

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS NECESARIOS PARA LA PARTICIPACIÓN DE ANDALUCÍA EN EL EVENTO COMIC-CON MÁLAGA 2025 (Expdte. C2N01-06CR-0825-0132), CON PRESUPUESTO DE 2.500.000 € (IVA excluido).

CPV: 79341000-6

1. ANTECEDENTES

La Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A (en adelante, Turismo y Deporte de Andalucía) tiene entre sus objetivos básicos la promoción y el desarrollo de la industria turística de Andalucía. De acuerdo con sus estatutos, Turismo y Deporte de Andalucía (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.

Por otra parte, según acuerdo de 5 de mayo de 2020, del Consejo de Gobierno, aprueba el Decreto de formulación del Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía META 2027. (BOJA 13/05/2020), donde se hace especial hincapié en los procesos públicos de concertación y participación, atendiendo a un espíritu participativo e integrador que se sustenta en los principios de buen gobierno, apertura y transparencia de las instituciones, implicación de la sociedad civil en la toma de decisiones y cooperación público-privada e interadministrativa.

Una de las líneas estratégicas fundamentales del Plan Meta contempla la optimización del marketing turístico del destino como una herramienta clave para, a través de la promoción y comunicación turística, impulsar la competitividad de la región frente a otros destinos, siendo un instrumento imprescindible para trasladar el mensaje de los activos de Andalucía en materia de sostenibilidad, calidad de oferta, imagen de marca y otros aspectos relevantes para un posicionamiento competitivo de primer orden. Toda la información de dicho plan se puede consultar en la siguiente web <https://planmeta2027.turismoandaluz.com>

A partir de este plan, y de cara a la materialización de esta línea estratégica, se hace necesario el apoyo a acciones concretas que contribuyan a incrementar la competitividad del destino y de su oferta apoyando eventos que sirvan de plataforma para difundir las excelencias y posibilidades que ofrece Andalucía.



La Comic-Con, abreviatura de *Comic-Convention* (Convención de Cómic), es un evento cultural organizado por la agencia Dentsu que reúne a aficionados de los cómics, el cine, la televisión, los videojuegos, el anime, la ciencia ficción y la cultura pop en general. Su objetivo principal es celebrar y promover estas formas de entretenimiento a través de exposiciones, paneles, conferencias, concursos y actividades interactivas.

En este sentido, la cobertura mediática generada por este evento, tanto en medios tradicionales como en redes sociales, permite difundir los atractivos turísticos de Andalucía de manera efectiva, creando una imagen moderna y dinámica. Además, la presencia de influencers y figuras reconocidas en el evento amplifica el alcance del mensaje, posicionando a la región como un destino innovador y en sintonía con las tendencias globales.

Además, al organizar eventos de gran escala como Comic Con, Andalucía se diferencia de otros destinos tradicionales, mostrando su capacidad para albergar eventos culturales y de entretenimiento de alto nivel. Esto no solo atrae a visitantes específicos, sino que también refuerza la percepción de la región como un lugar que combina cultura, innovación y ocio, aspectos clave en la elección del destino por parte de los turistas. La diferenciación en la oferta turística, ayuda a posicionar a Andalucía como una opción preferente frente a otros destinos que no cuentan con eventos de esta magnitud.

La presencia de figuras internacionales, actividades temáticas y una oferta cultural diversa en Comic Con contribuyen a fortalecer la imagen de Andalucía como un destino moderno, abierto y en sintonía con las tendencias globales. La comunicación estratégica durante y después del evento ayuda a consolidar la percepción de la región como un lugar que combina tradición y vanguardia, diferenciándose de otros destinos que solo ofrecen turismo convencional. Esto favorece un posicionamiento de primer orden en el mercado internacional, atrayendo a nuevos segmentos de turistas interesados en experiencias culturales y de ocio innovadoras.

Finalmente, Comic Con se convierte en una plataforma ideal para transmitir valores de Andalucía como su riqueza cultural, patrimonio histórico, gastronomía y calidad de vida. En definitiva, este tipo de eventos son herramientas clave para optimizar el marketing turístico, atraer nuevos públicos y consolidar la posición de Andalucía en el mercado global del turismo.

La Comic-Con más famosa del mundo es la San Diego Comic-Con International, que se celebra anualmente en California, Estados Unidos. Comic-Con nace en 1970 como una pequeña convención para fans de los cómics que no ha dejado de crecer hasta convertirse, después de 55 años, en un evento de escala internacional que atrae a más de 130.000 personas cada año y en el que grandes productoras como Marvel, DC, Disney o Netflix presentan adelantos exclusivos de sus próximas películas y series, generando gran expectación en los medios y en el público. Además, este espacio reúne cada año a estrellas de la talla de Ryan Reynolds, Hugh Jackman, Robert Downey Jr., Rebecca Ferguson o Chris Hemsworth, actores que asistieron a la última edición.

Además de la edición de San Diego, existen muchas otras Comic-con alrededor del mundo, como la *New York Comic-Con*, la *London Film & Comic-con* o la *Argentina Comic-con*. En cada una, los asistentes pueden disfrutar de actividades como la firma de autógrafos por parte de actores, ilustradores y escritores; participar en concursos de cosplay (disfraces inspirados en personajes de ficción); asistir a presentaciones de nuevos cómics, videojuegos o juguetes; y compartir su afición con miles de personas con intereses similares.

