

MEMORIA JUSTIFICATIVA DEL PATROCINIO DE LA GALA DE LA GUÍA MICHELÍN 2025 (Expdte. C2N06-06CR-1025-0164), CON PRESUPUESTO DE 600.000,00 € (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.

Es el caso de la Gala de la Guía Michelin 2026, un prestigioso evento organizado por Michelin España Portugal S.A. que tendrá lugar en la ciudad de Málaga el próximo 25 de noviembre de 2025. La celebración de es Gala en Andalucía representa una oportunidad única para potenciar la promoción y comunicación turística de la región. Al ser un evento de gran prestigio en el mundo de la



gastronomía, atrae la atención de medios nacionales e internacionales, así como de turistas interesados en la alta cocina. La presencia de chefs galardonados y la difusión de la gala en diferentes plataformas permiten destacar los activos culinarios y culturales de Andalucía, posicionando a la región como un destino gastronómico de primer nivel. Además, esta visibilidad ayuda a reforzar la imagen de Andalucía como un lugar innovador, sofisticado y con una oferta de calidad excepcional.

La Gala Michelin también impulsa la competitividad de Andalucía frente a otros destinos, ya que sitúa a la región en el mapa de la alta gastronomía mundial. La presencia de restaurantes y chefs reconocidos internacionalmente refuerza la percepción de que Andalucía es un destino que combina tradición y modernidad en su oferta culinaria. Esto atrae a un perfil de turista que busca experiencias exclusivas y de alto valor, diferenciando a Andalucía de otros destinos que no cuentan con este tipo de reconocimiento. La celebración de eventos de esta magnitud ayuda a consolidar la región como un referente en innovación y calidad en el sector turístico.

En cuanto a los activos en sostenibilidad y calidad, la Gala Michelin puede ser un vehículo para comunicar los esfuerzos de Andalucía en estos ámbitos. La promoción de restaurantes que apuestan por prácticas sostenibles, ingredientes locales y respeto por el medio ambiente, puede ser destacada durante el evento. Esto transmite un mensaje claro sobre el compromiso de la región con la sostenibilidad y la responsabilidad social, aspectos cada vez más valorados por los viajeros. Además, la calidad de la oferta gastronómica, que se refleja en las estrellas Michelin, refuerza la percepción de Andalucía como un destino que combina excelencia en todos sus aspectos.

La celebración de la Gala también contribuye a mejorar la imagen de marca de Andalucía, proyectando una imagen moderna, innovadora y de alto nivel. La presencia de figuras internacionales y la cobertura mediática global ayudan a consolidar la percepción de la región como un destino que combina su rico patrimonio cultural con una oferta contemporánea y vanguardista. Este posicionamiento estratégico favorece la atracción de nuevos segmentos de turistas interesados en experiencias culturales, gastronómicas y de ocio de primer nivel, fortaleciendo así la competitividad del destino en el mercado global. Así, la Gala Michelin funciona como un instrumento para comunicar los valores y activos de Andalucía, como su patrimonio, gastronomía, calidad de vida y sostenibilidad reforzando la imagen de la región como un destino completo y de primer orden. La Guía Michelin es una prestigiosa publicación anual creada por la empresa francesa de neumáticos del mismo nombre. Su objetivo original, cuando se lanzó en 1900, era incentivar los viajes en automóvil en Francia, proporcionando información útil a los conductores, como mapas, instrucciones para cambiar neumáticos, estaciones de servicio y lugares donde comer o alojarse. Con el tiempo, la guía fue evolucionando hasta convertirse en un referente mundial en el ámbito gastronómico.

Actualmente, esta publicación destaca la intensidad y el dinamismo de cada escena culinaria local, ayudando a los amantes de la gastronomía y a los viajeros de todo el mundo a hacer una elección informada e inspiradora entre opciones de alta calidad, que van desde restaurantes palaciegos a tabernas de pueblo y establecimientos de comida callejera.

Uno de los elementos más famosos de la Guía Michelin es el sistema de estrellas que se otorgan a los restaurantes según su calidad culinaria. Una estrella indica "una cocina muy buena en su categoría", dos estrellas señalan "una cocina excelente, que vale la pena desviarse", y tres estrellas representan "una cocina excepcional, que justifica el viaje". Obtener una o más estrellas Michelin es uno de los máximos reconocimientos para chefs y restaurantes de todo el mundo.

