretos.

Se valorará positivamente que el escenario sea un espacio en constante movimiento, un foco de atención donde siempre haya algún tipo de actividad.

Medios técnicos y características mínimas para escenario estimados y pendiente de confirmar distintas actuaciones. REVISAR NECESIDADES

- Escenario de aprox. 70m2 diáfanos para distintos usos, aplicando los ajustes que fueran necesario según propuestas de contenidos.
- Zona diáfana para público, posibilidad de instalación zona con asientos según propuesta. Importante que haya mucho espacio alrededor y no interfiera con otras actividades del fin de semana del resto de pabellón.



- 1 escenario único y lo más homogéneo posible de mínimo 70m² (aprox. 10*7m) sin incluir los espacios ocupados por medios técnicos. Dimensiones y altura adecuadas al tipo de actuaciones.
- Escenario con suelo adecuado para baile flamenco (no resbaladizo, no moqueta). Lo mejor es en color negro. Adecuado con rampa de acceso según normativa vigente y escalones laterales.
- Cableado oculto o lo más resguardado posible. Evitar cableado por escalones, rampas, sobre moqueta entre pasillos, etc.
- Intentar dejar algo de espacio libre delante del escenario como medida de seguridad y favorecer algunas actuaciones que pudieran requerir más espacios.
- Al menos 20 catenarias para acotar el escenario si fuera necesario, así como otras zonas próximas como camerinos o pasillos de acceso.
- 10 sillas de enea (sin brazos), 1 mesa baja tipo "tablao".
- 1 mesa mezclas, así como resto de medios técnicos que sean necesarios para un correcto funcionamiento como, por ejemplo: tarjetas de memoria, disco duro sólido o virtual, portátiles necesarios, mesa de iluminación, splitter, cajas de inyección, 4 ecualizadores, 4 switchers, mínimo 6 monitores con envíos independientes, 4 amplificadores, etc.
- Mínimo 8 altavoces o los necesarios para un sonido correcto y adecuado al espectáculo que corresponda; la ubicación debe ser tal que se escuche desde cualquier ángulo pegado al escenario. Colocación elevada a veces no facilita un buen sonido para el público y se requiere una distancia excesiva público-escenario. En este caso al estar el público sentado, la orientación será más sencilla. Puede haber sonido colgado, pero debe ser complementario con otro para ofrecer sonido también pegado a escenario. Esta parte quizás se pueda preinstalar para toda la semana, aunque no se haga uso completamente.
- Microfonía mínima estimada: 14 pies de micros (voz-ambiente-instrumento), 4 micros inalámbricos de mano, 8 micros inalámbricos de diadema, 2 micros de atril (ídem Sala Andalucía), 2 micros DPA 4099 (instrumentos), 2 micros AKG C 391, 8 micros Shure SM58/, etc.
- Atril: mismas características que el solicitado en Sala Andalucía. No será fijo y solamente se usará si se requiere.
- Iluminación escenario adecuada para actuaciones. Al menos dos torres de luces.
- Pantalla gigante colgada con al menos el mismo perímetro que el escenario: videowall o similar para retransmisión en circuito cerrado. Altura al menos 1 metro desde el suelo del escenario para evitar que los artistas tapen la imagen. Rotulado y disimulado los espacios del escenario sin pantalla, incluida posible estructura. La pantalla debe ocupar al menos el 50% del espacio y estar centrada. La pantalla debe tener resolución suficiente para que se vea a pesar de la luz que pueda haber.
- Cámaras y medios técnicos necesarios para circuito interno de filmación-grabación para pantalla y streaming. Se deberá tener la posibilidad de poder insertar al artista en un recuadro de la pantalla su imagen en directo o pantalla completa (streaming o in situ). Será necesario diseñar un fondo de pantalla con los logos correspondientes donde poder insertar hasta dos recuadros. Todo lo que aparezca en pantalla se retransmite por streaming; imprescindible conexión a Internet por cable. Una vez finalizada cada actuación, se deberá partir el contenido y subir a la *aplicación de agenda y contenidos interactiva* en el horario que corresponda.
- 1 operador de cámara grabación-streaming y 1 técnico para control técnico streaming.
- 2 técnicos de mantenimiento de equipamiento audiovisual a disposición durante toda la jornada: sonido y video. Deben ser permanentes y siempre los mismos.
- 3 técnicos para cambios de equipo y resto de trabajos relacionados cuando haya actividad. Control iluminación.
- 1 técnico regidor que coordine a todo el equipo y esté a disposición de Turismo y Deporte de Andalucía y artistas para grabaciones, timing, cambios, ensayos, etc. Debe estar disponible algunos días antes para ir coordinando actividades.
- Puesto de control elevado y enfrente del escenario. Espacio suficiente para equipo técnico o espacio complementario para cámara grabación streaming y circuito interno de filmación para pantalla. Cables ocultos entre puesto control y escenario. Este espacio puede ser el mismo que se utilizó para salas de presentaciones, siempre que tenga las dimensiones adecuadas.
- Caballetes y mesas de salas presentaciones a disposición.