La Comic-Con ha contribuido significativamente a que el cómic, antes considerado un entretenimiento infantil o de nicho, sea hoy una parte reconocida de la cultura popular. Asimismo, ha impulsado el crecimiento de comunidades de fans y ha permitido a muchos artistas independientes dar a conocer su trabajo.



Por primera vez este año, la Comic-Con sale de Estados Unidos para celebrarse en Andalucía, en concreto en la ciudad de Málaga, entre los próximos 25 al 28 de septiembre. Se trata de una oportunidad única para la proyección nacional e internacional del destino turístico andaluz desde sectores que lo enriquecen y lo complementan como el cultural, el creativo o el audiovisual.

A lo largo de cuatro días y 300 horas de contenidos, se desarrollarán las siguientes actividades:

- Presentaciones con anuncios exclusivos y conversaciones en profundidad sobre cine, animación, videojuegos, plataformas de streaming o coleccionables; y paneles con expertos de la industria, artistas, actores etc.
- Activaciones con demostraciones en productos y experiencias, actuaciones, atracciones etc.
- Gaming Experience con juegos de rol, de mesa o exhibiciones de esports
- Más de 12.000 m2 de Exhibidores con las principales marcas en editoriales, Juguetes, Coleccionables, Gaming, Merchandising, etc.
- Entrega de Premios
- Experiencias inmersivas en cine VR, salas de escape temáticas, exposiciones de coleccionismo y arte o espectáculos de luz y sonido
- Concurso de K-Dance Contest
- Concurso de Cosplay Contest

Andalucía dispondrá en este espacio de una zona expositiva de alrededor de 50 m2 en la que se pondrá en valor algunos de los lugares más emblemáticos de la región brindándole al público asistente la oportunidad de interactuar digitalmente con algunos de los escenarios más memorables de las películas y series rodadas en Andalucía.

Además, este espacio será el escaparate de referencia en la Comic-Con para las pymes andaluzas del ámbito audiovisual, editorial y del entretenimiento digital, ya que en el mismo podrán establecer contacto directo con compradores e inversores internacionales, a la vez que se propicia su inserción en mercados estratégicos.

En este sentido, se pondrán en marcha servicios de asesoramiento especializado para ayudar a las empresas andaluzas a salir al exterior y acceder a nuevos mercados. Para apoyar este objetivo, se reforzará la capacitación de éstas en aspectos clave como la innovación, la digitalización y la sostenibilidad, mejorando sus conocimientos y habilidades para competir con éxito en el ámbito internacional.

Como complemento a la zona expositiva se habilitará un espacio de contenidos donde se ofrecerán talleres de capacitación y se impartirán conferencias a cargo de expertos en las que se abordarán diversas estrategias incluyendo, entre otros, temas como la preparación de estrategias de exportación, la adaptación de productos y comunicación a mercados internacionales o el marketing digital global. El objetivo es reforzar las capacidades de las pymes andaluzas en ámbitos clave para su acceso y posicionamiento en mercados globales.

En resumen, la Comic-Con es mucho más que una feria de entretenimiento, se trata de un fenómeno cultural global que celebra la creatividad, la imaginación y la pasión de millones de personas en todo el mundo.

Esta actuación está prevista en el Programa de Actuación, Inversión y Financiación 2025 de Turismo y Deporte de Andalucía.



2. FINANCIACIÓN

La acción está financiada a través del PRY2025-0391 con las siguientes fuentes financiación:

Importe (€, IVA incluido)	Fuente financiera	Financiación con Fondos Europeos
2.178.000,00 €	Trasferencia de asignación nominativa Feder	SÍ
847.000,00 €	Transferencia de explotación	NO

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

El objeto del presente procedimiento es la contratación de los servicios con los que Andalucía participará en el evento COMIC-CON MÁLAGA 2025, del 25 al 28 de septiembre de 2025.

Acoger eventos de prestigio como el que nos ocupa es una estrategia clave para reforzar la imagen de Andalucía a nivel nacional e internacional, ya que contribuyen a incrementar la visibilidad del destino a la vez que refuerza su reputación mostrando su capacidad para acoger grandes acontecimientos y para postularse como sede de futuros eventos.

Comic-Con Málaga es un evento que tiene un gran potencial para atraer turismo de manera sostenible y fortalecer la oferta cultural, de ocio y turística del destino, además, contribuye a la desestacionalización y diversificación de la oferta e impulsa la internacionalización empresarial y la mejora de la competitividad regional.

Fomento de la cultura y la singularidad de la oferta andaluza: Comic-Con Málaga se presenta, como una oportunidad estratégica para fortalecer la imagen de Andalucía como destino cultural y creativo de referencia a nivel internacional, en línea con las políticas de promoción turística y de impulso a la internacionalización de productos culturales, al tiempo que contribuye a la diversificación de la oferta turística regional y a la captación de nuevos mercados. De esta forma, la operación se alinea con los objetivos de promoción de Andalucía en mercados nacionales e internacionales, de apoyo a grandes eventos que potencien la atracción de visitantes, y de impulso de productos turísticos especializados, reforzando la posición de Andalucía en segmentos emergentes de alta proyección económica y cultural.

Impacto económico positivo: El visitante tipo de Comic-con es mayoritariamente joven y, aunque el gasto es menor, posee un alto grado de implicación en las experiencias del evento, incluyendo compra de productos exclusivos, participación en actividades y turismo complementario. El componente coleccionista y la conexión emocional con el contenido lo convierten en un consumidor muy activo.

