

**MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO DEL 28º FESTIVAL DE MÁLAGA (Expdte. C2N06-06LB-0225-0028), CON PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 200.000 € (IVA excluido).**

**CPV: 79341000-6**

## **1. ANTECEDENTES**

A la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior, en el marco de las competencias atribuidas a la Comunidad Autónoma por el Estatuto de Autonomía para Andalucía, le corresponden las relativas al turismo, ejerciendo estas competencias mediante la planificación, la ordenación, la promoción y el desarrollo de dicha materia, en virtud de lo establecido en el *Decreto 166/2024, de 26 de agosto por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior* (Boja extraordinario número 15, de 27 agosto de 2024, página 49851).

En materia de promoción, determinadas competencias las ejerce a través de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A (en adelante, EPGTDA), que tiene entre sus objetivos básicos la promoción y el desarrollo de la industria turística de Andalucía. De acuerdo con sus estatutos, la EPGTDA (según el *Acuerdo de 12 de julio de 2016, del Consejo de Gobierno, por el que se modifica el Acuerdo de 27 de julio de 2010, que autorizaba la creación de la «Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.» y por el que se aprueban los nuevos estatutos de la citada empresa pública para su adaptación a la normativa reguladora de las sociedades de capital*), contempla en su objeto social para dar cumplimiento a sus fines, entre otras, las siguientes actividades:

- a) La realización de actuaciones orientadas al crecimiento y desarrollo de la industria turística y del deporte en todos sus aspectos, y en general, cuantas actividades contribuyan al desarrollo turístico o del deporte en la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- k) La realización de las acciones promocionales en colaboración y coordinación con otras entidades, públicas o privadas, que tengan análogos fines, en el marco de la política turística o deportiva general.
- n) Y en general, cuantas actividades contribuyan al desarrollo turístico o del deporte en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

La EPGTDA participa en la promoción del *Festival de Málaga* mediante el patrocinio de este evento, que tendrá lugar en la capital malagueña entre el 14 y el 23 de marzo de 2025.

Esta acción tiene como la finalidad principal promocionar a Andalucía como destino referente en cultura resaltando la calidad y profesionalidad de la industria cinematográfica nacional y regional, así como a la región como escenario idóneo para acoger este tipo de eventos. Se pretende también contribuir al desarrollo de Málaga como una ciudad abierta y cultural e incentivar el incremento de visitas de turistas y profesionales de la industria a Andalucía atraídas por el turismo cinematográfico y las posibilidades que la comunidad ofrece a este sector. El objetivo es sumar un valor añadido al atractivo del destino Andalucía consolidándolo como referente del sector cultural y de ocio, especialmente el cinematográfico.



El patrocinio se enmarca dentro de las actuaciones de la EPGTDA a través de su Dirección de Marca y se integra plenamente en la estrategia regional de Turismo de Andalucía, cuyo documento marco para el periodo comprendido entre 2021 y 2027 es el *Plan General de Turismo Sostenible (Plan META 2027)*, que incluye un Plan de Acción para el presente ejercicio, el *iSmart 2024*. La acción de referencia se encuadra en la línea estratégica *iSmart E2 "Sostenibilidad"* y en las líneas estratégicas regionales del *Plan META LE2 "Gestión de la sostenibilidad global del destino Andalucía"*, *LE5 "Desarrollo de estrategias desestacionalizadoras que fomenten una idónea distribución de los flujos turísticos"* y *L6 "Optimización del Marketing Turístico del destino"*, contribuyendo a la consecución de los objetivos de este Plan, que son los siguientes:

- Aumentar la contribución del turismo a la economía andaluza respecto a los niveles *precrisis* sanitaria, mejorando los ingresos por turista un 3% como media anual acumulativa.
- Generar empleo de calidad, estable e igualitario en el sector turístico andaluz, creciendo un 2,5% la media anual acumulativa de personal ocupado.
- Mantener, o incluso superar, que el 80% de los turistas se sientan satisfechos o muy satisfechos con el destino Andalucía.
- Optimizar el proceso de adaptación y transformación tecnológica continua del sector turístico andaluz, especialmente en zonas rurales y de interior.
- Contribuir a una distribución territorial y temporal más homogénea de los flujos turísticos, reduciendo la estacionalidad al menos un 2% de la tasa media anual acumulativa.
- Impulsar y mejorar la gestión de la sostenibilidad de manera integral en los destinos turísticos andaluces.

