

MEMORIA JUSTIFICATIVA Y TÉCNICA DE LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO DEL TOURISM INNOVATION SUMMIT 2025 (Expte. C2N06-13DC-0925-0156), CON PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 350.000 € (IVA excluido)

CPV: 79342100-1

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, «1. Constituye el objeto de la sociedad la realización de actividades y servicios tendentes a la mejora y crecimiento de la industria turística y del deporte, a cuyo fin desarrolla principalmente las siguientes acciones:

- a) La realización de actuaciones orientadas al crecimiento y desarrollo de la industria turística y del deporte en todos sus aspectos.

El Tourism Innovation Summit 2025 (TIS), que se celebrará en Sevilla, en el Palacio de Exposiciones y Congresos FIBES, los días 22, 23 y 24 de octubre de 2025, constituye un evento internacional de referencia en los ámbitos de la innovación tecnológica, la sostenibilidad y la digitalización del turismo. Desde su creación en 2020, el TIS se ha consolidado como una plataforma clave para la promoción de tecnologías emergentes aplicadas al sector turístico, tales como la inteligencia artificial, el big data y el blockchain, orientadas a mejorar la competitividad y la personalización de experiencias.

La participación de Turismo y Deporte de Andalucía como patrocinador del TIS 2025 se alinea plenamente con los objetivos estratégicos de la Consejería y con el Plan META 2027, que persigue impulsar la digitalización y la internacionalización de las pymes turísticas andaluzas. El evento constituye una oportunidad estratégica para reforzar la marca Andalucía como referente internacional de innovación turística y para favorecer la proyección exterior de las empresas andaluzas del sector.

En su sexta edición, el TIS volverá a actuar como un catalizador para que las PYMES andaluzas aprovechen una plataforma de alcance global, beneficiándose del prestigio y visibilidad que este foro proporciona en las áreas de tecnología aplicada al turismo, sostenibilidad y digitalización.

El congreso es reconocido como un espacio en el que se comparten casos de éxito, nuevos modelos de negocio y se exploran oportunidades emergentes para todos los actores de la cadena de valor turística. En esta edición, Turismo y Deporte de Andalucía tendrá presencia en diferentes espacios y desarrollará actividades de divulgación especializada, incluyendo charlas y ponencias sobre las últimas tendencias en soluciones tecnológicas, marketing turístico, gestión empresarial e innovación. Asimismo, el espacio expositivo de Andalucía acogerá la presentación de nuevos proyectos, contribuyendo a proyectar una imagen de liderazgo en el uso de la tecnología y la innovación como motores de desarrollo turístico sostenible y competitivo.



Por todo lo expuesto, la participación en el **Tourism Innovation Summit 2025** se considera una acción necesaria y estratégica para la consolidación de Andalucía como destino turístico innovador y para el impulso de la internacionalización de sus empresas, en coherencia con los planes y objetivos establecidos por la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior.

2. FINANCIACIÓN

Financiación recogida en el PRY2025-0420 del ERP-Navision, con código de fuente de financiación 170000G/75D/74301/00, con código PAIF 1.2.3.1, 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.

1.2 “Promover la Competitividad Integral del destino Andalucía” recoge las acciones de asesoramiento y consultoría a mujeres y hombres de empresas turísticas, a través de Andalucía Lab, los planes de formación específicos adaptados a las necesidades y demandas reales del mercado desarrollados en el Hotel Escuela de Archidona, así como el sistema Smartdata que proporcionará el acceso a la información tanto a los destinos (municipios y patronatos provinciales) como al tejido empresarial, complementado con el Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA).

El contrato será cofinanciado con cargo a Fondos FEDER: Programa de Andalucía FEDER 2021-2027 (tasa de cofinanciación 85%)

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

Objeto: PATROCINIO PUBLICITARIO, al amparo del art. 22 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, de TOURISM INNOVATION SUMMIT 2025, que se celebrará en Sevilla, del 22 al 24 de octubre de 2025.