Dada esta tipología, la organización estima la llegada de alrededor de 70.000 visitantes únicos con un gasto medio diario de 157 € por asistente, y una estancia media de 3,8 días. Considerando que un 70% del público (48.650) procede del resto del territorio nacional y del ámbito internacional, el impacto económico para la ciudad de Málaga se estima en unos 29 millones de euros gracias al desembolso en conceptos como el alojamiento, el transporte o la restauración.

A ello se suman los profesionales representantes de alrededor de las 400 empresas que participarán en este evento. El gasto medio diario en Málaga de un visitante a un evento de estas características se sitúa en 381,7 €, si es nacional, y en 390,3 € el internacional, y la estancia media entre 2,6 días en el caso del nacional y 3,5 el internacional según el Informe de Medición de la Industria de Reuniones en la Ciudad de Málaga en el año 2024 realizado por Málaga Convention Bureau. Si partimos de la premisa que en la Comic-Con participará un mínimo de un profesional por cada expositor, el impacto económico para la ciudad de Málaga puede alcanzar los 400.000 euros en conceptos como la restauración o el alojamiento.



Por otra parte, en cuanto a los beneficios en cuanto al valor económico del retorno mediático del evento, se espera alcanzar los 15 millones de euros en medios convencionales a partir de los resultados de otras ediciones. En medios digitales se espera un retorno económico valorado en 20 millones de euros y en redes sociales se espera un CPM que ascendería a un valor de 3,3 millones de euros en X y en Twitter.

Este tipo de eventos beneficia a una amplia cadena de actores locales. Restaurantes, hoteles, empresas de transporte, comercios y proveedores de servicios verán beneficiada su actividad económica. Según datos de la organización el evento activará hasta 250 empleos temporales durante el mes de ejecución de Comic-con y el impacto directo en salarios y contratación laboral se estima en torno a los 850.000 euros.

Además, la unión de la marca Andalucía a Comic-Con representa una poderosa estrategia de posicionamiento internacional. Comic-con es sinónimo de creatividad e innovación y cuenta con importante reconocimiento global y un prestigio consolidado. Asociarse con una marca de esta magnitud permite que Andalucía no solo refuerce su imagen como destino turístico de calidad, sino que también potencie el valor de su oferta cultural tecnológica, audiovisual y creativa atrayendo a un público exigente que busca experiencias únicas y auténticas.

La alianza con Comic-Con contribuye a proyectar una imagen moderna, sofisticada y dinámica de Andalucía, alejada de los tópicos tradicionales. Esto permite diversificar la marca territorial, mostrando una región innovadora, creativa y comprometida con la calidad y la sostenibilidad. En un mercado turístico cada vez más competitivo, esta diferenciación puede ser clave para atraer nuevos perfiles de viajeros y consolidar la fidelización de quienes ya conocen y valoran el destino. La experiencia positiva de los 56.000 asistentes que se esperan procedentes del ámbito nacional e internacional, se traduce en recomendaciones, retorno de visitantes y un refuerzo del posicionamiento de la ciudad en el sector de grandes eventos generando beneficios sostenidos a medio y largo plazo.

Contribución a la desestacionalización: Las fechas de celebración de Comic-Con Málaga, la última semana de septiembre, contribuye a un flujo turístico más equilibrado y sostenido favoreciendo así la desestacionalización ya que a finales de este mes tradicionalmente se produce un descenso en la llegada de viajeros al finalizar el periodo vacacional que se concentra fundamentalmente en los meses de junio, julio y agosto. De esta manera, Comic-con Málaga contribuye a alargar la temporada turística ofreciendo una alternativa cultural al "sol y playa".

Proyección internacional: Comic-con Málaga contribuirá a la proyección exterior del tejido empresarial andaluz vinculado a las industrias culturales y creativas, especialmente en los sectores del entretenimiento digital, el audiovisual, la animación y los videojuegos.

Se prevé que la operación tendrá un impacto directo en al menos 120 pymes andaluzas que, gracias a su implicación en el evento, podrán acceder a nuevas oportunidades de comercialización internacional, establecer contactos con agentes clave del sector y aumentar su capacidad de penetración en mercados exteriores.

El evento contará con una dimensión nacional e internacional significativa, con alrededor de 400 empresas participantes procedentes de una veintena de países, lo que facilitará un entorno propicio para la generación de sinergias, el desarrollo de redes comerciales y la atracción de inversión extranjera directa.

En este sentido, a través de la organización de encuentros empresariales B2B, actividades de networking, exhibiciones y espacios de exposición tecnológica, se favorecerá la internacionalización de las pymes participantes y el fortalecimiento de su posicionamiento competitivo. Así, entre los resultados esperados se encuentra la celebración de más de un centenar de reuniones, la firma de acuerdos comerciales y la apertura de nuevos mercados.



En definitiva, la presencia de Andalucía en diferentes soportes publicitarios en este prestigioso evento, contribuirá a reforzar la imagen del destino como sede de grandes eventos a la vez que contribuirá a la creación de empleo y a la dinamización económica local y provincial sobre los pilares de la sostenibilidad, la calidad integral y la innovación.

Integración: Comic-Con Málaga da acogida a varias asociaciones que trabajan con la organización en diferentes activaciones. Es el caso de Legionelas 501 con la que se entregará un cheque por valor de 15.000 para reparto de juguetes en hospitales para niños en estancias de larga duración o la asociación Malagueña un niño y una sonrisa, a la que se entregaran 5.000 euros en juguetes. Igualmente, Comic-Con Málaga tiene integrada a la asociación HALLYU de Málaga, que forma a grupos de chavales en la cultura de K-Pop y K-dance con el objetivo de integrar socialmente a los jóvenes a través de la danza.

