

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DE ESPACIO PROPIO PARA LA PARTICIPACIÓN DE ANDALUCÍA EN LA FERIA WTM 2025, DEL 4 AL 6 DE NOVIEMBRE DE 2025 (EXPEDIENTE: C2N07-06ER-0825-0137) CON PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 444.940,71 € (IVA excluido).

Código 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.

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.

Esta acción ayudará a internacionalizar las pymes fundamentalmente a través de las plataformas tecnológicas que se pondrán a disposición de ellas durante los tres días de feria, como las pantallas de televisión donde podrán presentar sus productos y oferta turística a través de vídeos cortos, o la plataforma digital "Andalusian Crush Link", que les permitirá:

- Mayor visibilidad durante la feria: Al registrar los datos en esta plataforma cada empresa aumentará su visibilidad frente a socios comerciales potenciales y clientes internacionales interesados en el turismo en Andalucía que se hayan registrado previamente en la plataforma. Este les permitirá destacar en un entorno altamente competitivo y captar la atención de empresas y profesionales que buscan establecer nuevas alianzas comerciales.
- Organización eficiente de reuniones: La plataforma les permitirá planificar y coordinar sus reuniones con antelación, lo que optimizará su tiempo durante la feria. Podrán crear una agenda personalizada que se ajuste a sus necesidades, asegurando que cada minuto en el evento sea aprovechado para generar contactos estratégicos y fortalecer relaciones comerciales.
- Oportunidades de networking, ya que tendrán acceso directo a una amplia red de profesionales y empresas del sector turísticos que se hayan registrado previamente en la plataforma. Esta facilitará la creación de sinergias y colaboraciones entre los participantes, brindando a las Pymes la oportunidad de ampliar su red de contactos y establecer relaciones comerciales valiosas que pueden generar oportunidades a largo plazo para su negocio.

La presencia de Andalucía con expositor propio en esta feria permitirá a las empresas participantes acceso a este mercado emisor. Asimismo, obtendrán mayores oportunidades de negocio a escala internacional y verán aumentada su visibilidad.

Además, en la ciudad de Londres se pondrá en marcha una acción paralela de networking fuera del recinto ferial, a la que se invitarán a más de 100 empresas británicas entre tour operadores, agencias de viaje y otras empresas del sector, que tendrán la oportunidad de interactuar con las Pymes andaluzas, por lo que este acto, sin duda, se convertirá en otra plataforma más que les brindará otras oportunidades de negocio.

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 y 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.

Está cofinanciado con Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER) y a una tasa de cofinanciación del 85%.

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

El objeto del presente procedimiento es la participación de Andalucía con espacio propio en Londres, que 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 en el sector turístico británico gracias a los contactos que se establecerán con algunos medios de comunicación.

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, la presencia y participación de Andalucía con Stand propio e independiente del de Turespaña en esta feria internacional es necesaria e indiscutible, y supone una gran oportunidad para nuestra región, que podrá presentarse ante este mercado emisor, dando a conocer de primera mano su oferta turística de calidad a todo aquel que visite el expositor y que participe en las actividades que allí se realicen.

4. DESGLOSE DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de QUINIENTOS TREINTA Y OCHO MIL TRESCIENTOS SETENTA Y OCHO EUROS CON VEINTISEIS 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	334.290,54 €
B. Costes indirectos (10%)	33.429,06 €
C. Total presupuesto ejecución material (A + B)	367.719,60 €
D. Gastos generales (15% s/ ejecución material)	55.157,93 €
E. Beneficio industrial (6% s/ ejecución material)	22.063,18 €
F. Presupuesto ejecución por contrata (C+D+E)	444.940,71 €
G. IVA (21%)	93.437,55 €
H. Presupuesto base de licitación (F+G)	538.378,26 €

Los costes directos se desglosan de la siguiente manera:

Concepto	Importe (€)
Mantenimiento de superficie expositiva	100.287,58 €
Electricidad y conexiones técnicas	33.429,05 €
Limpieza del espacio	20.057,43 €
Seguridad y vigilancia	26.742,84 €
Señalización y rotulación básica	20.057,43 €
Producción de acreditaciones	16.714,53 €
Personal técnico y de apoyo	40.114,86 €
Servicios sanitarios o de emergencia	13.371,62 €
Inserción en catálogo oficial y web de la feria	33.429,05 €
Internet y telecomunicaciones	30.086,15 €
Total	334.290,54 €

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.

Aunque el espacio expositivo es el mismo al del año anterior, en esta edición se ha producido un incremento en el coste del suelo en torno al 14% (alrededor de 400.000 euros en 2024), debido al encarecimiento de los servicios feriales y logísticos. Estos precios de coste de suelo, participación, servicios básicos y suministros técnicos han sido actualizados por la propia organización ferial.

Asimismo, esta cifra corresponde a la tarifa oficial de contratación del espacio expositivo para un stand de 580,75 m² ofrecida por Reed Exhibitions Ltd. para la edición 2025 de WTM. El coste para ediciones anteriores ha sido el siguiente:

- Edición 2024: 400.000 €, IVA no incluido (Expdte. C2N07-06FB-0524-0111), para 580,75 m².
- Edición 2023: 340.700 €, IVA no incluido (Expdte. C2N07-06AM-0723-0182), para 558,50 m².
- Edición 2022: 328.000 €, IVA no incluido (Expdte. C2N07-06AM-0922-0188) para 550,00 m².

Según datos ofrecidos por la organización ferial (Excel London), 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%. Según datos presentados por la Oficina del Dato, Andalucía recibió en 2024 a 2,8 millones de turistas británicos, un +7,2% más que en el año anterior, pero aún permanece un -7% por debajo del nivel de 2019 (con 3 millones de turistas), lo que indica que aún no se han alcanzado los niveles anteriores a la pandemia y que hay que seguir reforzando la promoción en este mercado.



Para esta edición de 2025, se espera que estos datos sigan aumentando, siguiendo la tendencia de los últimos años, como se indica a continuación:

Año	Asistentes profesionales	Expositores	Coste EPGTDA
2023	43.727	4.560	360.000 €
2024	46.316	5.049	388.000 €

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 538.378,26 € (IVA incluido) con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC25T-0212 según el siguiente detalle de anualidades:

Anualidad	Proyecto/s	Importe (€, IVA incl.)
2025	PRY2025-0053	538.378,26 €

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 un espacio propio e independiente de Turespaña, en la Feria World Travel Market de Londres, WTM 2025, cuyo espacio total será de 580,75 m2, y el coste, QUINIENTOS TREINTA Y OCHO MIL TRESCIENTOS SETENTA Y OCHO EUROS CON VEINTISEIS CÉNTIMOS, IVA incl.

Técnico Responsable:

Director Responsable PAIF

Área de Turismo

Cargo: Director de Turismo
Fecha: 23 de junio de 2025