El patrocinio del Tourism Innovation Summit 2025 responde a la necesidad de mejorar la competitividad de las pymes andaluzas en el ámbito turístico a través de la adopción de tecnologías avanzadas y la promoción de buenas prácticas de sostenibilidad e innovación. Este patrocinio permitirá a las pymes acceder a soluciones tecnológicas de última generación, fortaleciendo su madurez digital y su capacidad de competir en mercados internacionales.

El TIS también proporcionará a Andalucía una plataforma para visibilizar sus proyectos turísticos innovadores, favoreciendo la proyección internacional del destino como un referente en tecnología aplicada al turismo.

Esta colaboración se concreta a través de un patrocinio que:

- Cuenta con unas pautas derivadas del Plan META 2027, tales como, facilitar la competitividad de la industria turística andaluza, conectando PYMES del campo de la tecnología que ofrecen servicios turísticos sostenibles con el sector turístico.
- Acoge a este sector con el fin de ampliar su conocimiento sobre prácticas sostenibles e innovadoras.
- Impulsa la internacionalización de las diferentes empresas vinculadas al turismo.



TIS 2025 - ELEVATING TRAVEL INDUSTRY WITH TECH.

Desde 2020, año de la primera edición de TIS, hasta la presente edición, han ido evolucionando e incorporándose nuevas herramientas como la Inteligencia Artificial, SmartData, BlockChain, etc. que contribuyen de forma patente a mejorar la nueva tendencia demandada por los viajeros de experiencias únicas y hipersonalizadas, indispensables actualmente. Finalmente, todo esto contribuye a la mejora de la industria turística andaluza y al incremento de la calidad del servicio ofrecido por los profesionales.

La edición de 2025 contará con la participación de más de 8.000 profesionales de la industria turística (79% Decision-Makers pertenecientes a los segmentos: destinos, alojamientos, ocio, agencias de viajes, touroperadores, transporte, MICE-DMC, otros), alrededor de 400 ponentes, la presencia de aproximadamente 200 expositores del área de la innovación, así como, unos 60 media partners y se estima la colaboración entorno a 100 entidades nacionales e internacionales.

A través de las 180 conferencias que se impartirán en los múltiples espacios disponibles, se acometerá un total de 18 temáticas candentes que conforman los pilares de **TIS 2025**.

En esta ocasión, TIS contará con 5 auditorios donde se celebran en paralelo más de 18 TIS HOT TOPICS, 7 C-SUITE AGENDAS, 8 Vertical Forums, 180 conferencias, con la participación de más de 400 speakers, en horario de 10:00 a 18:00 horas (jornada del viernes, solo hasta las 14:00). A partir de las 20:00 horas, cada día hay numerosos eventos organizados por los patrocinadores por toda la ciudad, lo cual traerá una repercusión económica para la capital.

Está prevista la asistencia de alrededor de 8000 profesionales del sector turístico. Pertenecientes a empresas relacionadas con TTOO, agencias, OTAS y canales de distribución del mundo estarán presentes en el TIS y es una oportunidad para Andalucía y las empresas andaluzas, tener a estas empresas presentes en este evento.

Adicionalmente, es una ocasión única para los asistentes provenientes de diferentes áreas institucionales, para acceder a las diferentes temáticas a tratar en el programa global o específico. Para ello contamos con un stand de 80 metros cuadrados en la zona expositiva.

El tipo de perfil profesional asistente será:

- Responsables de destinos turísticos (23% del total de asistentes). Este año habrá especial representación de agentes provenientes de Corea del Sur, destino invitado.
- Responsables de empresas del sector transporte: Aerolíneas, Cruceros, Alquiler de vehículos.
- Responsables del mundo hotelero y alojamientos turísticos.
- Responsables del Sector MICE – DMC (7%)
- Otros: Escuelas de negocio, organizaciones empresariales, citando como ejemplo la Asociación de Hosteleros de las distintas provincias.