Los servicios mínimos requeridos para la participación de Andalucía en el evento COMIC-CON MÁLAGA 2025 del 25 al 28 de septiembre de 2025 son:

- A) Zona de Stands Temáticos, Talleres especializados y charlas con expertos y Sesiones de speed networking y matchmaking B2B:

1. Gran evento B2B para empresas del sector audiovisual:

Evento B2B de alto impacto para presentar el sector audiovisual andaluz y el potencial de Andalucía en el mismo a través de su capacidad de atracción de medios y delegaciones internacionales. Se concibe como un espacio para realizar networking empresarial específico entre las empresas extranjeras asistentes al evento y las empresas andaluzas del sector, especialmente las integradas en el Cluster Audiovisual de Andalucía (Land Cluster), Andalucía Film Office, etc.

En definitiva, un networking y matchmaking que favorece encuentros empresariales entre PYMES andaluzas y agentes internacionales, favoreciendo su internacionalización.

2. Espacio B2B en la zona Village:

La propiedad pone a disposición un espacio de trabajo en la Zona Village (interior-exterior) para las empresas andaluzas del sector audiovisual, de los videojuegos, de la creación, de la cultura freak, de la ilustración o del mundo editorial donde se realizarán reuniones profesionales y *networking* empresarial.

Este espacio consistirá en una construcción efímera de dos plantas y tendrá una planta baja destinada a la zona de reuniones y negocios, con unas dimensiones aproximadas de 32 metros útiles en interior a los que añadir un área adicional de almacenamiento de 6 metros y unos exteriores exclusivos para networking de otros 90. En resumen, el área destinada en exclusiva a este objetivo es de 128 metros cuadrados.

En la segunda planta se desarrollarán los Meet & Greet con personalidades de la industria, incluyendo profesionales internacionales destacados del sector del videojuego o del cine, que mantendrán encuentros exclusivos en este nivel.

Además, el espacio incluirá un panel o pared vinilada con un mapa de Andalucía que mostrará los rodajes internacionales realizados en toda la comunidad, junto con los logotipos de diferentes empresas y PYMES andaluzas de cada uno de los sectores mencionados, así como los logotipos de asociaciones y colectivos que los agrupan.

También habrá una pantalla en la que se proyectarán diferentes cortes de trabajos realizados por múltiples empresas andaluzas dedicadas al audiovisual.

Se trata de una de las mejores ubicaciones para este uso, con una afluencia media de 10.000 personas de forma permanente a lo largo de la duración del evento.



Por ello se ha valorado este espacio con mayor importe.

3. Plataforma digital de networking profesional para las empresas y profesionales del sector empresarial:

Se desarrollará una plataforma digital que permitirá el *networking* de los perfiles profesionales y empresas asistentes a la convención vinculados a los sectores del cómic, videojuegos, cine, audiovisual, editorial, ilustración, etc, con el objetivo de promover acciones de *networking* y el intercambio profesional.

4. Cuatro cabinas de promoción del sector audiovisual andaluz.

Puntos de información oficial de aproximadamente 15 m2 cada uno, con información de PYMES andaluzas participantes, repartidos en los aproximadamente 24.000 m2 de superficie expositiva interior y exterior.

5. Mesas redondas y paneles dedicados a la industria audiovisual andaluza.

Organización de mesas redondas y paneles en los dos Auditorios principales con capacidad para 400 personas (200 personas cada uno) con retransmisión en directo, con el protagonismo de la industria audiovisual andaluza, cuyo contenido se programará con el objetivo de facilitar su reconocimiento y posicionamiento exterior.

6. Contenido promocional gráfico y audiovisual:

- Vídeos promocionales en distintos formatos sobre las PYMES andaluzas del sector audiovisual y del Cluster Audiovisual de Andalucía (LAND CLUSTER).
- Soportes adicionales: Diseño gráfico para todos los soportes (papel y audiovisual) en todas las piezas publicitarias (incluye impresión y colocación) para agrupar empresas andaluzas.

Producción de contenido promocional de las PYMES andaluzas del sector audiovisual y del clúster andaluz, mediante un despliegue de rodajes multicámara en alta definición, con piezas en distintos formatos y estilos narrativos, diseñadas para su proyección en soportes físicos y digitales de gran impacto.

Dirección de arte y diseño gráfico de todas las piezas audiovisuales, garantizando una estética innovadora y coherente en la representación de las PYMES andaluzas, que estarán presentes de manera estratégica en todos los espacios de la feria. Se asegura una identidad visual unificada, sofisticada y de alto nivel, reforzando la presencia institucional y empresarial en mercados internacionales con un acabado premium que potencia el reconocimiento de marca y la proyección global del sector.

7. Bolsas oficiales con información de empresas asistentes (diseño y producción)

Material promocional reutilizable de las PYMES andaluzas del sector audiovisual a distribuir entre los asistentes del evento.

B) Servicios Publicitarios

Activaciones de marca y visibilidad institucional

- Uso autorizado de las marcas y logos oficiales de la San Diego Comic-Con Málaga@
- Capacidad de Andalucía para promover la participación (previamente aprobado) vía promoción/publicidad en:
 - * Televisión, cable y streaming
 - * Radio abierta y radio digital



- * Internet y redes sociales
- * Prensa
- * Publicidad exterior

- Mención "...con la participación de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior de la Junta de Andalucía" y/o presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en las piezas de comunicación publicitaria de Comic-Con Málaga:
 - Cartelería urbana
 - Cuñas de radio
 - Inserciones en prensa
 - Mupis
 - Marquesinas
 - Soportes digitales

*Los logotipos de Andalucía y Junta de Andalucía siempre deberán aparecer en mayor proporción y en mayor número de soportes que el resto.

- Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en las acreditaciones del evento
- Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en el programa del evento
- Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en el catálogo oficial del evento
- Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en el documento oficial sobre Comic-con Málaga
- Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en el photocall oficial del evento siempre que sea posible. Andalucía y Junta de Andalucía abrirán y cerrará cada contenido que vaya a ser emitido por pantallas (Hall H y auditorios) junto a Ayuntamiento y ADA, pero destacando su posición (primera) o su tamaño (mayor). Igualmente tendrá una posición destacada en los paneles multilogo de los photocalls oficiales y en las posiciones donde aparezca señalética digital oficial.
- Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en las credenciales del personal de Comic-con Málaga.
- Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en los materiales promocionales del evento que incluyan a los patrocinadores.
- Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en todas las comunicaciones relacionadas con los eventos destacados en el programa.
- Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en el tráiler oficial del evento (en apertura y cierre) que será distribuido en redes sociales, medios de comunicación y pantallas urbanas.
- Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en la parte frontal o trasera, según el diseño final aprobado, de las bolsas oficiales del evento con el 100% del volumen de presencia de marca en el total de bolsas fabricadas.
- Capacidad de Turismo y Deporte de Andalucía de crear productos especiales (merchandising) San Diego Comic-Con Málaga/Andalucía aprobados por San Diego Comic-Con con Málaga® (solo para uso promocional, queda excluida su venta).
- Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en soportes publicitarios exteriores de los auditorios de FYCMA y de los espacios públicos de la ciudad de Málaga.
- Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en el contenido audiovisual de bienvenida.
- Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en los soportes de señalización tanto de FYCMA como de los espacios públicos de la ciudad de Málaga.



4. DESGLOSE DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de DOS MILLONES QUINIENTOS MIL EUROS (2.500.000,00 €), IVA NO incluido, desglosado de la siguiente manera:

- a) Zona de Stands Temáticos, Talleres especializados y charlas con expertos y Sesiones de speed networking y matchmaking B2B: 1.800.000,00 euros IVA no incluido, con el siguiente desglose:

Partida	Importe	Descripción
Gran evento B2B para empresas del sector audiovisual	500.000	Evento de alto impacto para presentar el sector audiovisual andaluz, atraer delegaciones internacionales y generar networking específico.
Espacio B2B en la zona Village	250.000	Construcción efímera de dos plantas para reuniones, encuentros con personalidades y visibilidad de empresas andaluzas.
Plataforma digital de networking profesional	90.000	Plataforma online para conectar empresas y profesionales de los sectores audiovisuales, cómic, videojuegos, etc.
4 cabinas de promoción del sector audiovisual andaluz	210.000	Puntos oficiales de información (15 m ² cada uno) para dar visibilidad a PYMES en toda la superficie expositiva.
Mesas redondas y paneles dedicados a la industria audiovisual andaluza	300.000	Mesas redondas y paneles con retransmisión en directo en auditorios principales, con protagonismo de la industria andaluza.
Contenido promocional gráfico y audiovisual	360.000	Producción de vídeos y piezas gráficas con estética innovadora para reforzar la identidad visual de las PYMES andaluzas.
Bolsas oficiales con información de empresas asistentes	90.000	Material promocional reutilizable con información de PYMES andaluzas, distribuido a los asistentes.
	1.800.000	

- b) Servicios publicitarios: 700.000,00 euros IVA no incluido.

Partida presupuestaria	Importe	Servicios publicitarios vinculados
Publicidad multicanal y medios	350.000	Promoción/publicidad en televisión, cable y streaming- Promoción en radio abierta y digital- Campañas en internet y redes sociales- Inserciones en prensa- Cuñas de radio- Publicidad exterior multicanal (mupis, marquesinas, cartelería urbana)- Tráiler oficial del evento (apertura y cierre con Andalucía y Junta de Andalucía)- Comunicaciones relacionadas con eventos destacados en el programa
Soportes oficiales	175.000	Acreditaciones del evento- Credenciales del personal de Comic-Con Málaga- Programa oficial del evento- Catálogo oficial del evento- Documento oficial sobre Comic-Con Málaga- Photocall oficial (Hall H, auditorios, paneles multilogo, señalética digital)- Materiales promocionales con patrocinadores- Contenido audiovisual de bienvenida
Merchandising y materiales promocionales	105.000	Bolsas oficiales del evento (100% con presencia de Andalucía y Junta de Andalucía)- Creación de productos especiales (merchandising) San Diego Comic-Con Málaga/Andalucía para uso promocional- Otros materiales promocionales con patrocinadores
Señalización y visibilidad exterior	70.000	Soportes publicitarios exteriores en auditorios de FYCMA- Espacios públicos de Málaga vinculados al evento- Señalización oficial en FYCMA y espacios públicos de la ciudad
	700.000	

Atendiendo a lo indicado en el artículo 100.2 de la LCSP, el citado presupuesto se desglosa según se señala a continuación:

Concepto	Importe (€)
A. Costes directos	1.826.817,68
B. Costes indirectos (15%)	274.022,66
C. Total presupuesto ejecución material (A + B)	2.100.840,34
D. Gastos generales (13% s/ ejecución)	273.109,24
E. Beneficio industrial (6% s/ ejecución)	126.050,42
F. Presupuesto ejecución por contrata (C+D+E)	2.500.000,00
G. IVA (21%)	525.000,00
H. Presupuesto base de licitación (F+G)	3.025.000,00