Además de las codiciadas estrellas, la guía también incluye otras distinciones. Una de ellas es el Bib Gourmand, que se otorga a restaurantes que ofrecen una excelente relación calidad-precio. También se incluyen menciones de restaurantes recomendados sin estrellas que, aun así, destacan por su calidad. Esto permite a los lectores encontrar opciones culinarias destacadas, incluso si no están buscando una experiencia de alta cocina.



La Guía Michelin ha ampliado su alcance mucho más allá de Francia y hoy en día incluye más de 16.500 restaurantes en más de 50 destinos de América, Europa, Asia y África incluyendo, entre otros, a Japón, Estados Unidos, Brasil, China, Canadá, Vietnam o Tailandia. Cada edición es preparada por inspectores anónimos altamente capacitados, que visitan los restaurantes sin identificarse y evalúan aspectos como la calidad de los ingredientes, el dominio de la técnica, la armonía de los sabores, la personalidad de la chef a través de su cocina o la coherencia del menú.

Así pues, como uno de los referentes culinarios del mundo, Michelin organiza anualmente en diferentes países del mundo la Gala Michelin, el evento oficial en el que se anuncian públicamente los restaurantes que han sido galardonados con estrellas en la nueva edición de la Guía Michelin de un país o región concreta. Es una ceremonia anual muy esperada en el mundo de la gastronomía, ya que revela quiénes han sido reconocidos y qué nuevos talentos emergen en la escena culinaria. Durante la gala se reúnen chefs, críticos gastronómicos, periodistas y personalidades del sector, se presenta la lista completa de restaurantes con nuevas estrellas, se entregan premios especiales (como el del chef joven, chef mentor, o el reconocimiento a la sostenibilidad) y se destaca el trabajo de cocineros que han hecho contribuciones significativas a la cocina.

Además, el evento contará con actividades paralelas que contribuirán a reforzar la promoción del destino como "El debate de la Gala", en que profesionales de prestigio de la gastronomía debatirán sobre los temas más relevantes de la actualidad culinaria.

El patrocinio de la Gala Michelin contribuirá sin duda por sus características a reforzar la posición estratégica del turismo en Andalucía mediante la creación de riqueza de forma equilibrada en el territorio sobre los pilares de la sostenibilidad global, social, económica y ambiental, la calidad integral y la innovación.

2. FINANCIACIÓN

La acción está financiada a través PRY2025-0455 con Fuente de Financiación 10000G/75B/44364/000 y PAIF 1.4.2.1., 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 objeto del presente procedimiento es la contratación del patrocinio de la Gala Michelin 2026

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.



La Gala Michelin es un evento que tiene un gran potencial para atraer turismo de manera sostenible y fortalecer la oferta gastronómica y turística del destino, además, contribuye a la desestacionalización y diversificación de la oferta:

Fomento de la gastronomía andaluza: La elección de Andalucía y, en concreto Málaga, para la celebración de la Gala Michelin significa el reconocimiento y apoyo público de esta prestigiosa guía a la gastronomía de la región. Michelin incluye en su edición de 2025 un total de 152 restaurantes andaluces distribuidos en las ocho provincias, de los que dos de ellos cuentan con 3 estrellas; cuatro con 2 estrellas; veintiuno con 1 estrella y 33 son Bib Gourmand. La gastronomía andaluza es un pilar fundamental de la identidad cultural y económica de la región gracias a la calidad de sus productos, la diversidad de sus platos y su capacidad para conjugar tradición e innovación.

Sostenibilidad: La sostenibilidad se ha convertido en un eje fundamental para la Guía Michelin en los últimos años, reflejando una creciente conciencia dentro del mundo gastronómico sobre el impacto ambiental, social y ético de la cocina. En respuesta a esta preocupación global, Michelin introdujo en 2020 una nueva distinción llamada Estrella Verde o *Michelin Green Star*, que reconoce a aquellos restaurantes que demuestran un fuerte compromiso con prácticas sostenibles.

Esta Estrella Verde se otorga a restaurantes que aplican criterios como el uso de productos locales y de temporada, el respeto al medio ambiente, la gestión responsable de recursos (como el agua y la energía), la reducción de desperdicios, y la colaboración con productores sostenibles y éticos. También se valora la educación al comensal sobre el origen de los ingredientes y el impacto de sus elecciones alimentarias.

