

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DE LA PUBLICIDAD EN EL RECINTO FERIAL DE WTM 2025, DEL 4 AL 6 DE NOVIEMBRE DE 2025 (EXPEDIENTE: C2N01-06ER-0825-0138) CON PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 105.351,88 € (IVA excluido).

Código 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), de acuerdo con sus estatutos (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, entre otras, la realización de actividades y servicios tendentes a la mejora y crecimiento de la industria turística y del deporte, a cuyo fin desarrolla, entre otras acciones, actuaciones orientadas al crecimiento y desarrollo de la industria turística y del deporte en todos sus aspectos, así como cuantas actividades contribuyan al desarrollo turístico o del deporte en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Para el año 2025, Turismo y Deporte de Andalucía se ha marcado, entre otros fines, el Objetivo PAIF 1.4.1.2 del Plan de Acción de Promoción y Comercialización Turística Directa en correlación con el Objetivo de Co-gobernanza del Plan Meta, así como reforzar la comercialización del producto turístico andaluz en mercados emisores internacionales a través de una selección de acciones B2B, entre las que destaca la participación en las grandes ferias de turismo.

De entre todas las ferias del calendario internacional, la WTM está considerada como una de las más importantes del mundo y en ella se dan cita cientos de empresas especializadas del sector de gran relevancia para Andalucía.

Según datos ofrecidos por la organización, el número de compradores que asistieron a la World Travel Market 2024 aumentó en un 11% en comparación con el año anterior. La cifra se fija en 5.049 compradores internacionales, 500 más que en la edición anterior. Por otro lado, la cifra de expositores ha sido de 4.047 y respecto al número de visitantes, se calcula que 46.316 profesionales visitaron el recinto durante los tres días de feria, lo que ha supuesto un aumento del 6%.

Es por ello que Turismo y Deporte de Andalucía participará en la próxima edición de WTM 2025, un evento que tendrá lugar del 4 al 6 de noviembre de 2025 en la ciudad de Londres y donde se alquilará un espacio expositivo de 580,75 m² en el recinto ferial Excel. En el marco de este evento también se llevará a cabo una campaña publicitaria paralela en el recinto, con objeto de atraer mayor flujo de visitantes al stand.

OBJETIVOS:

Esta acción promocional tiene como objetivo mejorar el posicionamiento a nivel internacional de las aproximadamente 50 pymes turísticas andaluzas que se prevé participen de forma directa en esta feria.



Además, este evento permitirá:

- Dar a conocer la oferta y los recursos turísticos de Andalucía a los profesionales del sector que asisten a este certamen internacional y consolidar la marca a través de una campaña publicitaria paralela que se pondrá en marcha durante el evento.
- Mejorar la conectividad entre este mercado emisor y Andalucía.
- Impulsar la comercialización de productos turísticos andaluces a través de intermediarios especializados en este mercado.
- Incorporar nuevos productos en los catálogos de los mayoristas británicos con los que se cerrarán acuerdos y se mantendrán encuentros.
- Y lo que es más importante, fomentar la competitividad y mejorar el posicionamiento a nivel internacional de las Pymes que, tanto directa como indirectamente, estarán involucradas en el evento.

Es fundamental reforzar la presencia en solitario en WTM dando una mayor visibilidad al destino en los siguientes soportes publicitarios dentro del recinto ferial:

- 1 Razor Screen
- 2 carteles x 48 Sheets en 48N1 y 48N2
- Anuncio a la entrada del Hall N5

Los motivos se exponen a continuación:

1. Andalucía posee una marca internacionalmente conocida y muy valorada en este mercado, que requiere una mayor presencia y una visibilidad clara diferenciada del resto de comunidades autónomas.
2. Necesidad de reforzar la marca Andalucía y su presencia en el recinto ferial, con objeto de diferenciarse de otras comunidades competidoras de Andalucía (Islas Canarias, Baleares y Cataluña), que también mantienen un espacio expositivo propio y separado de Turespaña en esta feria.
3. Participar en eventos dirigidos a profesionales del sector contribuye a atraer un turismo de mayor calidad, con un gasto medio más elevado y un mayor interés por experiencias personalizadas y de lujo, beneficiando a las empresas locales.

En definitiva, el expositor andaluz en la WTM, además de ser un escenario de promoción del destino y de la marca Andalucía, será una plataforma de promoción B2B que facilitará a las empresas andaluzas su labor empresarial.

2. FINANCIACIÓN

La acción está financiada a través del proyecto PRY2025-0053 con Fuente de Financiación 170000G/75B/74301/00 proveniente de los Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER) y a una tasa de cofinanciación del 85%, con objetivo PAIF 1.4.1.2 correspondiente a:

Objetivo Estratégico 1 “Fortalecer el modelo turístico de Andalucía conforme a los principios de sostenibilidad, innovación, accesibilidad y calidad”, adapta su estructura al Plan META 21-27 desarrollando los objetivos operativos y las actuaciones definidas en el mismo.

