

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA COMPRA DE DERECHOS AUDIOVISUALES Y PUBLICITARIOS PARA LA FIM WORLD CHAMPIONSHIP GRAND PRIX 2026 (Expte. C2N01-06CR-0725-0130), CON PRESUPUESTO DE 5.806.449,00€, IVA no incluido.

CPV: 79341000-6

1. ANTECEDENTES

La Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A., 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 actuaciones orientadas al crecimiento y desarrollo de la industria turística y del deporte en todos sus aspectos.

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 actuaciones, como la que nos ocupa, que sirvan de plataforma para difundir las excelencias y posibilidades que ofrece Andalucía.

El patrocinio de Andalucía del Mundial de MotoGP representa una herramienta estratégica alineada con los objetivos fundamentales del Plan Meta, que busca optimizar el marketing turístico del destino. Esta acción de patrocinio se convierte en una plataforma de visibilidad internacional que permite a Andalucía proyectar una imagen moderna, dinámica y atractiva a millones de espectadores en todo el mundo. A través de este evento de gran repercusión mediática, se transmite no solo la riqueza cultural y natural del territorio, sino también el compromiso institucional con el turismo como motor de desarrollo económico sostenible.

En términos de posicionamiento competitivo, el patrocinio ofrece a Andalucía la oportunidad de diferenciarse de otros destinos al asociar su imagen con valores como la innovación, el deporte de alto nivel y la calidad en la organización de grandes eventos. Esta diferenciación es clave en un mercado global altamente competitivo, donde la notoriedad de marca y la



capacidad de generar experiencias únicas marcan la diferencia. El Mundial de MotoGP es una vitrina privilegiada para reforzar el reconocimiento de la marca Andalucía en mercados prioritarios, incrementando su atractivo como destino turístico integral.

Asimismo, el patrocinio permite comunicar de forma eficaz los activos turísticos de la región, incorporando mensajes sobre sostenibilidad, calidad de vida, diversidad de oferta y accesibilidad. Estos atributos se presentan en un contexto de entretenimiento y emoción, lo que aumenta su impacto y memorabilidad en la audiencia. De esta forma, el deporte se convierte en un vehículo para transmitir valores alineados con el turismo responsable y sostenible que promueve el Plan Meta, favoreciendo la fidelización de visitantes y la atracción de nuevos segmentos de mercado.

Por otro lado, el impacto de esta acción va más allá del ámbito promocional, ya que contribuye a dinamizar el tejido productivo local y a generar sinergias con otros sectores estratégicos, como la gastronomía, el transporte, la hostelería o la cultura. El Mundial de MotoGP no solo atrae visitantes durante el evento, sino que también genera una proyección a largo plazo al posicionar a Andalucía como un destino versátil y preparado para acoger experiencias de alto nivel. Esta capacidad de integración territorial y sectorial es clave para reforzar la competitividad turística de la región.

En resumen, el patrocinio del Mundial de MotoGP por parte de Andalucía es una acción plenamente coherente con el Plan Meta, al utilizar el marketing turístico como instrumento para impulsar la competitividad del destino. A través de esta iniciativa, se refuerza la imagen de marca, se comunican atributos clave como la sostenibilidad y la calidad, y se generan oportunidades económicas y sociales en el territorio. Es un ejemplo claro de cómo una acción de promoción bien orientada puede contribuir a los objetivos estratégicos de desarrollo turístico inteligente, inclusivo y sostenible.

En este sentido, la compra de espacios publicitarios en el marco del Campeonato Mundial de MotoGP (FIM World Championship Grand Prix) desde el próximo 1 de enero al 1 de diciembre de 2026 posee las características adecuadas para dar cumplimiento a todos estos objetivos estratégicos.

International Events Services, S.L.U. junto a su matriz Dorna Sports, S.L., organizadores de la FIM World Championship Grand Prix, es un Grupo internacional de gestión deportiva, marketing y medios de comunicación. La organización tiene su sede en Madrid, y oficina en Barcelona. El Grupo dispone de los derechos en exclusiva de comercialización tanto a nivel audiovisual como de marketing del FIM World Championship Grand Prix de MotoGP desde 1992, además de otros campeonatos del mundo del motor.

