

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DEL ESPACIO EXPOSITIVO DE 36m² Y ACCESO A LAS CITAS PREFIJADAS (AGENDA B2B) PARA EL STAND DE ANDALUCÍA EN LA FERIA IGTM – INTERNATIONAL GOLF TRAVEL MARKET, EN CANNES (FRANCIA), DEL 20 AL 23 DE OCTUBRE DE 2025 (Expdte. C2N07-06SK-0925-0157), CON PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 31.293,00 € (IVA excluido).

CPV: 70220000-9

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.

Así, Turismo y Deporte de Andalucía desarrolla actividades y servicios destinados a la mejora y crecimiento de la industria turística y del deporte en Andalucía. Dentro de estas acciones se contempla la participación en ferias internacionales de referencia, con el objetivo de reforzar la presencia y posicionamiento del destino Andalucía en los mercados emisores prioritarios.

En este marco, y conforme al Plan de Acción 2025, se considera estratégico participar en la feria IGTM – International Golf Travel Market, que se celebrará en la ciudad de Cannes (Francia) del 20 al 23 de octubre de 2025.

La IGTM constituye el evento internacional de turismo de golf más relevante a nivel mundial, especializado en la touroperación, agencias, destinos y proveedores vinculados al producto golf. Su formato distintivo se basa en la organización de agendas de citas B2B prefijadas entre compradores internacionales y destinos participantes, lo que garantiza la consecución de reuniones profesionales de alto valor añadido.

La contratación del espacio en IGTM incluye el acceso a dichas agendas de reuniones prefijadas para los delegados representantes de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía (EPGTDA), asegurando así la visibilidad del destino y el contacto directo con los principales operadores del sector.

La presencia en esta feria permitirá intensificar la promoción del producto golf de Andalucía, considerado estratégico para la desestacionalización de la demanda turística y la captación de viajeros de alto poder adquisitivo, consolidando a la vez la posición de Andalucía como destino líder en Europa.

2. FINANCIACIÓN.

La financiación de este evento se ha previsto con cargo al código de proyecto PRY2025-0206 del ERP-Navision, con el siguiente código de fuente de financiación: 170000G/75B/74301/00 cofinanciado con Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER) y a una tasa de cofinanciación del 85%.



Esta contratación está enmarcada en el código 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.

La finalidad de este procedimiento es la contratación del espacio expositivo de 36m² en IGTM 2025 para el stand de Andalucía.

La feria IGTM se organiza mediante un formato de citas B2B preagendadas entre compradores internacionales y destinos/empresas expositoras, garantizando un elevado retorno comercial. La contratación del espacio incluye, además, el acceso a la agenda de citas prefijadas para los delegados representantes de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía (EPGTDA), lo que asegura la participación efectiva en las reuniones con los principales touroperadores y agentes especializados en golf a nivel internacional.

La participación permitirá mantener una agenda de más de un centenar de reuniones profesionales, reforzar la marca Andalucía Golf en los principales mercados emisores y consolidar la relación con touroperadores especializados.

4. DESGLOSE DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO.

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de TREINTA Y SIETE MIL OCHOCIENTOS SESENTA Y CUATRO EUROS Y CINCUENTA Y TRES CÉNTIMOS DE EURO (37.864,53 €) IVA INCLUIDO. 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	23.510,89
B. Costes indirectos (10%)	2.351,09
C. Total presupuesto ejecución material (A + B)	25.861,98
D. Gastos generales (15% s/ ejecución material)	3.879,30
E. Beneficio industrial (6% s/ ejecución material)	1.551,72
F. Presupuesto ejecución por contrata (C+D+E)	31.293,00
G. IVA (21%)	6.571,53
H. Presupuesto base de licitación (F+G)	37.864,53



Los costes directos se desglosan de la siguiente manera:

Concepto	Importe (€)
Mantenimiento de superficie expositiva	7.053,30
Electricidad y conexiones técnicas	2.351,09
Limpieza del espacio	1.410,65
Seguridad y vigilancia	1.880,84
Señalización y rotulación básica	1.410,65
Producción de acreditaciones	1.175,54
Personal técnico y de apoyo	2.821,31
Servicios sanitarios o de emergencia	940,44
Inserción en catálogo oficial y web de la feria	2.351,09
Internet y telecomunicaciones	2.115,98
Total	23.510,89

La participación de Andalucía en la feria IGTM – International Golf Travel Market responde a la estrategia de reforzar el posicionamiento del destino como líder en turismo de golf a nivel internacional. Este evento constituye la principal plataforma de negocio especializada en el sector, reuniendo a los más destacados compradores internacionales, touroperadores, agencias de viajes y destinos, lo que lo convierte en un espacio de referencia ineludible para el desarrollo de oportunidades comerciales.