- Camerino 1 y 2: Algunas de las salas de presentaciones/salas de reuniones o cualquier otro espacio, se podrán transformar en camerinos de gran tamaño el viernes por la tarde. En ese momento se deberán retirar los medios técnicos, tapar la parte visible e instalar: 4 espejos tipo teatro, 4 mesas, 4 burritos con 20 perchas cada uno, papeleras, etc. Cerrar con puerta con llave a disposición.
- Camerino 3 y 4: otros dos camerinos próximos al escenario deberán tener características similares (cada uno): 2 espejos teatro, 1 mesa, 8 sillas, 1 burrito con 30 perchas cada uno, papeleras, etc. Llave a disposición para cerrar sala. Uno de ellos debe ser de tamaño algo superior con espacio suficiente para que se puedan cambiar hasta 20 personas.

Se hará también uso de la **aplicación web profesional** para incluir contenidos y adaptable a la web de cara al público: información de actuaciones, artistas, videoclips previos, agenda, escaletas, medios técnicos, etc. Igualmente, editable para subir contenidos directamente por parte de los artistas y aceptar contenidos a publicar por nuestra parte, proyectar videos streaming y también videos editados al finalizar cada presentación, etc. Solamente será público aquello que sea validado por parte de Turismo y Deporte de Andalucía, resto será accesible para todo el equipo involucrado en las gestiones técnicas.

▾ **ESCENARIO EXTRA (PREVIO SALA PRESENTACIONES).**

La noche del viernes al sábado y para todo el fin de semana, una de Salas de Presentaciones SALA 1 O SALA 2 se transformará en un camerino y la otra en escenario extra para actuaciones, contando con todos los medios técnicos y humanos necesarios para su correcto funcionamiento. La agenda de este escenario, durante el fin de semana, será dotada por actuaciones y actividades solicitadas por los distintos destinos participantes. En este caso, la empresa adjudicataria no tiene que proponer agenda de actividades, pero sí propuesta y diseño de espacio.

Medios técnicos y características mínimas para escenario estimados y pendiente de confirmar distintas actuaciones. REVISAR NECESIDADES

- Escenario para distintos usos, aplicando los ajustes que fueran necesarios una vez establecida la agenda.
- Zona con asientos, manteniendo estructura de la sala de presentaciones previa.
- Escenario con suelo adecuado para baile flamenco (no resbaladizo, no moqueta). Lo mejor es en color negro. Adecuado con rampa de acceso según normativa vigente y escalones laterales.
- Cableado oculto o lo más resguardado posible. Evitar cableado por escalones, rampas, sobre moqueta entre pasillos, etc.
- Intentar dejar algo de espacio libre delante del escenario como medida de seguridad y favorecer algunas actuaciones que pudieran requerir más espacios.
- Al menos 10 catenarias para acotar el escenario si fuera necesario, así como otras zonas próximas como camerinos o pasillos de acceso.
- 10 sillas de enea (sin brazos), 1 mesa baja tipo "tablao".
- 1 mesa mezclas, así como resto de medios técnicos que sean necesarios para un correcto funcionamiento como, por ejemplo: tarjetas de memoria, disco duro sólido o virtual, portátiles necesarios, mesa de iluminación, splitter, cajas de inyección, ecualizadores, switchers, monitores con envíos independientes, amplificadores, etc.
- Altavoces necesarios para un sonido correcto y adecuado al espectáculo que corresponda; la ubicación debe ser tal que se escuche desde cualquier ángulo pegado al escenario. Puede haber sonido colgado, pero debe ser complementario con otro para ofrecer sonido también pegado a escenario.
- Microfonía mínima estimada: 14 pies de micros (voz-ambiente-instrumento), 4 micros inalámbricos de mano, 8 micros inalámbricos de diadema, 2 micros de atril (ídem Sala Andalucía), 2 micros DPA 4099 (instrumentos), 2 micros AKG C 391, 8 micros Shure SM58/, etc.
- Iluminación escenario adecuada para actuaciones. Al menos dos torres de luces.