Desde la EPGTDA se considera que el *Festival de Málaga* es un producto que tiene un gran potencial para atraer turismo de manera sostenible y fortalecer la oferta cultural y turística del destino, además, contribuye a la desestacionalización y diversificación de la oferta:

- *Promoción del cine español*: Al ser un festival dedicado al cine español, atrae a amantes de esta industria de todo el mundo, lo que fomenta el interés cultural y la apreciación del arte cinematográfico.
- *Fomento de la cultura nacional, autonómica y local*: El festival destaca la cultura española, andaluza y malagueña, lo que permite a los visitantes conocer más sobre la historia, tradiciones y gastronomía de la región, promoviendo un turismo más consciente y respetuoso.
- *Actividades paralelas*: Además de las proyecciones de películas, el festival ofrece talleres, charlas y exposiciones que involucran a la comunidad local y a los visitantes, creando un ambiente de intercambio cultural.
- *Sostenibilidad en la organización*: El Festival de Málaga está adoptando prácticas sostenibles, como la reducción de residuos, el uso de energías renovables y la promoción del transporte público, lo que contribuye a un turismo más responsable.
- *Impacto económico positivo*: Al atraer a turistas, el festival genera ingresos para la economía local, beneficiando a hoteles, restaurantes y comercios, lo que puede ayudar a mantener la infraestructura y los servicios de la ciudad.
- *Conexiones internacionales*: El festival puede servir como plataforma para que cineastas y artistas de diferentes partes del mundo se conecten, lo que puede resultar en colaboraciones futuras y un intercambio cultural enriquecedor.
- *Atractivo para el turismo fuera de temporada*: Al celebrarse en el mes de marzo, el festival promueve la llegada de visitantes en una época del año menos concurrida y fuera de la temporada alta, contribuyendo de esta forma a distribuir el flujo turístico a lo largo del año.



La inclusión de este evento en las estrategias de promoción turística de la Junta de Andalucía y de la ciudad anfitriona refleja un enfoque integral para realzar el perfil internacional de la región, atrayendo inversión y fomentando el turismo cultural. Este evento sirve como un catalizador para diversos beneficios económicos y culturales, maximizando la visibilidad de Andalucía en el ámbito global y consolidando su reputación como un destino turístico de primer nivel:

- *Reputación y prestigio:* La asociación con un evento de prestigio internacional refuerza la reputación de Andalucía como un destino cultural de renombre. Este prestigio no solo atrae a turistas durante el evento, sino que también contribuye a la percepción global de la región como un lugar vibrante y culturalmente significativo.
- *Aumento del turismo:* La visibilidad internacional del evento genera un aumento del turismo, no solo durante su celebración, sino a lo largo del año. Los visitantes que descubren la riqueza cultural de Andalucía durante el evento son más propensos a regresar y recomendar la región a otros.
- *Desarrollo Económico Sostenible:* El incremento del turismo y la inversión impulsan el desarrollo económico sostenible. Las infraestructuras mejoradas, la creación de empleo y el apoyo a negocios locales generan un ciclo positivo de crecimiento y prosperidad.
- *Consolidación de redes y colaboraciones:* La organización de un evento de esta magnitud y la creación de su Área de Industria, *MAFIZ (Málaga Festival Industry Zone)* facilita la creación de redes y colaboraciones entre entidades culturales, empresariales y gubernamentales nacionales e internacionales, fortaleciendo la capacidad de la región para atraer y gestionar tanto inversión como futuros eventos internacionales.

El *Festival de Málaga* se convierte así en un aliado perfecto para el posicionamiento y valor de la *marca Andalucía* vinculando su imagen a diferentes espacios que persiguen la sostenibilidad y la inclusión.

Es importante también destacar la colaboración de las autoridades públicas locales y regionales que apuestan por apoyar este evento, creando alianzas para que se desarrolle con la máxima profesionalidad, siendo su contribución esencial para la logística y promoción del evento.