El Campeonato Mundial de MotoGP tiene sus raíces en la creación del Campeonato del Mundo de Velocidad en 1949, organizado por la Fédération Internationale de Motocyclisme (FIM). Desde sus inicios, este campeonato busca reunir a los mejores pilotos y fabricantes del mundo del motor en una competición internacional en la que prima la velocidad, la técnica y la innovación en las motocicletas.

A lo largo de las décadas y hasta el día de hoy, la competición ha evolucionado entrando en juego variables como la profesionalización de pilotos y equipos, la tecnología, nuevos reglamentos o la introducción de las categorías Moto2 y Moto3, que se unieron a la prueba reina MotoGP. Así, en la presente temporada ya compiten 78 pilotos de 18 países distintos, como los hermanos Márquez, Quartararo o Bagnaia, que contribuyen a mantener la popularidad y la competitividad, y consolidan el campeonato como uno de los eventos deportivos más seguidos en todo el mundo.



Después de 76 años de historia los datos de esta competición son espectaculares. La retransmisión televisiva del Mundial de MotoGP llega a 200 países, ampliando de forma notable la visibilidad de las regiones anfitrionas, como es caso de Andalucía y el Gran Premio de España de MotoGP. Antes y después de la competición, la imagen del destino se proyecta a través de diferentes soportes publicitarios, como los digitales, destacando sus atractivos culturales, naturales y turísticos y consolidando su reputación como lugar de interés internacional. Hay que tener en cuenta que la web y app de MotoGP cuenta con 17,5 millones de usuarios y sus redes sociales y plataformas digitales tienen 59 millones de seguidores. Este tipo de exposición no solo genera un impacto económico inmediato, sino que también contribuye a la planificación de futuros viajes y refuerza la asociación del destino con eventos de alto perfil.

Así pues, estos datos avalan la importancia de la unión de Andalucía a esta competición deportiva, ya que supone un respaldo para la promoción del destino a nivel nacional e internacional. La marca Andalucía lleva vinculada al Mundial de MotoGP a través de Dorna Sports e IES desde el año 2011, una unión que ha llevado el destino a circuitos internacionales de los cinco continentes. Así, Andalucía ha estado presente en países como Malasia, Qatar o Japón; en Australia; Estados Unidos o Argentina y en Europa en Francia, República Checa, Reino Unido o Alemania.

Gracias a esta unión, la marca Andalucía ha obtenido un importante retorno mediático a partir de su presencia en circuitos internacionales, ejemplo de ello es la presente temporada, en la que Andalucía ha estado presente en el GP de Argentina, con una audiencia de más de 5,3 millones de telespectadores solo en Alemania e Italia o los grandes premios de las Américas y Qatar, con 4,5 millones en estos mismos países respectivamente.

Caso aparte es el Gran Premio Estrella Galicia 0,0 de España de MotoGP, con una audiencia de más de 3,5 millones de espectadores en el territorio nacional y casi 4,5 millones en Italia y Alemania, a los que se suman los más de 100.000 espectadores que acudieron al circuito solo el domingo del Gran Premio y el vídeo promocional de Andalucía alojado en la web de MotoGP, que contó con 1,7 millones de usuarios únicos.

Hoy en día, el Mundial de MotoGP continúa siendo uno de los eventos deportivos más importantes en el mundo del motor, con una gran base de fans en todo el planeta, más de 60 millones en redes sociales, web, App y TV App. Así pues, el binomio turismo-deporte en este patrocinio funciona a la perfección, porque se trata de un evento que excede la esfera meramente deportiva para repercutir directamente en el sector turístico de Andalucía. Es capaz de movilizar a una gran cantidad de aficionados que aprovechan su asistencia a la competición para ejercer, al mismo tiempo, como turistas consumidores en el destino y como prescriptores cuando regresan a sus lugares de origen.

La unión de la marca Andalucía al Mundial de MotoGP y su presencia en diferentes soportes publicitarios, contribuye a la mejor proyección del destino a nivel nacional e internacional y como sede de grandes eventos deportivos gracias a la importantísima repercusión mediática de estas pruebas con audiencias televisivas en más de un centenar de países.

2. FINANCIACIÓN

La acción está financiada a través PRY2026-0015 con Fuente de Financiación 10000G/75B/44364/000 y PAIF 1.4.2.1.