- Pantalla gigante colgada en la trasera del Altura al menos 1 metro desde el suelo del escenario para evitar que los artistas tapen la imagen. Rotulado y disimulado los espacios del escenario sin pantalla, incluida posible estructura. La pantalla debe ocupar al menos el 50% del espacio y estar centrada. La pantalla debe tener resolución suficiente para que se vea a pesar de la luz que pueda haber.
- Cámaras y medios técnicos necesarios para circuito interno de filmación-grabación para pantalla y streaming. Se deberá tener la posibilidad de poder insertar al artista en un recuadro de la pantalla su imagen en directo o pantalla completa (streaming o in situ). Será necesario diseñar un fondo de pantalla con los logos correspondientes donde poder insertar hasta dos recuadros. Todo lo que aparezca en pantalla se retransmite por streaming; imprescindible conexión a Internet por cable. Una vez finalizada cada actuación, se deberá partir el contenido y subir a la *aplicación de agenda y contenidos interactiva* en el horario que corresponda.
- 1 operador de cámara grabación-streaming y 1 técnico para control técnico streaming.
- 2 técnicos de mantenimiento de equipamiento audiovisual a disposición durante toda la jornada: sonido y video. Deben ser permanentes y siempre los mismos.
- 3 técnicos para cambios de equipo y resto de trabajos relacionados cuando haya actividad. Control iluminación.
- 1 técnico regidor que coordine a todo el equipo y esté a disposición de Turismo y Deporte de Andalucía y artistas para grabaciones, timing, cambios, ensayos, etc. Debe estar disponible algunos días antes para ir coordinando actividades.
- Puesto de control elevado y enfrente del escenario. Espacio suficiente para equipo técnico o espacio complementario para cámara grabación streaming y circuito interno de filmación para pantalla. Cables ocultos entre puesto control y escenario.

Se hará también uso de la **aplicación web profesional** para incluir contenidos y adaptable a la web de cara al público: información de actuaciones, artistas, videoclips previos, agenda, escaletas, medios técnicos, etc. Igualmente, editable para subir contenidos directamente por parte de los artistas y aceptar contenidos a publicar por nuestra parte, proyectar videos streaming y también videos editados al finalizar cada presentación, etc. Solamente será público aquello que sea validado por parte de Turismo y Deporte de Andalucía, resto será accesible para todo el equipo involucrado en las gestiones técnicas.

5.6.2 ARTESANOS.

SÁBADO Y DOMINGO. Zona visible y abierta al público a modo mercado artesanal y donde también se llevarán a cabo talleres experienciales para el público, con cartelería y señalética identificativa de la provincia que representa, así como logo o nomenclatura que se determine una vez confirmados los puestos de trabajo. Turismo y Deporte de Andalucía será la encargada de la convocatoria de artesanos y sus honorarios. La empresa adjudicataria será la responsable y correrá con los gastos de TODOS los medios necesarios para la correcta puesta en marcha del espacio expositivo y experiencial, así como desarrollo de la artesanía propia de las empresas convocadas, en cuanto a mobiliario (incluyendo trasera, un almacén, mesas, sillas...) y decoración, con un mínimo de 16 puestos de trabajo.

Una vez definida la tipología de artesanos, se establecerán las necesidades oportunas, a cargo de la empresa adjudicataria. Entre otros elementos se incluirán dentro del presupuesto ofertado: cartelería y logos específicos, enchufes, mesas de trabajo, sillas, burros/percheros, maniqués, módulos/estanterías, almacén, sonido y medios técnicos necesarios para el correcto desarrollo de cada taller.

El espacio contará con un almacén anexo, lo suficientemente amplio para el almacenaje del material y mobiliario artesanal de grandes dimensiones.

Además del espacio expositivo, se creará un espacio de dimensiones suficientes para la realización de varios talleres de forma simultánea e independiente, por parte de los artesanos que cuentan con



puestos de trabajo o cualquier otro representativo de Andalucía. En cualquier caso, la gestión de este apartado, así como la disposición de los medios necesarios, será a cargo de la empresa adjudicataria.

*Se deberá presentar desarrollo de propuesta de estos espacios, pero no de talleres a desarrollar.

5.6.3. NIÑOS, JÓVENES Y MAYORES.

Niños. Zona de esparcimiento para los más pequeños, que funcionará sábado y domingo y tendrá como localización un espacio visible y de fácil localización, cerrado, con control de acceso y cumpliendo en cualquiera de los casos con medidas de seguridad adaptadas a los niños. Éste área simulará algún lugar típico de Andalucía con decoración popular basada en sus tradiciones y tendrá dos vertientes:

- Actividades/Talleres cuyos contenidos estarán relacionados con la promoción del destino Andalucía, combinando el juego y ejercicio con el conocimiento de los recursos turísticos andaluces. Se deberá presentar una propuesta de actividades con horarios y descripción de las mismas.
- Visitas al pabellón de Andalucía en Fitur, donde los niños, de una forma distendida, a modo cuentacuentos y siempre orientada al aprendizaje sobre Andalucía, puedan conocer nuestro espacio en Fitur 2025. Para llevar a cabo esta actividad se contará con suficiente personal para el control del grupo de niños. Se deberá presentar una propuesta y descripción de la misma. Tanto el espacio como el personal asignado, por la empresa adjudicataria, para la elaboración de los talleres, deberá ser personal cualificado y exclusivo.