La colaboración entre las entidades públicas y privadas es un aspecto esencial, que permite combinar recursos y conocimientos para ofrecer un evento de alta calidad que beneficie a todas las partes involucradas. Esta combinación de recursos maximiza, además, el impacto económico positivo en la comunidad autónoma andaluza, creando empleo, generando ingresos y atrayendo inversiones.

El PAIF de la EPGTDA contempla el objetivo 1.4.2.1, con el que se alinea el patrocinio que se propone.

## **2. FINANCIACIÓN**

Financiación recogida en el PRY2025-0144 del ERP-Navision, con código de fuente de financiación 170000G/75B/74301/00.

El contrato será cofinanciado con cargo a Fondos FEDER: Programa de Andalucía FEDER 2021-2027 (tasa de cofinanciación 85%).

Los Fondos FEDER se obtienen del *Objetivo Específico RSO4.6. Potenciar el papel de la cultura y el turismo sostenible en el desarrollo económico, la inclusión social y la innovación social* (que da prioridad a los sitios culturales que tengan o vayan a desarrollar planes de financiación complementaria, incluidos fondos privados, para aumentar la dependencia de fuentes de ingresos propios y garantizar la sostenibilidad financiera de dichos sitios) y, concretamente de su línea A)



*Promover la sostenibilidad del turismo a través de su patrimonio cultural.* El objeto que se persigue con esta línea es reforzar la posición estratégica del turismo en Andalucía mediante la creación de riqueza de forma equilibrada en el territorio sobre los pilares de la sostenibilidad global, social, económica y ambiental, la calidad integral y la innovación. Se propicia de esta forma la complementariedad en los productos y destinos turísticos y la redistribución territorial y temporal de los flujos, desde la perspectiva de la sostenibilidad. Asimismo, la puesta en marcha de las actuaciones que se implementen bajo esta línea genera notables sinergias con el apoyo al emprendimiento de las empresas turísticas financiado bajo el OE 1.3. Para ello, se propone fomentar la creación de productos turísticos, principalmente de índole cultural o patrimonial, así como la puesta en valor de los recursos turísticos culturales existentes en Andalucía, dirigido todo ello a que los visitantes mejoren el conocimiento sobre la cultura andaluza.

El patrocinio de la acción de internalización del *Festival de Málaga* se enmarca en:

- La línea estratégica *iSmart E2 "Sostenibilidad"*.
- Las siguientes líneas estratégicas regionales del *Plan General de Turismo Sostenible (Plan META 2027)*, contribuyendo a la consecución de los objetivos de este Plan (detallados anteriormente en la página 2):
  - *LE2 "Gestión de la sostenibilidad global del destino Andalucía"*
  - *LE5 "Desarrollo de estrategias desestacionalizadoras que fomenten una idónea distribución de los flujos turísticos"* y
  - *L6 "Optimización del Marketing Turístico del destino"*.



### 3. NATURALEZA Y EXTENSIÓN DE LA NECESIDAD QUE SE PRETENDE CUBRIR

El objeto del presente procedimiento es la contratación del PATROCINIO DEL 28º FESTIVAL DE MÁLAGA. Este evento contribuye al desarrollo del cine en español presentando sus mejores documentales, cortometrajes, etc., además de rendir homenaje a diferentes personalidades de la industria cinematográfica y organizar numerosos ciclos, exposiciones y actividades paralelas.

Desde su 20ª edición, Festival de Málaga tiene como objetivo favorecer la difusión y promoción de la cinematografía Iberoamericana. Con la finalidad de seguir avanzando en este sentido, creó un Área de Industria, *MAFIZ (Málaga Festival Industry Zone)*, que engloba una serie de eventos diseñados para fortalecer las producciones cinematográficas Iberoamericanas. *MAFIZ* es la gran apuesta del Festival de Málaga por la internacionalización del audiovisual iberoamericano. Un proyecto que ha sido dimensionado desde su creación para alzarse como un pilar por su utilidad y que durante la celebración del Festival concentra alrededor de un millar de productores, compradores, vendedores, directores y profesionales de la industria cinematográfica de Europa y Latinoamérica en la capital malagueña, donde encuentran un espacio de networking. Festival de Málaga reafirma con esta iniciativa su compromiso con la promoción del talento andaluz y su proyección internacional, contribuyendo a la consolidación del audiovisual andaluz en el mercado global.