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

El objeto del presente procedimiento es la compra de espacios publicitarios en la FIM World Championship Grand Prix 2026

Posicionar a Andalucía como sede de grandes eventos deportivos es una estrategia clave para reforzar la imagen del destino a nivel nacional e internacional, ya que contribuye a incrementar su visibilidad a la vez que refuerza su reputación mostrando su capacidad para acoger competiciones de prestigio y servir de reclamo para futuros eventos.

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

- **Reputación y prestigio:** La asociación de la marca Andalucía con este evento de un enorme seguimiento a nivel mundial refuerza la reputación de la Comunidad como destino para albergar grandes eventos deportivos de carácter internacional. 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 con una extraordinaria oferta turística plural que abarca no solo el deporte, sino toda la oferta complementaria que acompaña a este tipo de eventos como gastronomía, ocio o turismo activo.

- **Aumento del turismo:** La visibilidad nacional e 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, patrimonial y natural de Andalucía durante este evento son más propensos a regresar y recomendar la región a otros al ejercer de prescriptores del destino a través de las redes sociales y una vez regresan a sus lugares de origen. De hecho, según datos de una encuesta realizada en el marco del Gran Premio por la Oficina del Dato de la EPGTDA, la edición del año 2025 atrajo a 48.000 turistas, un 15,3% más que en la edición del año anterior. Ocho de cada diez encuestados manifiestan su intención de volver a Andalucía como turistas, ya sea durante este año o el próximo. Las principales motivaciones que impulsan este deseo son el disfrute de las playas andaluzas y la realización de actividades vinculadas al motociclismo. De este modo, la celebración de este evento no solo adquiere relevancia por el impacto directo que genera, sino también por su capacidad de influir en la planificación de futuros viajes al destino andaluz.

El Mundial de MotoGP es un producto que tiene un gran potencial para atraer turismo de manera sostenible a lo largo de todo el año. La presencia de Andalucía en soportes publicitarios durante toda la temporada de la competición, contribuye a posicionar la Comunidad como destino todo el año favoreciendo así la desestacionalización y diversificación de la oferta. Además, la celebración del Gran Premio de España en el mes de abril, un mes que no forma parte de la temporada alta, también contribuye a la dinamización económica de Jerez de la Frontera y su área de influencia.

- Sostenibilidad y medio ambiente: El Mundial de MotoGP mantiene un importante compromiso con la sostenibilidad y la protección del medioambiente buscando la máxima sostenibilidad favoreciendo los recursos naturales ya existentes e implementando diversas políticas ecológicas para minimizar su impacto ambiental. Para ello, la organización trabaja en un plan de acción que se extiende hasta 2027, año en el que tienen previsto que todas las motos de competición en los principales campeonatos funcionarán con combustibles 100% no fósiles.



Además, en virtud de este compromiso con el medio ambiente, han implementado la estrategia "Racing for the future", que integra criterios ambientales, sociales y de gobernanza en su actividad durante los próximos cuatro años con el objetivo de liderar la sostenibilidad en el deporte. Esta estrategia contempla:

- a) Minimizar la huella ambiental
 - Liderando tecnologías de vanguardia en todas las industrias de nuestro ecosistema, con un enfoque especial en avanzar soluciones de movilidad sostenible y relevantes para el uso en carretera.
 - Monitoreando y reduciendo activamente la huella de carbono de nuestros eventos y operaciones.
- b) Construir de un entorno inclusivo, solidario y equitativo donde todas las personas puedan prosperar mediante:
 - La equidad e inclusión promoviendo la diversidad en este deporte ofreciendo programas deportivos accesibles desde las bases para pilotos y fomentando oportunidades de desarrollo profesional y personal para personas de todos los orígenes.
 - Seguridad y bienestar liderando la innovación en seguridad en las carreras, fomentando la seguridad vial y promoviendo estilos de vida activos y saludables entre pilotos, empleados y fans.
 - El Compromiso con la comunidad construyendo relaciones sólidas y a largo plazo con las comunidades locales que albergan estos eventos, maximizando el impacto económico en la región y mitigando posibles impactos negativos.
- c) Dirigir este deporte y negocio con la sostenibilidad como principio central, aspirando a dejar un legado que trascienda la esfera de la propia organización mediante:
 - La transformación tecnológica impulsando la innovación. Estos campeonatos son una plataforma clave donde el espíritu competitivo y la innovación tecnológica van más allá de los circuitos, dando forma al futuro de la movilidad, la seguridad, la logística, la energía y las tecnologías de transmisión.
 - La concienciación y educación, generando conciencia sobre los desafíos sociales e inspirando acciones significativas, aprovechando la relevancia cultural y el alcance global de este deporte.
 - La gobernanza efectiva, mejorando la gobernanza a través de liderazgo estratégico, la responsabilidad transparente y un enfoque en la sostenibilidad, mientras se involucra a todos nuestros grupos de interés para promover la integridad y el crecimiento a largo plazo.