Mayores. Se habilitará, en alguno de los espacios dedicados a actividades para profesionales y que el fin de semana no tendrá contenidos, un espacio destinado al target de cliente senior, viajero de 55 años en adelante con posibilidades de escaparse en cualquier época del año y al que mostraremos contenidos y actividades acordes que le generen la necesidad de viajar a Andalucía. Todas las actividades propuestas, como en el caso de las áreas de jóvenes y niños, correrá a cargo de la empresa adjudicataria.

Se deberá presentar una propuesta de actividades con horarios y descripción de las mismas. Todos los talleres deberán tener un desarrollo explicativo vinculante con nuestra región y deberán contar con los medios técnicos necesarios para el correcto funcionamiento del espacio.

Turista del futuro, jóvenes. Dinámicas, experiencias. Nicho de mercado en crecimiento y que cada vez más demanda productos a su medida, pero también un target más inaccesible en este tipo de eventos. Por esto se considera necesario generar contenido y llevar a cabo acciones novedosas y de gran impacto con asistencia de influencers de renombre a nivel nacional y muy vinculados/nacidos en Andalucía. Además de conciertos en el escenario central de artistas de renombre a nivel nacional e internacional y con vinculación con nuestra región, de modo que consigamos ser un punto de atracción de los visitantes de este tipo de target, que los motive a visitar y permanecer en nuestro pabellón.

Las actividades aquí propuestas deben de estar estrechamente relacionadas y en consonancia con las actividades que se propongan en apartados Redes Sociales y Lote Digital (Dinamización Online).

El sector turístico debe tener a la generación Z muy en cuenta, ya que acabará convirtiéndose en un segmento clave del mercado, es por ello que, en esta zona y desde Turismo y Deporte de Andalucía se quiere prestar especial atención a este nicho de mercado.

La generación Z es la primera que se considera nativa de la era digital y en general se sabe que es una generación que tiene facilidad de forma intuitiva para todo lo relacionado con la tecnología. Una presencia en línea sin precedentes, el extraordinario crecimiento en el mundo de la tecnología y una



mayor conciencia global contribuyen al cambio de los valores, las expectativas y las tendencias de los viajes de los consumidores. La generación Z está redefiniendo activamente lo que significa viajar: atender sus necesidades singulares es esencial para comprender el futuro del sector del turismo y de los viajes.

-El 90 % de los miembros de la generación Z afirma que sus decisiones sobre viajes internacionales se ven influidas por las redes sociales (Condor Ferries).

-Casi seis de cada diez viajeros de la generación Z utilizaron sus teléfonos inteligentes para hacerse con ideas e investigar sobre posibles viajes (Expedia).

-Esta generación ha crecido con la tecnología y, por tanto, puede adaptarse a diversos formatos y tipos de contenidos.

5.6.4. PHOTOCALL.

NO SOLO FIN DE SEMANA. Todo el pabellón debe ser un photocall, repleto de imágenes fijas y dinámicas, presencia de marca y con dinámicas que inviten a interactuar y subir contenidos en distintas redes sociales. Además de todas las dinámicas solicitadas por Turismo y Deporte de Andalucía, se requiere la ubicación de varios photocalls, de grandes dimensiones y atractivos para el público durante toda la semana, localizados por todo el pabellón, que nos ayude a dinamizar y hacer más dinámicos algunos espacios.

El photocall principal estará diseñado y ubicado en la entrada principal del pabellón, para que los visitantes puedan tomarse fotos y crear recuerdos de su presencia en FITUR 2025. El diseño será lo suficientemente visible, llamativo y representativo de nuestra región para fomentar su uso y crear recuerdos de la marca Andalucía. El espacio contará con un fotógrafo profesional y un espacio de trabajo con impresora, donde los visitantes que hagan uso de este servicio puedan pedir sus fotos o bien impresas o bien enviadas por mail. Del mismo modo se contará con medios suficientes (incluyendo permisos LPD) que permitan publicar todas las fotografías en las RRSS de los usuarios, nombrando los # de Andalucíaenfitur.

5.7. MEDICIÓN AUTOMATIZADA DEL VISITANTE AL STAND.

Con el objetivo de conocer el número de visitantes al stand, la distribución de los mismos, analizar la distribución de los espacios y el impacto de los diferentes mensajes promocionales sobre el visitante, se requiere la implantación de una solución tecnológica para la medición y seguimiento del comportamiento de los visitantes al stand durante el desarrollo de la feria (afluencia, aforo, flujo y movimiento de los visitantes), accediendo a los indicadores principales en tiempo real a través de un cuadro de mando y generando informes diarios, finales, por franjas horarias, etc. (sirva como ejemplo el uso de tecnologías tales como cámaras/sensores (lidar, infrarrojo, etc.).

Esta solución debe asegurar el anonimato del visitante, cumplir con los requisitos del Reglamento General de Protección de Datos y la normativa vigente aplicable correspondiente, y permitir un margen de error inferior al 10% en las variables de conteo y aforo de visitantes.

Además de aportar la solución tecnológica, se requiere la entrega de la metodología técnica y estadística utilizada por la solución para la obtención de las diferentes variables.