Reconocido por instituciones y empresarios como uno de los motores de atracción turística de la provincia malagueña, el Festival de Málaga destaca por:

- Tener un notable *impacto turístico*, pues atrae la visita de profesionales, aficionados y amantes de la industria cinematográfica, generando grandes beneficios a la economía local a través de la ocupación hotelera, la gastronomía y otros servicios turísticos.
- Generar un gran *impacto económico*.
- Crear *empleos directos e indirectos* en la zona.
- Tener una notable *repercusión mediática* (la edición anterior contó con la presencia de más de 750 profesionales y 27 medios extranjeros acreditados) con un importante impacto en términos de audiencia potencial de millones de personas. Este nivel de visibilidad no solo destaca el evento, sino también los atractivos turísticos y culturales de las ciudades anfitrionas, fomentando futuros viajes y visitas.
- *Sostenibilidad* en la organización: El *Festival de Málaga* está adoptando prácticas sostenibles, como la reducción de residuos, el uso de energías renovables y la promoción del transporte público, lo que contribuye a un turismo más responsable.

Andalucía se ha consolidado como uno de los principales destinos turísticos culturales de Europa y este tipo de eventos sirven como catalizador de beneficios económicos y culturales, maximizando la visibilidad de la *marca Andalucía* y consolidando su reputación como un destino turístico de primer nivel, además de ser una oportunidad:

- Para dar a conocer la región.
- Promover la sostenibilidad del turismo a través de su patrimonio cultural.
- Trabajar promocionalmente hacia emisores menos habituados a considerar Málaga o Andalucía como un destino prioritario para ellos (gracias a la globalidad y el impacto mundial de la propia industria cinematográfica).



Andalucía es en la actualidad una región de referencia en la producción audiovisual en España y una de las más atractivas para otros países, tal y como demuestran los más de 1.400 rodajes que se realizaron en la comunidad en el año 2022, últimos datos ofrecidos por *Andalucía Film Commission*<sup>1</sup>. Así, la región destaca como uno de los destinos más atractivos para el turismo cinematográfico, uno de los segmentos de mayor crecimiento en los últimos años, convirtiéndose en un producto sumamente atractivo para la promoción del *Andalucía* en el mundo.

El acuerdo de patrocinio tiene como principal contraprestación la presencia y visibilidad de la marca "Andalucía", "Junta de Andalucía" y "Fondos Europeos" en el branding desarrollado para la celebración del evento, así como en las acciones desarrolladas para la promoción y difusión del mismo:

- Visibilidad de marca en los diferentes soportes físicos presentes en el evento:
  - Cartel oficial y sus adaptaciones.
  - Photocalls oficiales.
  - Roll ups.
  - Banderolas.
  - Traseras ruedas de prensa.
  - Cartelería genérica digital.
  - Web del Festival de Málaga.
  - Redes Sociales del Festival de Málaga.
  
- Campaña en medios online genéricos y especializados.

La *sociedad TEATRO CERVANTES DE MÁLAGA E INICIATIVAS AUDIOVISUALES S.A.*, es propietaria y organizadora del *Festival de Málaga*.

#### **4. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO**

El presente contrato tiene un *Presupuesto Base de Licitación* de 200.000 €, IVA no incluido (242.000 €, IVA incluido).

Atendiendo a lo indicado en el artículo 100.2 de la LCSP, y para asegurar que el presupuesto base de licitación sea adecuado a los precios de mercado, se ha realizado un análisis de costes históricos de contratos de patrocinio relacionados con el Festival de Málaga, adjudicados en años anteriores, concretamente de los años 2023 (605.000 €, IVA incluido) y 2024 (242.000 €, IVA incluido), ajustado a las contraprestaciones pactadas para esta edición. Asimismo, se ha tenido en cuenta la previsión del retorno de la inversión realizada, según el estudio de resultados de la edición anterior (en 2024 el patrocinio generó un retorno de la inversión de 488.831€: considerando una inversión de 200.000 €, se obtuvo un ROI del 244%, es decir, 2,44€ de retorno por cada euro invertido) y una estimación aproximada para este año.