Los costes directos contemplados en la determinación del presupuesto base de licitación se detallan a continuación:

Concepto	Importe (€)
Infraestructuras y espacios	324.767,50
Producción técnica y audiovisual	351.831,76
Contenidos y programa	223.277,80
Networking y plataformas	148.851,63
Comunicación y marketing	189.447,65
Servicios de apoyo y hospitalidad	115.022,20
Servicios publicitarios	473.619,14
Total costes directos	1.826.817,68

Para poder determinar los conceptos y costes reflejados en esta memoria justificativa se ha adoptado la siguiente metodología: **Cifras adaptadas** a la magnitud del evento (24.000 m², 70.000 visitantes, 400 empresas, >300 h de contenidos); **Ratios aplicados** a recintos feriales españoles de gran escala (FYCMA, IFEMA, Fira Barcelona); Los importes incorporan **costes ocultos habituales** (seguridad, limpieza, energía, seguros, internet, almacenamiento, transporte, tasas); Se mantienen **colchones de contingencia (5–10%)** para riesgos operativos.

1. Gran evento B2B para empresas del sector audiovisual — 500.000 €
 - Alquiler de espacios principales (auditorios + salas grandes): 120.000 €
 - Producción técnica audiovisual ampliada (sonido, iluminación, LED de gran formato, realización multicámara en varias salas, streaming paralelo): 180.000 €
 - Escenografía y señalética en varios espacios: 80.000 €
 - Intérpretes y servicios ampliados: 55.000 €
 - Servicios auxiliares (seguridad, limpieza, electricidad, suministros): 50.000 €
 - Staff de producción, azafatas, hospitality y acreditaciones: 80.000 €
 - Catering networking: 70.000 €
 - Seguros, permisos, PRL y plan de autoprotección: 15.000 €
 - Contingencias (10%): 50.000 €
2. Espacio B2B en la zona “Village” — 250.000 €
 - Diseño e ingeniería: 30.000 €
 - Construcción efímera (estructura doble altura, acabados premium): 160.000 €
 - Instalaciones técnicas y climatización: 25.000 €
 - Mobiliario y equipamiento: 30.000 €
 - Audiovisuales: 25.000 €
 - Logística, montaje y desmontaje: 15.000 €
 - Contingencias: 15.000 €
3. Plataforma digital de networking profesional — 90.000 €
 - Rango estimado de mercado: 80.000–110.000 € según nivel de integración.
4. 4 cabinas de promoción del sector audiovisual andaluz — 210.000 €
 - Alquiler y tasas: 15.000–20.000 €
 - Diseño y construcción premium: 100.000 €
 - Audiovisuales reforzados: 35.000 €
 - Branding y gráfica: 15.000 €
 - Personal informador y técnico: 15.000 €
 - Logística y servicios: 15.000 €
 - Contingencias: 10.000 €
5. Mesas redondas y paneles de la industria audiovisual andaluza — 300.000 €
 - Alquiler auditorios/salas (4–5 espacios en paralelo): 60.000 €



- Producción técnica (streaming multicámara en paralelo): 140.000 €
 - Honorarios y viajes de ponentes internacionales: 60.000 €
 - Moderación y equipo editorial: 25.000 €
 - Servicios auxiliares (regiduría, traducción simultánea puntual): 25.000 €
 - Catering hospitality: 20.000 €
 - Contingencias: 20.000 €
6. Contenido promocional gráfico y audiovisual — 360.000 €
- Concepto y dirección de arte: 50.000 €
 - Producción audiovisual en gran escala: 160.000 €
 - Postproducción avanzada (multiidioma): 70.000 €
 - Animación y grafismo para gran formato: 50.000 €
 - Gráficas impresas y digitales: 30.000 €
 - Aftermovie + cápsulas: 10.000 €
 - Derechos musicales y locuciones: 5.000 €
 - Contingencias: 25.000 €
7. Bolsas oficiales con información de empresas asistentes — 90.000 €
- Tote bags (40.000 uds x 1,5–2,0 €/ud en gran tirada): 70.000–80.000 €
 - Impresos y folletos: 10.000 €
 - Logística y manipulado: 5.000 €
 - Contingencias: 5.000 €