Michelin no aplica una fórmula única para medir la sostenibilidad, ya que entiende que esta puede expresarse de diferentes maneras según el entorno y la cultura local. Lo que busca es premiar una visión holística del restaurante como parte de un ecosistema más amplio: desde la cocina hasta la comunidad. Esto significa que tanto pequeños establecimientos rurales como grandes restaurantes urbanos pueden ser candidatos a recibir la Estrella Verde.

La inclusión de esta distinción refleja el esfuerzo de la Guía Michelin por adaptarse a los desafíos del siglo XXI. Al poner el foco en la sostenibilidad, se reconoce que la excelencia gastronómica ya no se mide solo por el sabor y la técnica, sino también por el respeto al entorno natural y a las personas involucradas en todo el proceso culinario.

En definitiva, la sostenibilidad en la Guía Michelin no es solo una tendencia, sino un paso firme hacia una gastronomía más ética, responsable y consciente. A través de la Estrella Verde y otras iniciativas, Michelin busca inspirar a chefs, restauradores y comensales a pensar más allá del plato y a considerar el impacto de cada decisión en el planeta y en las generaciones futuras.

Impacto económico positivo: La Gala Michelin prevé la asistencia de alrededor de 700 invitados, teniendo en cuenta que el gasto medio diario en Málaga de un visitante a un evento de estas características se sitúa en alrededor de 352 € según datos de 2024 de Málaga Convention Bureau. Así pues, la Gala Michelin supondrá una inyección económica significativa para la ciudad de Málaga pudiendo alcanzar un retorno económico de cerca de 600.000 euros gracias al desembolso en conceptos como el alojamiento, el transporte o la restauración. A ello se suma el impacto mediático del evento que, en su última edición tuvo una audiencia en medios convencionales de más de 9 millones en medio con un valor económico de 30 millones de euros según datos de la empresa Seempre. Por otra parte, el valor del evento en medios digitales alcanzó los 10 millones de euros, cifra aportada por la The Metrics Factory.

Este tipo de eventos beneficia a una amplia cadena de actores locales. Restaurantes, hoteles, empresas de transporte, comercios y proveedores de servicios culturales verán beneficiada su actividad económica. Además, el personal eventual contratado para la organización y logística del evento también representa una fuente temporal de empleo y dinamismo económico.



Además, la unión de la marca Andalucía a la Guía Michelin representa una poderosa estrategia de posicionamiento internacional. La Guía Michelin es sinónimo de excelencia gastronómica, reconocimiento global y 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 culinaria, atrayendo a un público exigente que busca experiencias únicas y auténticas.

La alianza con la Guía Michelin 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 700 invitados 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: El mes de noviembre es un mes tradicionalmente de temporada baja, por lo que la celebración de la Gala Michelin en esta fecha incentiva la llegada de visitantes, contribuyendo de esta forma a una mejor distribución del flujo turístico a lo largo del año y favoreciendo así la desestacionalización.

En definitiva, el patrocinio de la Gala Michelin contribuirá sin duda por sus características a reforzar la posición estratégica del turismo en Andalucía mediante la creación de riqueza de forma equilibrada en el territorio sobre los pilares de la sostenibilidad, la calidad integral y la innovación. La presencia de Andalucía en este evento de prestigio en diferentes soportes publicitarios, contribuirá a reforzar la imagen del destino como sede de grandes eventos a la vez que contribuye a la creación de empleo y a la dinamización económica local y provincial gracias no solo al evento en sí, sino a la excepcional oferta complementaria que acompaña a este tipo de eventos.

El patrocinio establecerá a Andalucía y la Junta de Andalucía como *Host Partner principal* de la Gala Michelin, garantizando una presencia destacada en todos los soportes físicos, digitales y audiovisuales del evento.

Incluirá la aparición de su marca en invitaciones, photocalls, escenarios, chaquetillas y comunicaciones oficiales, además de un spot durante la Gala.

Michelin desarrollará un plan de comunicación conjunto con la EPGTDA para promocionar Andalucía como destino gastronómico, incluyendo publicaciones, menciones en redes y difusión internacional. Así, la EPGTDA dispondrá de acceso preferente para grabaciones, entrevistas, contenidos propios y uso de materiales audiovisuales del evento.