Además, se ha valorado muy positivamente otra serie de aspectos:

- *Repercusión mediática*. Al impacto mediático previsto por la presencia en el evento, se suma el de la campaña en medios online incluida como contraprestación en este patrocinio, que se ha estimado en cerca de 14 millones de impactos (13.743.895) y se desarrollará tanto en medios generalistas como especializados. Este nivel de visibilidad no solo destacará el

---

<sup>1</sup> <https://andaluciafilm.com/>



Festival de Málaga, sino también los atractivos turísticos y culturales de la ciudad anfitriona, fomentando futuros viajes y visitas.

- *Generación de empleo en la zona.* La organización de festivales y eventos culturales atrae a turistas, generando un impacto económico positivo, creando empleo en la zona de celebración y aumentando la visibilidad del destino. Festivales de similares características que han contado con el patrocinio de la EPGTDA, han generado la contratación de 200 empleos, entre contrataciones directas e indirectas (ejemplo, Festival de Huelva de Cine Iberoamericano).
- *Notoriedad y reconocimiento:* La asociación con un evento de prestigio internacional refuerza la reputación de Andalucía, de su industria audiovisual y del Festival de Málaga.
- *Consolidación de redes de colaboración:* La asistencia a este tipo de eventos facilita la internacionalización del Festival de Málaga, de la marca Andalucía y del audiovisual andaluz y posibilita la creación de redes de colaboración entre profesionales del sector cinematográfico y otro tipo de entidades relacionadas con esta industria. La consecución de rodajes y producciones para Andalucía deja una importante inversión en la comunidad y fortalece la capacidad del destino para atraer y gestionar futuros eventos internacionales de este tipo.

## 5. DISPONIBILIDAD Y RESERVA DE CRÉDITO:

El Director responsable PAIF de los trabajos objeto del contrato que suscribe la presente memoria acredita la existencia de crédito y su reserva para llevar a cabo la licitación solicitada por importe total de 242.000 € IVA incluido con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC25T-00043, según el siguiente detalle de anualidades:

Anualidad	Código Proyecto/s	Importe (€, IVA incluido)
2025	PRY2025-0144	242.000 €

## 6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS

El plazo de ejecución del contrato es desde su formalización hasta el 23 de marzo. No se prevén prórrogas.

## 7. CAUSAS DE MODIFICACIÓN DEL CONTRATO

No se prevé modificación del contrato.

## 8. DESCRIPCIÓN DE LOTES O JUSTIFICACIÓN, EN SU CASO, DE NO DIVIDIR EN LOTES

No cabe la distribución en lotes al tratarse de una prestación única donde, además, existen derechos exclusivos que obligan a contratar con un único empresario.



## 9. PROPUESTA DE CRITERIOS DE SOLVENCIA Y ADJUDICACIÓN Y SU JUSTIFICACIÓN

Los criterios de solvencia económica serán los establecidos en los *Pliegos de Cláusulas Particulares*.

La solvencia técnica viene determinada por las razones de protección de derechos exclusivos, previstas en el art. 168 a) 2º de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público.

En relación a los criterios de adjudicación, al tratarse de un patrocinio, no cabe su aplicación; esta empresa pública busca asociar su marca al evento que se patrocina a efectos de alcanzar sus objetivos de marketing y comunicación, obedeciendo por tanto a una decisión de negocio. Razones de exclusividad imposibilitan la concurrencia, de manera que sólo puede contratarse con la entidad promotora a través de un acuerdo voluntario entre las partes, basado en aspectos estratégicos, de imagen y de interés mutuo.

## 10. CONCLUSIÓN

Por todo lo anteriormente descrito, se concluye que se hace necesaria la contratación del **PATROCINIO DEL 28º FESTIVAL DE MÁLAGA**, por un importe de doscientos mil euros (200.000 €), IVA excluido.

Técnico designado

Director Responsable PAIF

Fdo:  
Técnico Superior del Área de Comunicación  
Dirección de Marca

Fdo:  
CBO, Director de Marca

Fecha: 12 de febrero de 2025