Estos sistemas, serán pieza clave a la hora de convertir el pabellón en un pabellón inteligente, por tanto, la solución aportada deberá de estar en consonancia con los requerimientos plasmados por toda la licitación.



5.8. ALMACÉN PRINCIPAL Y ALMACENES GENERALES/ROPERO.

Al margen de los almacenes indicados con anterioridad, también se requieren 1 gran almacén general para Turismo y Deporte de Andalucía de gran tamaño, así como 2 almacenes-ropero de uso exclusivo para Turismo y Deporte de Andalucía, todos con contenidos en mobiliario básico necesario como grandes estanterías, papeleras, sillas, mesas, burros, taquillas, etc.

→ ALMACÉN PRINCIPAL.

Turismo y Deporte de Andalucía, independientemente de los almacenes de cada área, dispondrá de un gran almacén general para todo el material. Este almacén dispondrá de **estanterías compuestas por perfiles metálicos perfilados en frío, troquelados, galvanizados o zincados, de resistencia mínima 150 Kg/estante**, se anclarán arriostradas entre sí con perfiles metálicos en su coronación, con baldas suficientes para grandes cantidades de material. Las baldas, que deberán estar ancladas a la pared y que ocuparán TODA la periferia del almacén y parte central de la zona simulando pasillos. **Estas baldas serán de 60cm de profundidad por 70cm de alto en la parte más baja de las estanterías, y de 40cm de profundidad y 50cm de alto para el resto de las alturas de las estanterías.** Se suministrará plataforma de acceso a las partes más altas de las estanterías, de altura tal que permita a una persona de tamaño pequeño poder acceder al estante más alto con comodidad. Esta plataforma será plegable y dispondrá de una base sólida sobre la que mantenerse en condiciones de seguridad.

En esta zona se dispondrá una mesa de trabajo grande (mínimo 2m) y rectangular, dejando el pasillo suficiente para la correcta circulación y funcionamiento del área. Habrá también una mesa y un armario con cerradura y llave, así como 3 sillas y varias tomas de corriente. Además, será un espacio techado en su totalidad.

La empresa adjudicataria incorporará 2 operarios, con plena disponibilidad desde el martes (a las 09:00 horas) hasta domingo (a las 19:00 horas), para encargarse de las necesidades diarias del material durante la feria, y que serán coordinados por una persona de Turismo y Deporte de Andalucía, además de dos carretillas de uso exclusivo para el personal de este almacén.

→ ALMACÉN ROPERO.

Junto a este espacio, Turismo y Deporte de Andalucía, contará con un almacén extra que se utilizará como ropero y espacio de almacenaje de enseres del personal de la propia empresa. Este espacio contará con un mínimo de 20m², con estanterías, burros, perchas y taquillas suficientes para el almacenaje de enseres personales. Las taquillas contarán con bloqueo numérico y la puerta de acceso tendrá cerradura con llave para control del acceso.

Un segundo almacén/ropero, con las mismas características que el detallado anteriormente, se ubicará en la zona 1 (cercano a la entrada del pabellón).

NECESIDADES MOBILIARIO		
ELEMENTO	CANTIDAD	OBSERVACIONES
BALDAS/ESTANTERÍAS	INDEFINIDA	COLOCADAS PERIMETRALMENTE Y ZONA CENTRAL Y ANCLADAS EN LA PARED. ALMACÉN GENERAL
MESA DE TRABAJO	1	MÍNIMO 2M Y RECTANGULAR. ALMACÉN GENERAL.
ARMARIO	1	CON CERRADURA Y LLAVE. ALMACÉN GENERAL.
MESA	3	ALMACÉN GENERAL Y ALMACENES ROPERO.
SILLAS	6	ALMACÉN GENERAL Y ALMACENES ROPERO.
TOMAS DE CORRIENTE	VARIAS	ALMACÉN GENERAL Y ALMACENES ROPERO.
CARRETILLAS CARGA	2	ALMACÉN GENERAL.



BURROS Y PERCHAS	INDEFINIDA	ALMACÉN GENERAL Y ALMACENES ROPERO.
PAPELERAS	INDEFINIDA	ALMACÉN GENERAL Y ALMACENES ROPERO.
TAQUILLAS	INDEFINIDA	CON BLOQUEO NUMÉRICO. ALMACENES ROPERO.

NECESIDADES PERSONAL EXTERNO		
ELEMENTO	CANTIDAD	OBSERVACIONES
OPERARIOS	2	DESDE MARTES 9AM HASTA DOMINGO 19PM. ALMACÉN GENERAL.

5.9. SOSTENIBILIDAD A LA PROMOCIÓN.

El pabellón de Andalucía en Fitur 2020 obtuvo el premio al mejor expositor dentro de la tipología de sostenibilidad. Este hilo conductor que Turismo y Deporte de Andalucía viene implementando en todas las actuaciones que desarrolla dentro del ámbito del marketing y la comunicación deberá estar presente en la producción, montaje, desarrollo y desmontaje del pabellón de Andalucía en Fitur 2025, utilizando como hoja de ruta los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030.