A. Periodo de la acción publicitaria:

Desde la firma del acuerdo al 25 de noviembre de 2025

B. Alcance del patrocinio

Acoger la Gala Michelin 2026 supondrá para Málaga y Andalucía un importante impulso económico directo e indirecto. El evento atraerá a más de 650 invitados, entre ellos chefs de prestigio, medios nacionales e internacionales y líderes del sector turístico y gastronómico, generando un fuerte impacto en la hostelería, restauración, transporte y servicios locales. Según los datos de anteriores ediciones, los restaurantes con estrella aumentan su facturación hasta un 50% y los destinos asociados registran un incremento notable del gasto medio por visitante y de la duración de las estancias, lo que convierte a la gala en un verdadero motor de dinamización turística y económica.

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. La organización de la Gala Michelin prevé la asistencia de alrededor de 700 invitados, por lo que este evento supondrá una inyección económica significativa para la ciudad de Málaga pudiendo alcanzar un retorno económico de alrededor de 600.000 € gracias al desembolso en conceptos como el alojamiento, el transporte o la restauración.

A ello se suma el impacto mediático del evento que, en su última edición tuvo una audiencia en medios convencionales de más de 9 millones en medios con un valor económico de 30 millones de euros según datos de la empresa Seimpre. Por otra parte, el valor del evento en medios digitales alcanzó los 10 millones de euros, cifra aportada por la The Metrics Factory.

C. Mercados Geográficos

Nacional e internacional

4. DESGLOSE DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de SETECIENTOS VEINTISEIS MIL EUROS (726.000 €), IVA incluido para el patrocinio de la Gala de la Guía Michelin 2026. 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	450.788,88
B. Costes indirectos ¹ (10%)	45.078,89
C. Total presupuesto ejecución material (A + B)	495.867,77
D. Gastos generales ² (15% s/ ejecución material)	74.380,16
E. Beneficio industrial (6% s/ ejecución material)	29.752,07
F. Presupuesto ejecución por contrata (C+D+E)	600.000,00
G. IVA (21% o el que corresponda)	126.000,00
H. Presupuesto base de licitación IVA incluido (F+G)	726.000,00

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

Concepto	Importe (€)
Invitaciones, photocall, escenario y chaquetillas chef	135.235,65
Spot, retransmisión web, redes Michelin, streaming, video resumen	90.158,16
Ruedas de prensa, actos promocionales, notas de prensa y convocatorias, campaña de promoción de Michelin, redaccionales de Andalucía, plan de comunicación vinculado a la gastronomía	112.697,22
Web Guía Michelin, mención en RRSS de Michelin, post en IG y FB, contenidos colaborativos con chefs y Michelin	67.618,96
Logísticas para accesos	45.078,89
TOTAL	450.788,88



El importe del patrocinio de la presente edición se justifica igualmente por los excelentes resultados en cuanto a retorno mediático y económico que este evento supone para la sede que lo acoge. Ejemplo de ello es la última edición, que tuvo lugar en Barcelona, en el que el evento obtuvo, según datos de la empresa Seimpre para la organización, un retorno mediático solo en medios convencionales, valorado en más de 30 millones de euros y una audiencia de más de 9,3 millones. En soportes digitales el retorno alcanzó los 10 millones de euros según datos de The Metrics Factory ofrecidos por la organización.

Además, 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. La organización de la Gala Michelin prevé la asistencia de alrededor de 700 invitados, por lo que este evento supondrá una inyección económica significativa para la ciudad de Málaga pudiendo alcanzar un retorno económico de alrededor de 600.000 € gracias al desembolso en conceptos como el alojamiento, el transporte o la restauración.

A este retorno económico se le suma el valor reputacional para el destino. La alianza con la Guía Michelin 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 726.000,00 euros, IVA incluido con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC25T-00294, según el siguiente detalle de anualidades:

Anualidad	Código Proyecto/s	Importe (€, IVA incl.)
2025	PRY2025-0455	726.000,00

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS

El plazo de ejecución del contrato es de la firma del acuerdo al 25 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

División en Lotes: NO

No cabe la distribución en lotes al tratarse de una prestación única donde, además, existen derechos exclusivos que obligan a contratar con un único empresario.



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 un patrocinio, no cabe su aplicación, sino que esta empresa pública busca asociar su marca al evento que se patrocina 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 necesario el patrocinio de la Gala Michelin por un importe de SEISCIENTOS MIL EUROS (600.000 €), IVA excluido.

Director Responsable PAIF

Director de Marca
Málaga, 14 de octubre de 2025