La procedencia de estos profesionales, empresas e instituciones se estima que sea:

- 81% Andalucía, España, Europa
- 13% América
- 6% Otros países

Se puede consultar la agenda en: <https://www.tisglobalsummit.com/congress/agenda-2025/>



Como **contraprestación** a este patrocinio, Turismo y Deporte de Andalucía, tendrá derecho, como mínimo, a:

1. 80m² de espacio en la zona Partner del congreso para la Junta de Andalucía.
2. Branding como INSTITUTIONAL PARTNER en todas las comunicaciones, eventos y elementos de marketing.
3. Participación en los Consejos Asesores del evento.
4. Participación en las ruedas de prensa del evento.
5. Liderar la Ceremonia Inaugural con el resto de autoridades.
6. Liderar la "Regional Tourism Agenda".
7. 3 ponencias en el Tourism Innovation Global Summit.
8. 1.200 invitaciones Gold para invitar a todas las pymes andaluzas al evento con comunicación específica por cada segmento de pymes
9. Sesión de Sala de Conferencias equipada con AV para presentación o reunión durante 2h (capacidad 30 pax).
10. Entrevistas en el TV Studio.
11. Construcción de stand, mobiliario, equipo técnico, etc.

Cumplimiento de las Condiciones AdA

I.- Potencial de Atracción de Turismo Sostenible

Dentro de las actividades que se llevarán a cabo durante esta edición de TIS 2025, se hará especial hincapié en las opciones sostenibles que están inspirando a los viajeros, puesto que las diferentes herramientas digitales que tienen a su alcance les permiten optar por una gran variedad de destinos, viajes, alojamientos, etc. en cuya filosofía se ofrecen facilidades relacionadas con la sostenibilidad. La oferta responde a su vez a esta creciente demanda, por parte de estos nuevos perfiles de viajeros, y establece soluciones sostenibles que contribuyen a su desarrollo, mejoran su reputación, muestra su grado de concienciación con el medioambiente, los ecosistemas, el clima, etc.

Muestra de ello, será tratado en diferentes paneles, conferencias, diferentes verticales, entre los cabe destacar el TECH FOR GOOD, exclusivamente enfocado a estas temáticas.

- Diversificación y desestacionalización del turismo: contribución a un uso más sostenible de los recursos y a un mayor impacto económico positivo y continuo en los destinos andaluces, con lo cual se favorece la reducción de la estacionalidad y permite la afluencia turística de manera uniforme a lo largo del tiempo mediante una gran cantidad de actividades que se ofrecen durante todo el año.
- Beneficios económicos para los destinos y el sector turístico: La aplicación en el sector de prácticas de sostenibilidad amplía las oportunidades económicas, generación de empleo para los distintos destinos. Se incentiva la creación de nuevos productos turísticos y se facilita el conocimiento de esta temática a otras empresas que aún no hacen uso de prácticas sostenibles. La inversión en tecnología e innovación sostenible conlleva entre otros beneficios la mejora energética mediante la reducción de emisiones de carbono, uso de combustibles alternativos. Prácticas que además de disminuir el impacto ambiental, atraen a un creciente segmento de viajeros concienciados por el medioambiente.
- Fomento de experiencias auténticas y responsables: Promocionar experiencias personalizadas, auténticas y diferenciadoras que conforman un comportamiento turístico más responsable. Promoviendo una crucial conexión con el entorno natural, así como, establecen nuevos conceptos de sostenibilidad en el resto de sectores.



II.- Iniciativa de las Autoridades Públicas

TOURISM INNOVATION SUMMIT 2025, en su organización intervienen entre otras entidades públicas, el Gobierno de España a través de TURESPAÑA, organismo público responsable de la promoción de España como destino turístico en el mundo, adscrito al Ministerio de Industria y Turismo. Asimismo, participa la Junta de Andalucía, a través de la Empresa Pública para la promoción del Turismo y Deporte de Andalucía, perteneciente a la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior, así como, el Ayuntamiento de Sevilla.

Además, contará con la presencia UNWTO perteneciente a la Unión Europea y el World Travel and Tourism Council, foro para la industria del viaje y del turismo, formado por miembros de esta comunidad empresarial a nivel mundial en alianza con los gobiernos.

Otras entidades a destacar: NECSTour, SKAL International, GBTA

III. Parte de una estrategia turística

El patrocinio de TIS 2025, cumple con las diferentes líneas estratégicas que se establecen en el Plan META 2027, documento que orienta la política turística a ejecutar en Andalucía en materia turística. De igual modo cumple con las directrices del Plan de Acción de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior, para el ejercicio 2025. Teniendo en cuenta la Línea estratégica iSmart E2 "Sostenibilidad" este patrocinio se enmarca en sus principales líneas: económica, social y medioambiental.