Parte de la experiencia debe estar plasmada con agua, plantas, aire, etc.

5.10. SERVICIOS ADICIONALES.

Los requisitos obligatorios que conciernen a todo el pabellón serán los siguientes:

- En las zonas de pasillos comunes se ha de instalar moqueta especialmente diseñada, con la marca (logotipo) de Andalucía, así como de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía. El color se definirá con la empresa adjudicataria. Tanto el primer día de feria, como los restantes la moqueta debe de estar en perfecto estado, siendo la empresa adjudicataria la responsable de la sustitución en aquellas zonas donde Turismo y Deporte de Andalucía lo consideren necesario.
 - **Aunque en el presente pliego se hace continuas menciones al uso de moqueta, se valorará positivamente la sustitución de la misma, en tarima, por VINILO antideslizante y acolchado. Material más resistente y fácil de limpiar.**
- Se ubicarán, en zonas estratégicas del pabellón, planos de distribución (algunos en braille) de los distintos espacios y actividades donde el visitante pueda orientarse e informarse. Estos planos variarán en función de las actividades de días profesionales y de días de público final. MINIMO DE 10 PLANOS
- La decoración en todo el perímetro del stand será homogénea y deberá contener los logotipos e imágenes suficientes de Andalucía y de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte. Así mismo **el número de graficas irá acorde al stand, no dejando en ningún caso espacios blancos, sin ningún tipo de decoración gráfica si Turismo y Deporte de Andalucía no lo solicita expresamente.** Del mismo modo, cada gráfica contará con el sistema de iluminación necesario para la correcta visibilidad de la misma. Cada trasera/muro mencionado anteriormente, quedará decorado, estableciendo como mínimo que, un 80% de estos espacios contendrán gráficas de campaña de Turismo y Deporte de Andalucía a modo mural y de tamaño gigante. **En este sentido cabe destacar que, en lugar del uso de vinilos para el revestimiento de los muros construidos en el stand, se solicita que estos estén recubiertos con tela impresa tensada, de alta calidad y con una resolución óptima para garantizar la nitidez de las imágenes y textos impresos.**
- La empresa adjudicataria se encargará de la impresión de suficiente cantidad de vinilos con los logos de Andalucía, Feder y Redes Sociales, para su colocación durante los días de montaje, en aquellos lugares indicados por parte de los responsables de Turismo y Deporte de Andalucía. Se establece un mínimo de 20 unidades por tipología de logo (Andalucía, Deporte, Feder y RRSS de la propia empresa).



- Turismo y Deporte de Andalucía pondrá a disposición de la empresa adjudicataria, el banco propio de imágenes de campaña actual, vídeos, logotipos, etc. En el supuesto de que fuera necesario alguna imagen o vídeo y no estar en el archivo de Turismo y Deporte de Andalucía, la realización de ésta correrá a cargo de la empresa adjudicataria.
- Todos los espacios, en caso de tener suelo elevado, deberán estar señalizados debidamente con otro color distinto al de la moqueta o mobiliario, evitando accidentes y caídas de visitantes.
- La empresa adjudicataria deberá hacerse cargo del diseño del espacio, creación y montaje del área de Turismo y Deporte de Andalucía en:
 - FITUR LGBTI, situada en el pabellón 9, de unas medidas aproximadas de 9m2.
 - FITUR SCREEN/CINE, de 9m2.
- Se requiere la contratación, por parte de la empresa adjudicataria de un mínimo de 30 dinamizadores debidamente uniformados a propuesta de la empresa licitadora, teniendo en cuenta la paridad en todos los casos, durante todos los días de la feria. Considerando 30 como mínimo y teniendo en cuenta que **todas las actividades de dinamización y accesos restringidos tendrán que estar cubiertas por dinamizadores.**
- Todos los muebles/armarios/mostradores contarán con puertas con cerradura, llave independiente y baldas. Del mismo modo, todas las taquillas disponibles en el pabellón contarán con bloqueo numérico.
- Todas las puertas de las áreas cerradas contarán con cerradura y llave independiente. Como mínimo, una llave se facilitará al responsable de cada área. También se facilitarán un mínimo de 5 llaves maestras al equipo responsable del proyecto. **Se valorará positivamente el cierre con codificación de todas las puertas.**
- El logo de Andalucía se incluirá en el suelo (en la moqueta y centrado) de la entrada principal del pabellón.
- Cada puesto de trabajo, tanto cerrado como abierto al público, contará con papeleras suficientes.
- **Despachos:** Además, se incluirán otros dos despachos y una sala de reuniones extras a los solicitados hasta ahora. Cada despacho contará con una mesa de trabajo, portátil, sillas y mueble con puertas, nevera pequeña y cerradura. La sala de reuniones contará con una mesa para 10 personas, sillas, mueble con puertas y cerradura, cafeteras con dosis de café, menaje y una nevera pequeña. Ambas zonas contarán con tomas de red ethernet RJ45. Preferentemente zona aislada y tranquila.
- Será necesario un espacio cerrado de 20 m2 aproximados, con mesas y sillas para un aforo de unas 20 personas. Mobiliario auxiliar como apoyo, además de tomas de corriente y dos neveras botelleras. La ubicación de este espacio será la más cercana posible al área de Bar y Demostraciones Gastronómicas y servirá como zona de descanso para el personal propio de Turismo y Deporte de Andalucía.
- Se requerirá, sin que suponga un coste adicional, el **servicio de traducción de lenguaje de signos para la Sala Andalucía y la Sala 1, así como cualquier servicio adicional para hacer el pabellón más accesible en todos los sentidos. Salas que, en todo caso, siempre deben contar con streaming y todos los medios necesarios para su correcto desarrollo.**
- Se requieren de al menos 10 puntos de agua distribuidos por todo el stand e integrados en el concepto experiencial del mismo, **aprovechando las canaletas de IFEMA (¡NO dispensadores al uso!).** Turismo y Deporte de Andalucía indicará la localización de las mismas, según planos de la feria. Además, Turismo y Deporte de Andalucía será quien realice el diseño del recubrimiento de cada fuente e indicará a la empresa adjudicataria medias y características del material que deberá usar. La empresa adjudicataria deberá mostrar prueba final para visto bueno definitivo.
- Será necesario incluir un video resumen del stand en la presentación de la propuesta y adaptación para la presentación del mismo posterior.
 - NOTA: BRIEFING FITUR 2025: CONSULTAS Y ACLARACIONES. Está prevista una sesión informativa, de asistencia voluntaria y no requerida para participar en la licitación, para las empresas interesadas en licitar en el presente procedimiento. Se indicará fecha, hora y lugar de forma oficial y en próximo comunicado.