- Medidas de igualdad de género, accesibilidad e inclusión: Como parte de su compromiso con la igualdad, IES y su matriz Dorna, estrenaron en 2024 el FIM Women's Circuit Racing World Championship o el WorldWCR, diseñado para ofrecer a las mujeres una alternativa más en su trayectoria profesional dentro del motociclismo de competición, al mismo tiempo que actúa como plataforma para inspirar a futuras generaciones. ha implementado el 'Punto Violeta', un espacio destinado a la atención, prevención y respuesta ante cualquier tipo de violencia de género dentro del festival. Este punto, atendido por profesionales especializados, busca garantizar un entorno seguro y libre de violencia para todas las asistentes, reforzando el mensaje de tolerancia cero ante cualquier agresión.

- Impacto económico positivo: El Mundial de MotoGP es un dinamizador económico para Andalucía en general y para Jerez de la Frontera, su provincia y toda su área geográfica de influencia en particular al acoger el Gran Premio de España de MotoGP.

Según los organizadores del evento, el público asistente al Gran Premio de España en la presente temporada alcanzó su máximo de afluencia el domingo 27 de abril con un total de 101.009 espectadores, lo que supone un incremento respecto a la edición del año anterior del +24,5%.



Igualmente, y según datos de la Oficina del Dato de la EPGTDA, y teniendo en cuenta esta cifra de asistentes, se estima que esta edición ha atraído a un total de 48 mil turistas, lo que supone un aumento respecto a la edición del año anterior del +15,3%. A nivel económico se estima que el gasto total efectuado por los turistas del Gran Premio Motos GP en el destino andaluz ha sido de 17,3 millones de euros en 2025, lo que supone un aumento respecto al año anterior del +21,3% en términos nominales, una cifra que supone el mejor nivel registrado de la serie histórica disponible. Este buen resultado se debe tanto al aumento del número de turistas como al incremento del gasto medio diario (+7,88 euros) que se sitúa en esta edición en 112,60 euros por turista y día, mientras que la estancia en el destino andaluz se situó en 3,18 días de media.

Las prestaciones a contratar se materializarán de acuerdo con el siguiente detalle:

- a) Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en una curva exclusiva de vallas de 15 x 2 m y/o 5 x 1 m o 6 x 1.20m con visión en televisión durante los siguientes cinco grandes premios de la temporada 2026 de MotoGP:

GRAND PRIX OF BRASIL*.
GRAND PRIX OF QATAR.
GRAND PRIX OF THE AMERICAS
GRAN PREMIO DE ESPAÑA.
GRAND PRIX OF INDONESIA

**Debido a que en 2026 se llevará a cabo la primera edición del Grand Prix of Brasil, en el momento de la presente propuesta IES no dispone de la información del circuito para determinar la disponibilidad de la curva donde aparecerá la publicidad de TURISMO Y DEPORTE DE ANDALUCIA. En el supuesto que no sea posible confirmar la presencia de TURISMO Y DEPORTE DE ANDALUCIA en el Grand Prix of Brasil, las partes acordarán un evento alternativo antes del 31 de enero de 2026.*

- b) Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en soportes que componen el Parc Fermé, donde los tres primeros pilotos de cada categoría acuden tras la finalización de cada carrera y realizan sus primeras declaraciones durante el Gran Premio de España de MotoGP de la temporada 2026.
- c) Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en el vehículo en el que los pilotos realizan el "Riders Parade" durante el Gran Premio de España de MotoGP de la Temporada 2026.
- d) Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en lona o soporte similar de 10,4m x 4m en de las colinas del Circuito de Jerez sin visión en televisión, durante el Gran Premio de España de la temporada 2026 de MotoGP.
- e) Emisión de un vídeo de Andalucía en las pantallas instaladas en el circuito durante el Gran Premio de España de la temporada 2026
- f) Inserción virtual de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en la señal internacional de televisión durante la emisión en directo del Gran Premio de España de la temporada 2026 de MotoGP
- g) Derecho a utilizar un máximo de hasta 2' de imágenes del Gran Premio de España para vídeos promocionales de Andalucía y 10" de imágenes para su inclusión en anuncios promocionales de Andalucía en televisión.