1.4 “Optimizar el marketing turístico del destino Andalucía” es el Objetivo principal que recoge casi la totalidad del incremento presupuestario respecto al ejercicio anterior, con un aumento presupuestario del 53,58%. Recoge la creación de nuevos productos turísticos, acciones directas e inversas, acciones de cooperación y diversificación para favorecer la conversión de recursos en



productos comercializables. Se pretende favorecer una mejora en el posicionamiento de Andalucía, siendo referente en aspectos como la conectividad, la innovación o la sostenibilidad. De igual forma, mediante el patrocinio de grandes eventos deportivos y culturales, se pretende crear atractivo para turistas y deportistas hacia toda Andalucía, así como mejorar el posicionamiento de marca a nivel global. Para la comercialización se pondrá en marcha un amplio número de actuaciones de co-marketing con distintos actores turísticos, así como otras actuaciones directas para mejorar la citada comercialización del tejido empresarial turístico andaluz.

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

El objetivo del presente procedimiento es la contratación de la publicidad de Andalucía en el recinto de celebración de la WTM 2025, durante la misma.

Las características técnicas requeridas se adjuntan al presente documento como Anexo.

La participación de Andalucía con espacio propio en Londres, permitirá establecer contacto con los principales actores turísticos del mercado emisor británico, y otras personalidades responsables de la toma de decisiones de este sector.

Asimismo, proporcionará presencia y una gran visibilidad del stand en el recinto ferial gracias a los diferentes soportes publicitarios que se contratarán con la marca Andalucía.

También brindará la oportunidad de:

- Obtener un mayor conocimiento del destino en todo el sector turístico británico.
- Posibilidad de presentar nuevos productos, complejos turísticos y lugares de interés.
- Mayor capacidad para vender mejor el destino en ese mercado a través de los diferentes canales de distribución.
- Fortalecimiento de la marca Andalucía y de sus productos.

Por todo lo expuesto, es necesario reforzar la presencia y participación de Andalucía en esta feria con varios soportes publicitarios dentro del recinto ferial, lo que permitirá dar a conocer de primera mano su oferta turística de calidad a todo aquel que visite la feria y guiar a los visitantes al stand a través de la publicidad.

4. DESGLOSE DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de CIENTO VEINTISIETE MIL CUATROCIENTOS SETENTA Y CINCO EUROS CON SETENTA Y SIETE CÉNTIMOS, IVA incl. 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	79.152,43€
B. Costes indirectos (10%)	7.915,24€
C. Total presupuesto ejecución material (A + B)	87.067,67€
D. Gastos generales (15% s/ ejecución material)	13.060,15€
E. Beneficio industrial (6% s/ ejecución material)	5.224,06€
F. Presupuesto ejecución por contrata (C+D+E)	105.351,88€
G. IVA (21%)	22.123,89€
H. Presupuesto base de licitación (F+G)	127.475,77€



Los costes directos se desglosan de la siguiente manera:

Concepto	Importe (€)
Alquiler e inserción de contenido promocional en una pantalla digital de alto impacto en el recinto.	31.660,97
Producción, impresión y montaje de lonas promocionales de gran formato en zona de acceso principal.	27.703,35
Diseño, impresión y colocación de 96 láminas para señalética o promoción en soporte modular.	19.788,11
TOTAL	79.152,43

Estos precios corresponden a la tarifa oficial de contratación de espacios publicitarios durante la celebración de la feria ofrecida por Reed Exhibitions Ltd. para la edición 2025 de WTM. El coste para la edición de 2024 fue de 75.000,00 €, IVA no incluido (Expte. C2N01-06VS-0424-0080), habiéndose producido un incremento en el coste de la publicidad al contratarse doble presencia de carteles de láminas (2x48 Sheets) con respecto al año anterior, con el objetivo de reforzar la presencia de la marca Andalucía en el recinto ferial.

La citada inversión en este evento se lleva a cabo esperando un retorno en publicidad muy superior, ya que se estima que alrededor de 40.000 personas visitarán el stand de Andalucía. Además, la participación tendrá un efecto multiplicador, pues también las empresas andaluzas participantes generarán negocios valorados en miles de euros, por lo que el impacto siempre será mayor.

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 127.475,77 € (IVA incluido) con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC25T-0228 según el siguiente detalle de anualidades:

Anualidad	Proyecto/s	Importe (€, IVA incl.)
2025	PRY2025-0053	127.475,77 €

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS

El plazo de ejecución del contrato será desde el 4 al 6 de noviembre de 2025.

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 proveedor.



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 donde hay derechos exclusivos, no cabe su aplicación, sino que esta empresa pública busca asociar su marca al evento en el que participa 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 a Reed Exhibitions Limited, de varios espacios publicitarios en el recinto ferial de World Travel Market de Londres, WTM 2025, cuyo coste será de CIENTO VEINTE SIETE MIL CUATROCIENTOS SETENTA Y CINCO EUROS CON SETENTE Y SIETE CÉNTIMOS, IVA incl.

Técnico Responsable:

Director Responsable PAIF

Área de Turismo

Cargo: Director de Turismo
Fecha: 14 de julio de 2025