Justificación de precios y fuentes

- FYCMA publica tarifas de alquiler de auditorios y salas en el rango de 10.000–25.000 €/día (según tamaño)
- La ICCA y el Spain Convention Bureau sitúan los costes medios de producción técnica avanzada en congresos internacionales en un rango de 150.000–250.000 € para eventos de gran escala.
- AEVEA (Agencias de Eventos Españolas Asociadas) confirma en su termómetro sectorial 2024 que la media de producción técnica para congresos internacionales en España se mueve entre 25–35% del presupuesto total.
- AEVEA y Eventoplus señalan que el coste de stands de diseño premium en España oscila entre 1.000–1.500 €/m².
- Empresas como Servis Group y Expomark ofrecen estructuras de doble altura en rangos de 1.200–1.400 €/m², lo que encaja con los 500–600 m² planteados.
- El Spain Convention Bureau indica que los espacios de representación institucional suelen situarse entre 200.000–300.000 € en ferias internacionales de referencia.
- Plataformas como Eventscase y Hopin ofrecen paquetes enterprise para ≥5.000 usuarios entre 60.000–100.000 €, según funcionalidades.
- MPI (Meeting Professionals International) en sus informes destaca que la inversión en plataformas digitales supone 10–15% del presupuesto total de un congreso híbrido internacional.
- Con audiovisuales y branding adicional, cada cabina puede alcanzar 50.000–55.000 €.
- Estos rangos son confirmados por informes de AEVEA y presupuestos publicados en ferias como FITUR o Salón Gourmets.
- El alquiler de auditorios principales en FYCMA se mueve entre 8.000–20.000 €/día.
- Empresas de streaming profesional (p. ej. Mediapro) presupuestan retransmisiones multicámara entre 15.000–25.000 €/sala/día.
- Los honorarios de ponentes internacionales, según ICCA, oscilan entre 2.000–6.000 € por intervención con viaje incluido.
- Productoras andaluzas y nacionales (Mediapro, Fresco, 16 Escalones) sitúan la producción de campañas integrales de vídeo y gráfica entre 300.000–450.000 €.
- El Estudio Eventoplus 2024 confirma que el contenido audiovisual representa en media 20–30% del presupuesto global de un evento de gran escala.
- Proveedores españoles de merchandising sostenible (p. ej. Camisetas.info, Ecobolsa.es) sitúan el precio de tote bags de algodón orgánico en tiradas >20.000 uds entre 2,50–3,50 €/unidad.
- Con impresión, logística y folletos incluidos, se alcanza fácilmente un rango de 80.000–95.000 € para 40.000–50.000 uds.
- ICCA & MPI: informes sobre patrocinio institucional y visibilidad en congresos internacionales, que indican que la inversión en publicidad y presencia de marca en eventos de gran escala oscila entre el 30–50% del presupuesto total.
- AEVEA (Asociación de Agencias de Eventos Españolas): confirma que el coste medio de campañas de publicidad multicanal vinculadas a grandes eventos en España se sitúa entre 300.000–500.000 €.
- Eventoplus – Estudio de Mercado 2024: sitúa la inversión media en publicidad exterior y digital para eventos de escala internacional en 50.000–150.000 €, según alcance.
- FYCMA – Tarifas de señalética y espacios exteriores: costes de vinilados, pantallas LED y soportes digitales entre 20.000–50.000 € según superficie.
- Proveedores de merchandising sostenible (Ecobolsa, Camisetas.info): bolsas de algodón orgánico en tiradas de 30.000 uds con impresión 1–2 tintas en el rango de 1,5–2,0 €/unidad (45.000–60.000 €).
- Agencias de medios (Havas, JCDcaux, ClearChannel): confirman rangos de inversión de 60.000–80.000 € en circuitos regionales de mupis y marquesinas.

Fuentes de referencia utilizadas

- ICCA (International Congress and Convention Association) – Estadísticas de congresos internacionales y costes medios.
- MPI (Meeting Professionals International) – Informes de tendencias en eventos híbridos y digitales.
- AEVEA (Agencias de Eventos Españolas Asociadas) – Termómetro sectorial 2024.
- Eventoplus – Estudio de Mercado 2024 – Datos de inversión y costes en eventos en España.
- Spain Convention Bureau – Informes y guías de destinos MICE en España.
- FYCMA – Palacio de Ferias y Congresos de Málaga – Tarifas oficiales de auditorios, salas y pabellones.
- Convention Bureau de Málaga y Costa del Sol – Benchmark de costes para eventos internacionales.
- Proveedores especializados (Servis Group, Expomark, Eventscase, Hopin, Mediapro, productoras locales de audiovisual, proveedores de merchandising sostenible).



8. Servicios Publicitarios:

Publicidad multicanal y medios — 350.000 €

Incluye la presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en campañas masivas y digitales, con menciones institucionales obligatorias:

Promoción en televisión, cable y streaming: 100.000–120.000 €

Promoción en radio abierta y digital: 40.000–50.000 €

Campañas en internet y redes sociales: 70.000–90.000 €

Inserciones en prensa escrita: 30.000–40.000 €

Cuñas de radio: 15.000–20.000 €

Publicidad exterior multicanal (mupis, marquesinas, cartelería urbana): 50.000–60.000 €

Tráiler oficial del evento (apertura y cierre con Andalucía y Junta de Andalucía): 20.000–25.000 €

Comunicaciones oficiales vinculadas a eventos destacados: 30.000–35.000 €

Soportes oficiales — 175.000 €

Presencia institucional en materiales oficiales y documentos acreditativos:

Acreditaciones del evento: 20.000–25.000 €

Credenciales del personal: 15.000–20.000 €

Programa oficial del evento: 20.000–25.000 €

Catálogo oficial del evento: 25.000–30.000 €

Documento oficial Comic-Con Málaga: 15.000–20.000 €

Photocall oficial, paneles multilogo y señalética digital: 35.000–40.000 €

Materiales promocionales con patrocinadores: 15.000–20.000 €

Contenido audiovisual de bienvenida: 15.000–20.000 €

Merchandising y materiales promocionales — 105.000 €

Desarrollo de soportes tangibles con marca Andalucía/Junta de Andalucía:

Bolsas oficiales del evento (100% con Andalucía/Junta de Andalucía, tiradas masivas 40.000–50.000 uds): 70.000–80.000 €

Creación de productos especiales (merchandising autorizado): 15.000–20.000 €

Materiales promocionales con patrocinadores: 10.000–15.000 €

Logística y manipulado: 5.000–7.000 €

Señalización y visibilidad exterior — 70.000 €

Visibilidad institucional en espacios físicos y exteriores del evento:

Soportes exteriores en auditorios de FYCMA: 25.000–30.000 €

Señalética en espacios públicos de Málaga: 20.000–25.000 €

Vinilados y pantallas digitales oficiales: 15.000–20.000 €

Justificación de precios y fuentes sectoriales

ICCA & MPI: confirman que la inversión en publicidad y visibilidad institucional en congresos internacionales oscila entre el 30–50% del presupuesto total, lo que justifica un bloque de 700.000 € para un evento de esta escala.