Corresponden al Plan META 2027 en las siguientes líneas: LE2, LE3, LE4, LE5 y LE6:

LE2. Gestión de la sostenibilidad del destino Andalucía

Esta línea estratégica aborda todos los aspectos relativos a la gestión integral de un destino desde la perspectiva de la sostenibilidad. De esta manera, pone el foco en aspectos tan relevantes como la sostenibilidad económica, social y ambiental, así como en otras problemáticas que inciden en el normal desarrollo de los destinos turísticos (convivencia turista-residente, flujos de turistas, cohesión territorial, desarrollo de la economía local vinculada a recursos turísticos, etc.).

LE3. Modelo de competitividad integral turística para el destino Andalucía

Una de las áreas clave para el sector turístico, y por lo tanto para el Plan META, lo protagoniza el grado de competitividad que alcanza el sector en su conjunto. Así, se priorizarán aspectos como el desarrollo del conocimiento, donde la formación y el empleo son esenciales para fortalecer la competitividad; el reforzamiento del tejido empresarial; planes de contingencia ante situaciones de crisis; o el proceso de transformación digital que debe encarar el destino Andalucía en materia de innovación, nuevas tecnologías, Big Data, destinos inteligentes, etc.

LE4. Calidad como el eje transversal del destino Andalucía

La competitividad como factor clave debe ir asociada a una mejora sustancial de los servicios ofrecidos en los destinos. Por ello, esta línea centra su atención en la consecución de destinos de excelencia, en la potenciación de destinos seguros y en todo lo relacionado con criterios de calidad de la oferta turística, con especial sensibilización hacia aspectos sociales como la inclusividad y la accesibilidad universal.

LE5. Desarrollo de estrategias desestacionalizadoras que fomenten una idónea distribución de los flujos turísticos

Uno de los problemas estructurales de la actividad turística es la estacionalidad que sufre el sector. La concentración de la demanda, principalmente en períodos estivales, deriva en una serie de problemas que afectan, en gran medida, a la propia estructura de la oferta turística y que tienen su reflejo en la estabilidad económica de los destinos y en la calidad del empleo.



Por ello cobra especial importancia de cara a reducir este problema, la adopción de medidas que fomenten la desestacionalización de la actividad turística enfocadas especialmente en la demanda y la concreción de ayudas fiscales, enfocadas a la oferta.

LE6. Optimización del marketing turístico del destino.

Tras el proceso de participación y consenso con el sector llevado a cabo en la fase de redacción del Plan META, se identificó la dificultad de las pymes andaluzas para poder realizar potentes actuaciones de promoción y/o comunicación y, especialmente, la complejidad que enfrentan para llegar a los canales de comercialización de los principales actores turísticos mundiales. Por ello, el Plan dedica gran parte de su contenido al desarrollo de tres grandes programas relacionados con el marketing turístico de una manera global: creación de producto, su promoción y, por último, su comercialización.

4. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de TRESCIENTOS CINCUENTA MIL EUROS (350.000,00 €) IVA no incluido (423.500,00 €, 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	262.960,18
B. Costes indirectos ¹ (10%)	26.296,02
C. Total presupuesto ejecución material (A + B)	289.256,20
D. Gastos generales ² (15% s/ ejecución material)	43.388,43
E. Beneficio industrial (6% s/ ejecución material)	17.355,37
F. Presupuesto ejecución por contrata (C+D+E)	350.000,00
G. IVA (21% o el que corresponda)	73.500,00
H. Presupuesto base de licitación IVA incluido (F+G)	423.500,00