- h) Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en el vídeo de 20" "Color of the Country" que realizará IES y que será emitido en la señal internacional de televisión que se suministra a todas las televisiones que emiten el Gran Premio de España. El vídeo contará con imágenes de Andalucía que proporcionará Turismo y Deporte de Andalucía y se alojará en la página web de MotoGP geolocalizado para España al menos 15 días antes del Gran Premio de España.
- i) Presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía en el vídeo de 3' extensión de "Color of the Country" que realizará IES para la promoción de Andalucía como destino turístico. El vídeo contará con imágenes de Andalucía que proporcionará Turismo y Deporte de Andalucía.
- j) Inserción de un banner rotativo de Andalucía formato publicitario leaderboard (1512x100), en la web www.motogp.com y las adaptaciones para la aplicación oficial de MotoGP para dispositivos móviles, con presencia a lo largo de toda la temporada de MotoGP y un máximo de 500.000 impresiones geolocalizadas en Argentina, Australia, Qatar, España y Estados Unidos. Turismo y Deporte de Andalucía facilitará la creatividad de dicha inserción publicitaria con las características y dimensiones indicadas por IES.
- k) Inserción de un banner de Andalucía en el apartado "Destination Guide" en la web de MotoGP
- l) Inserción de un redaccional en lengua castellana e inglesa elaborado por IES en la página inicial de la web de MotoGP para la promoción de Andalucía y que incluirá la publicación del vídeo de 3' extensión de Color of the Country geolocalizado en España. Turismo y Deporte de Andalucía facilitará las creatividades e información necesarias para ello.
- m) IES acreditará a dos creadores de contenido seleccionados por Turismo y Deporte de Andalucía para la promoción de la marca "Andalucía" y su posterior difusión en redes sociales. Los perfiles seleccionados estarán especializados en turismo, motor, deporte, estilo de vida o innovación, y su contenido irá etiquetado con la cuenta de Turismo y Deporte de Andalucía con "#Andalusiancrush".
- n) IES facilitará a Turismo de Andalucía los contactos de los responsables de prensa de todos los equipos de MotoGP, Moto2 y Moto3 para que puedan solicitar entrevistas con al menos un piloto por categoría oficial. Las entrevistas se grabarán en formato breve (2-3 minutos) y serán utilizadas para contenido promocional de Andalucía como destino turístico y deportivo, siendo responsabilidad de Turismo de Andalucía realizar las peticiones y acordarlos con los equipos.
- o) IES acreditará y dará acceso al circuito a un equipo de grabación, compuesto por un máximo de tres (3) personas, contratado por Turismo de Andalucía, para la creación de contenido acerca del Gran Premio de España para la promoción de la marca "Andalucía" y su posterior difusión en redes sociales. El acceso se proveerá desde el jueves al domingo del Gran Premio de España y el equipo de Turismo y Deporte de Andalucía tendrá acceso a la zona de paddock y públicas del circuito y tendrá permiso para grabar imágenes de ambiente, zonas técnicas y espacio de marca (nunca pista o actividad deportiva).
- p) Publicación de un post con imagen y texto en la cuenta oficial de MotoGP (Pregunta del Gran Premio) en la plataforma Facebook e Instagram, a nivel global, durante la semana de celebración del Gran Premio de España de la temporada 2026.