- Serán requeridos planos actualizados de forma regular, así como render de las diferentes zonas para facilitar la toma de decisiones. Serán requeridos en forma y cantidad determinada por Turismo y Deporte de Andalucía.
- Será necesaria una aplicación de trabajo para la comunicación entre empresa licitadora y Turismo y Deporte de Andalucía, para la coordinación e involucración de todos los miembros del equipo que forman el proyecto, y que permita la asignación de roles específicos a diferentes áreas o personas para asegurar una distribución clara de responsabilidades.
- **Se deberán utilizar las canaletas para evitar cableados de distintos tipos mal ubicados: luz, agua, telefonía, etc.** En ningún caso se podrán colgar en las estructuras aéreas cualquier tipo de cableados, siguiendo siempre las indicaciones de IFEMA. Será igualmente requisito imprescindible el montaje de infraestructuras aprovechando las canaletas verticales y horizontales, para disminuir la necesidad de construcción de tarimas para evitar posibles cableados. Donde haya necesidad de cableado y no se puedan aprovechar al máximo estas canaletas, será necesaria la construcción de tarimas para evitar el tropiezo y mala imagen visual de las mismas. Se recomienda el uso de ocultaciones, en mobiliario, columnas...).
- **Se valorará la creatividad y construcción parcial a dos niveles**, así como la distribución novedosa respecto a anteriores ediciones. El diseño deberá garantizar la plena accesibilidad a todas las áreas, incluyendo segundas plantas y tarima elevada y deberá cumplir estrictamente con las normativas de accesibilidad establecidas en la legislación española, asegurando que todos los visitantes puedan disfrutar del espacio expositivo sin barreras.
- Se requieren papeleras suficientes para reciclaje distribuidos de forma adaptada por todo el pabellón.
- Turismo y Deporte de Andalucía dispondrá, a cargo de la empresa adjudicataria, de:
 - Número ilimitado de catenarias durante toda la semana.
 - Número ilimitado de cascos EPI y chalecos para los días de montaje.
- En el caso de desarrollo de experiencias y talleres que den como resultado una obra (cuadro, piezas artísticas, etc...), estas serán propiedad de Turismo y Deporte de Andalucía, asumiendo la empresa adjudicataria su transporte desde Madrid hasta el lugar indicado por el personal de la organización, en las condiciones adecuadas para su traslado.
- Se requiere la decoración de la parte superior de los accesos al pabellón 5, más concretamente en el arco superior de salida desde los pabellones 7 y 3 que dan acceso a los núcleos de unión anexos al pabellón 5. Del mismo modo, será necesaria la incorporación de corpóreos aéreos identificativos de distintas zonas dentro del pabellón, para la correcta identificación de las marcas y áreas presentes en el mismo. En la cantidad solicitada previamente por Turismo y Deporte de Andalucía.