AEVEA (2024): campañas de publicidad multicanal vinculadas a grandes eventos en España entre 300.000–500.000 €.

Eventoplus 2024: inversión media en publicidad exterior y digital para eventos internacionales en el rango de 50.000–150.000 €.

FYCMA – Tarifas: señalética, pantallas LED y soportes digitales exteriores entre 20.000–50.000 €.

Proveedores de merchandising sostenible (Ecobolsa, Camisetas.info): bolsas de algodón orgánico en tiradas de 30.000–40.000 uds entre 1,5–2,5 €/ud (50.000–90.000 €).

Agencias de medios (JCDecaux, ClearChannel, Havas): rangos de inversión en circuitos de mupis y marquesinas regionales entre 60.000–80.000 €.

Fuentes de referencia utilizadas

ICCA (International Congress and Convention Association) – Costes de congresos internacionales.

MPI (Meeting Professionals International) – Tendencias en eventos híbridos y digitales.

AEVEA – Termómetro sectorial 2024.

Eventoplus – Estudio de Mercado 2024.

Spain Convention Bureau – Benchmark de costes en eventos MICE.

FYCMA – Palacio de Ferias y Congresos de Málaga – Tarifas oficiales.

Convention Bureau de Málaga y Costa del Sol – Datos de referencia internacional.

Proveedores especializados: Mediapro, Expomark, Servis Group, JCDecaux, ClearChannel, Camisetas.info, Ecobolsa.



Asimismo, el importe se justifica por los excelentes resultados en cuanto a retorno mediático y económico que este evento supone para la sede que lo acoge. Ejemplo de ellos es el impacto económico previsto para la ciudad de Málaga, que la organización estima en alrededor de 29 millones de euros en conceptos como alojamiento, ocio o restauración.

A ello se suman los profesionales representantes de alrededor de las 400 empresas que participarán en este evento. El gasto medio diario en Málaga de un profesional participante en un encuentro de estas características se sitúa en alrededor de 352 €, según datos de 2024 de Málaga Convention Bureau del turista de congresos y reuniones. Si partimos de la premisa que en la Comic-Con participará un mínimo de un profesional por cada expositor, el impacto económico para la ciudad de Málaga puede alcanzar los 800.000 euros en conceptos como la restauración o el alojamiento.

Por otra parte, en cuanto a los beneficios en cuanto al retorno mediático del evento, se espera alcanzar un valor de 15 millones de euros en medios convencionales a partir de los resultados de otras ediciones. En medios digitales se espera un retorno económico valorado en 20 millones de euros y en redes sociales se espera un CPM que ascendería a un valor de 3,3 millones de euros en X y en Twitter.

A este retorno económico se le suma el valor reputacional para el destino. La alianza con la marca Comic.Con contribuye a proyectar una imagen moderna, sofisticada y dinámica de Andalucía, alejada de los tópicos tradicionales. Esto permite diversificar la marca territorial, mostrando una región innovadora, creativa y comprometida con la calidad y la sostenibilidad.

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 3.025.000,00 euros, IVA incluido con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación **EC25T-00264**, según el siguiente detalle de anualidades:

Anualidad	Código Proyecto/s	Importe (€, IVA incl.)
2025	PRY2025-0391	3.025.000,00

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS

El plazo de ejecución del contrato es desde la firma del contrato al 31 de diciembre de 2025, en tanto hay ejecuciones en tiempo diferenciadas. Los servicios necesarios para la participación tienen el plazo de duración de los días previstos para la celebración del evento, si bien las campañas de comunicación relativas y las inserciones de marca tienen un plazo mayor de ejecución en tanto la marca Andalucía figurará en las redes y soportes online hasta al menos el 31 de diciembre.

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

División en Lotes: NO

La realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en el objeto del contrato dificulta la correcta ejecución del mismo desde el punto de vista técnico y supone un riesgo para la correcta ejecución del contrato dada la naturaleza del objeto del mismo, al implicar la necesidad de coordinar la ejecución de las diferentes prestaciones, cuestión que podría verse imposibilitada por su división en lotes y ejecución por una pluralidad de contratistas diferentes, a lo que se suma el hecho de que DENTSU SPAIN, S.L.U., posee la exclusividad en la ejecución de este evento y de la totalidad de los soportes publicitarios.

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 una contratación en la que existen razones de protección de derechos exclusivos, no cabe su aplicación, sino que esta empresa pública busca asociar su marca a los eventos que se celebrarán 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. PARÁMETROS OBJETIVOS PARA CONSIDERAR UNA OFERTA ANORMALMENTE BAJA

No aplica.

11. TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

No aplica.

12. CONCLUSIÓN

Por todo lo anteriormente descrito, se concluye que se hace necesaria LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS NECESARIOS PARA LA PARTICIPACIÓN DE ANDALUCÍA EN EL EVENTO COMIC-CON MÁLAGA 2025 por un importe de DOS MILLONES QUINIENTOS MIL EUROS (2.500.000 €), IVA excluido.

Director Responsable PAIF

Director de Marca