- q) Realización y publicación de tres videos, con temática a decidir entre las partes, en la plataforma Facebook e Instagram de la cuenta oficial de MotoGP y geolocalizado para España.
- r) Realización y publicación de un video con temática a decir entre las partes en la cuenta oficial de Facebook e Instagram de MotoGP, a nivel global. Este video estará etiquetado con la cuenta de la EPGTDA con “#Andalusiancrush” y se grabará en inglés dado que se publicará en las cuentas de Instagram y Facebook de MotoGP de manera global.
- s) Disposición de un área de hospitalidad de 60 m2 situada en el piso primero del edificio de boxes del circuito durante el Gran Premio de España de la temporada 2026 de MotoGP.
- t) 15 pases VIP Village Silver para el sábado del Gran Premio y 15 pases Gold para el domingo de los grandes premios de Indonesia y Qatar que incluyan la presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía
- u) 10 pases VIP Village Silver para el sábado del Gran Premio y 15 pases Gold para el domingo de los grandes premios de Brasil y Estados Unidos que incluyan la presencia de la marca Andalucía y Junta de Andalucía

A. Periodo de la acción publicitaria:

Desde de la firma del contrato al 1 de diciembre de 2026

B. Alcance de las prestaciones contratadas

La previsión es alcanzar más de 20 millones de impactos publicitarios únicos de la marca Andalucía solo con la retransmisión televisiva, a los que se sumarían más de medio millón en alcances gracias a las publicaciones con presencia de marca en las redes sociales MotoGP.com.

C. Mercados Geográficos

Nacional e internacional

4. DESGLOSE DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de SIETE MILLONES VEINTICINCO MIL OCHOCIENTOS TRES EUROS Y VEINTINUEVE CÉNTIMOS DE EURO (7.025.803,29 €), IVA incluido. Atendiendo a lo indicado en el artículo 100.2 de la LCSP, el presupuesto base de la licitación se desglosa de la siguiente forma:



Concepto	Importe (€)
A. Costes directos	4.362.471,07
B. Costes indirectos ¹ (10%)	436.247,11
C. Total presupuesto ejecución material (A + B)	4.798.718,18
D. Gastos generales ² (15% s/ ejecución material)	719.807,73
E. Beneficio industrial (6% s/ ejecución material)	287.923,09
F. Presupuesto ejecución por contrata (C+D+E)	5.806.449,00
G. IVA (21% o el que corresponda)	1.219.354,29
H. Presupuesto base de licitación IVA incluido (F+G)	7.025.803,29

Los costes directos contemplados en la determinación del presupuesto base de licitación son los siguientes:

Concepto	Importe (€)
Producción, instalación y derechos de visibilidad internacional en TV para cinco grandes premios.	1.578.318,04
Colocación y producción de soportes visibles en entrevistas post-carrera.	142.048,62
Rotulación del vehículo y derechos de visibilidad institucional.	94.699,08
Producción e instalación en zona visible solo para público presencial.	78.915,90
Reproducción técnica y coordinación con sistema audiovisual del circuito.	63.132,72
Integración digital en emisión internacional en directo.	284.097,25
Producción, edición y emisión geolocalizada.	220.964,53
Producción extendida para uso digital y promocional.	315.663,61
Publicidad digital en plataformas web y móviles.	189.398,17
Inserción en espacio promocional dedicado al destino.	94.699,08
Creación y publicación de artículo en español e inglés con vídeo.	142.048,62
Gestión de pases y soporte logístico para creadores.	37.879,63
Accesos, permisos de grabación y soporte logístico.	110.482,26
Publicación patrocinada durante semana del GP España.	189.398,17
Grabación, edición y publicación segmentada para España.	220.964,53
Producción y difusión internacional del contenido.	220.964,53
Alquiler del espacio, mobiliario y servicios incluidos.	378.796,33
TOTAL	4.362.471,07

Asimismo, el citado presupuesto se ha sido determinado conforme a los precios establecidos por la entidad organizadora International Events Services, S.L.U. Este importe viene avalado por los siguientes datos:

a) Precio de la contratación en ejercicios anteriores:

- Edición 2023: 6.480.760,00 euros, IVA incluido.
- Edición 2024: 6.803.551,70 euros, IVA incluido.
- Edición 2025: 6.675.182,80 euros, IVA incluido.

El incremento del importe de la edición de 2026 se justifica en base a:

- La previsible subida del IPC. Según la entidad bancaria Bankinter se espera que, a final de 2025, la tasa del IPC se sitúe en el 2,3%.