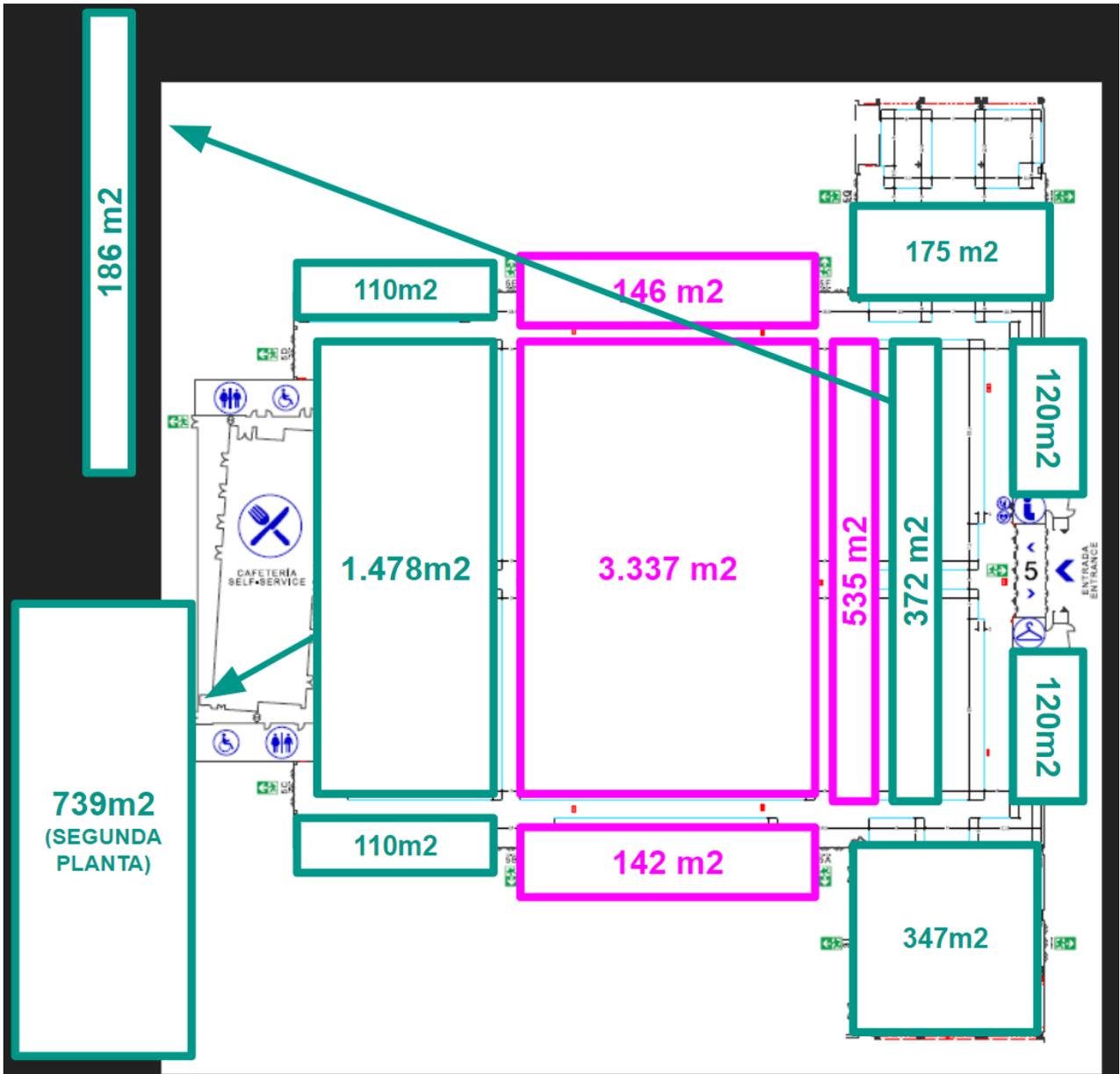
NOTA RESUMEN DISTRIBUCIÓN Y USOS ESPACIOS ZONAS 1, 2 Y 3

Si bien desde Turismo y Deporte de Andalucía se hace mención continua de ubicación de ciertos espacios dentro del pabellón considerándolos como idóneos, no se considera necesidad imperativa, aceptando nuevas opciones por parte de las empresas que presenten sus ofertas, siempre y cuando cumplan los requisitos mínimos solicitados en este pliego de prescripciones técnicas y esté debidamente justificado.

En este sentido, si cabe resaltar que se hace necesaria la asignación de dimensiones de espacio atendiendo a dos tipologías distintas:

- **Turismo y Deporte de Andalucía contará con un espacio máximo de 3.500m².**
- **El conjunto de Destinos participantes dispondrá de un espacio máximo de 4.160m²**

Como propuesta, plantea una posible distribución espacio, identificando las áreas marcadas en verde como zonas dedicadas a Turismo y Deporte de Andalucía y en rosa las zonas asignadas a Destinos.



Málaga, 29 de agosto de 2024.