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

Concepto	Importe (€)
Alquiler del espacio en la zona Partner	20.000,00
Producción e instalación de elementos de visibilidad (fotocall, roll-ups, cartelería, inserción en soportes, presencia web y digital)	70.000,00
Material gráfico y audiovisual de apoyo institucional	7.000,00
Producción escénica, soportes de imagen y señalética específica	25.000,00
Producción audiovisual de presentaciones	7.500,00
Impresión de acreditaciones, comunicación y gestión	10.000,00
Rotulación y visibilidad institucional en zonas exclusivas	4.460,18
Producción audiovisual, edición de clips, difusión institucional	4.000,00
Diseño, construcción, mobiliario, audiovisuales básicos y desmontaje	75.000,00
Técnicos de grabación, control audiovisual y equipo de azafatas para stand y eventos paralelos	40.000,00
TOTAL	262.960,18

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



El importe del patrocinio solicitado a la Junta de Andalucía para el TIS – Tourism Innovation Summit 2025, por 350.000 € + IVA, se encuentra plenamente alineado con los precios de mercado para eventos de características similares, tanto en impacto como en proyección internacional.

- Comparativa directa: el Ayuntamiento de Sevilla destina 900.000 € para un patrocinio de características semejantes, lo que evidencia que el precio propuesto para la Junta es competitivo y eficiente en relación con el retorno esperado.
- Benchmarking de eventos internacionales: ferias como FITUR (IFEMA) o IBTM World (Barcelona) cuentan con patrocinios institucionales que superan esta cifra, en algunos casos duplicándola o triplicándola, dada la importancia estratégica de la industria turística para la economía.

El patrocinio asegura presencia institucional destacada (comité asesor, agenda institucional, visibilidad en actos oficiales y medios), maximizando el retorno de la inversión pública.

En este contexto, el importe solicitado se justifica como razonable y de mercado, garantizando una relación coste-beneficio muy favorable para la administración.

La trayectoria de TIS desde su creación en 2020 muestra una consolidación como evento tractor para la economía y la imagen de Andalucía:

Año	Expediente	Importe* (€)	Menciones en Medios	Valor Comunicación (€)	Audiencia Global	Repercusión
2020	C2N06-06GL-1020-0131	137.500€	2.518	13.000.000	1.400 M	Primera edición con presencia de la Reina Letizia, y gran impacto mediático
2021	C2N06-06JO-0921-0135	302.500€	1.694	4.594.180	207 M	Consolidación post-pandemia, fuerte cobertura mediática
2022	C2N06-06JO-1022-0227	121.000 €	1.259	2.908.761	55 M	Edición de transición, menor volumen de menciones pero elevada calidad de asistentes
2023	C2N06-06JO-0823-0205	605.000 €	1.639	3.716.299	143 M	Crecimiento de audiencia y de participantes, consolidación internacional
2024	C2N06-13DC-0924-0188	363.000 €	1.016	2.504.698	98 M	Máximo histórico de asistentes, mayor valor publicitario auditado (1,18 M€)

*IVA incluido

Conclusiones:

- El evento mantiene un alto nivel de audiencia e impacto mediático.
- La asistencia ha crecido hasta alcanzar máximos históricos en 2024.
- El valor de comunicación y publicitario demuestra un retorno mediático significativo.

Las expectativas para el TIS 2025 son muy positivas:

- Impacto económico previsto: 22,1 M€, con un potencial de negocio B2B de 9,6 M€.
- Incremento en la cobertura mediática: +8% respecto a 2024.
- Asistencia prevista: ≈ 8.000 participantes, con un 41% de visitantes internacionales.
- Cobertura mediática esperada: ≈ 106 millones de impactos (+8% vs. 2024), con un valor publicitario de 1,27 M€.
- Alta ocupación hotelera y generación de empleo directo e indirecto en Sevilla.
- Refuerzo de la marca Andalucía: proyección de la región como hub internacional de innovación turística.



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 423.500,00 € IVA incluido con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC25T-00274 según el siguiente detalle de anualidades:

Anualidad	Código Proyecto/s	Importe (€, IVA incl.)
2025	PRY2025-0420	423.500,0 €

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS

El plazo de ejecución del contrato es desde su formalización hasta el 24 de octubre de 2025. No se prevén prórrogas.

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 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 necesaria la contratación del Patrocinio del **TOURISM INNOVATION SUMMIT 2025** por un importe de TRESCIENTOS CINCUENTA mil euros (350.000 €), IVA excluido.

En Málaga, a 19 de septiembre de 2025

Jefe de Departamento Innovación