- Las prestaciones de la edición 2026 son superiores a las de ediciones anteriores, al incluirse en el acuerdo para la temporada 2026 pases destinados a relaciones públicas con el sector turístico internacional para los grandes premios de Brasil, Qatar, Las Américas e Indonesia.

¹ Contempla amortizaciones, supervisión y control de calidad, y otros conceptos asociados a la producción que se pretende contratar.

² Incluye gestión comercial y administración



b) Retorno obtenido en edición 2025 del Gran Premio de España. Datos de 2024 y previsión 2026:

El precio viene asimismo justificado por los excelentes resultados de la edición del Gran Premio de España de MotoGP en esta temporada 2025, que ha generado un impacto turístico en la provincia de Cádiz y su entorno de 17,3 millones de euros, el mejor nivel registrado en la serie histórica, con un incremento del 21,3 % sobre la edición de 2024. El crecimiento del impacto turístico del Gran Premio se sustenta tanto en el incremento en el número de turistas como en la subida del gasto medio diario en destino, que asciende a 7,88 euros y sitúa en esta edición el gasto total en 112,6 euros por turista y día, alcanzando la estancia media en 3,18 días.

Así pues, este patrocinio ha generado beneficios económicos para las PYMES emplazadas en la ciudad de Jerez y su ámbito geográfico, dado el importante movimiento de público que genera esta prueba durante los tres días en los que se desarrolla. De este movimiento se ven beneficiados diferentes sectores, como la hostelería, la restauración o el comercio.

Los buenos datos avalan el apoyo de Andalucía a este evento deportivo. En el año 2024 se celebraron 20 Grandes Premios en los cinco continentes abarcando 16 países. La señal de televisión de los Grandes Premios llegó a más de 200 países, emitiéndose un total de 36.196 horas de contenido. La retransmisión televisiva de los grandes premios de Jerez, Japón, Tailandia y Malaysia supuso un impacto mediático de la marca Andalucía que alcanzó a 21,2 millones de telespectadores (monitorizando el impacto en España, Francia, Italia y Gran Bretaña) con una valoración económica que ascendió a 1.83M€

ROI Marca Andalucía

Retorno de Inversión					
GP	Nº Emisiones	Tiempo de presencia	Valor Económico (ROI)	Impactos Audiencia	GRP's
Gran Premio Estrella Galicia 0,0 de España	44	3:27:14	1.413.515 €	9.924.009	9,37
Motul Grand Prix of Japan	36	0:33:29	193.892 €	3.409.970	0,30
PT Grand Prix of Thailand	35	0:19:08	120.310 €	4.100.129	0,48
PETRONAS Grand Prix of Malaysia	35	0:17:17	98.495 €	3.776.214	0,28
Total	150	4:37:08	1.826.212 €	21.210.321	10,44

Además, el pasado año, la web y app de MotoGP alcanzó los 17.5 millones de usuarios, mientras que las redes sociales y plataformas digitales llegaron a los 59 millones de seguidores. Los principales datos de las plataformas más importantes son los siguientes:

- Facebook: 19,1 millones de seguidores.
- Instagram: 16,6 millones de seguidores.
- YouTube: 6,5 millones de suscriptores.
- X (Twitter): 3,2 millones de seguidores.
- TikTok: 3,8 millones de seguidores.

Por último, el pasado año se estableció un récord de asistencia, con más de 3 millones de espectadores en los eventos de MotoGP™, recibiendo a 3.033.255 aficionados en los circuitos.

Teniendo en cuenta los datos anteriores, se espera para la próxima temporada un impacto mediático de la marca Andalucía, solo en la retransmisión televisiva, en torno a los 21 millones, con un ROI de alrededor de 2 millones de euros.



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 7.025.803,29 euros, IVA incluido con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC25T-00238, según el siguiente detalle de anualidades:

Anualidad	Código Proyecto/s	Importe (€, IVA incl.)
2026	PRY2026-0015	7.025.803,29

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 2026

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 International Events Services, S.L.U., poseen la exclusividad de la organización y 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 compra de espacios publicitarios en el FIM WORLD CHAMPIONSHIP GRAND PRIX 2026 por un importe de VEINTICINCO MIL OCHOCIENTOS TRES EUROS Y VEINTINUEVE CÉNTIMOS DE EURO (7.025.803,29 €), IVA incluido.

Director de Marca
29 de julio de 2025