La inversión en este evento se realiza con la expectativa de obtener un retorno en visibilidad y negocio muy superior, dado que se estima que el stand de Andalucía reciba una amplia afluencia de profesionales especializados. La presencia en IGTM no solo contribuye a consolidar la imagen de Andalucía como destino de golf de referencia, sino que también tiene un efecto multiplicador, ya que las empresas andaluzas participantes generan oportunidades comerciales valoradas en miles de euros, incrementando de manera significativa el impacto global de la acción.

La inversión de cada año se ajusta a la tarifa oficial de contratación del espacio expositivo facilitada por Reed Exhibitions Ltd.

En la edición de 2024, la inversión ascendió a 45.514,15 € (IVA incluido), y se contó con la participación agrupada de 22 expositores andaluces. Dicha edición congregó a más de 1.300 compradores internacionales y alrededor de 700 expositores de 65 países, lo que permitió a las empresas andaluzas acceder a un volumen significativo de reuniones de negocio previamente programadas, optimizando así la rentabilidad de la participación.

Para la edición 2025, la inversión prevista se sitúa en 37.864,53 € (IVA incluido) y la representación de Andalucía estará compuesta por 16 expositores privados, además de la participación institucional de Turismo y Deporte de Andalucía. Toda la presencia andaluza se articula dentro de un stand único de 100 m², diseñado y construido por Turismo y Deporte de Andalucía. De este espacio, 36 m² se destinan a la zona institucional, mientras que los 64 m² restantes se distribuyen entre las 16 empresas participantes mediante módulos de 4 m² cada una. Este esquema permite a Andalucía mantener una imagen de destino sólida y reconocible, al tiempo que se facilita la integración de los expositores privados bajo una misma estrategia de marca. Aunque el número de empresas participantes en 2025 es inferior al de 2024, la calidad y especialización de las mismas asegura el mantenimiento del posicionamiento de Andalucía como destino competitivo, ofreciendo un producto consolidado y adaptado a las demandas de los compradores internacionales.



La IGTM constituye el encuentro profesional más relevante en el calendario internacional del turismo de golf. El formato de la feria, basado en agendas de citas previamente concertadas, garantiza la eficacia de los contactos y el retorno de la inversión, al tiempo que permite identificar tendencias, establecer sinergias y reforzar vínculos con los principales actores del sector. La evolución de la participación de Andalucía en las últimas ediciones de IGTM se refleja en el siguiente cuadro comparativo:

Edición	Inversión (IVA incluido)	Nº Expositores	Superficie contratada	Observaciones
2024	45.514,15 €	20 + Turismo y Deporte de Andalucía	84 m ²	Inversión ajustada a la tarifa oficial de Reed Exhibitions Ltd.
2025	37.864,53 €	16 + Turismo y Deporte de Andalucía	100 m ² (36 m ² institucional + 64 m ² expositores)	Stand único de 100 m ² diseñado y construido por Turismo y Deporte de Andalucía. En relación al espacio, esta empresa pública tan sólo se hace cargo de la parte institucional.

En conclusión, la presencia de Andalucía en IGTM representa una acción estratégica para la consolidación del turismo de golf como producto tractor dentro de la oferta andaluza, contribuyendo al incremento de la notoriedad internacional del destino y al crecimiento económico de las empresas del sector.

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 37.864,53 €, IVA incluido, con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC25T-00276 según el siguiente detalle de anualidades:

Anualidad	Código Proyecto/s	Importe (€, IVA incl.)
2025	PRY2025-0206	37.864'53€

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS.

El plazo de ejecución es de 4 días, del 20 al 23 de octubre de 2025, incluyendo montaje y desmontaje. No se prevén prórrogas.

7. CAUSAS DE MODIFICACIÓN DEL CONTRATO.

No se prevé modificación del contrato.

8. JUSTIFICACIÓN DE NO DIVISIÓN EN LOTES.



No cabe la división en lotes, al tratarse de una prestación única y exclusiva donde además existen derechos exclusivos que obligan a contratar con un único empresario, Reed Exhibitions Limited.

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 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 expuesto, se hace necesaria la contratación del alquiler del espacio expositivo de 36m² para el stand de Andalucía en la feria IGTM – International Golf Travel Market, que se celebrará en Cannes, del 20 al 23 de octubre de 2025, por un importe de 31.293,00 € (IVA excluido), incluyendo el acceso a las citas prefijadas (agenda B2B).

Técnico/a Responsable:

Director/a Responsable PAIF

Fdo:
Puesto: Técnico
Fecha: 16 de septiembre de 2025

Fdo:
Cargo: Director de Turismo
Fecha: 16 de septiembre de 2025