

**MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO DE IRONMAN 70.3 WORLD CHAMPIONSHIP (EXPEDIENTE C2N06-05JZ-1025-0161), CON PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 1.423.677,69 € (IVA excluido) 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 la realización de actividades y servicios tendentes a la mejora y crecimiento de la industria turística y del deporte, a cuyo fin se desarrollan una serie de acciones, entre ellas:

- La realización de actuaciones orientadas al crecimiento y desarrollo de la industria turística y del deporte en todos sus aspectos.
- La organización de actividades deportivas y la difusión del deporte en Andalucía
- 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.
- Y en general, cuantas actividades contribuyan al desarrollo turístico o del deporte en la Comunidad Autónoma de Andalucía.

La Empresa Pública para la Gestión del Turismo y Deporte patrocinará el IRONMAN 70.3 WORLD CHAMPIONSHIP del 4 al 8 de noviembre en Marbella (Málaga).

Con el patrocinio de esta competición de reconocido prestigio, se pretende lograr un mayor grado de conocimiento nacional de la Marca Andalucía como territorio donde el deporte forma parte de la identidad regional y contribuye de manera destacada al progreso de la comunidad.

El Ironman 70.3, también conocido como Medio Ironman (en inglés: Half Ironman), es una de las series de carreras de triatlón de larga distancia, organizado por la World Triathlon Corporation (WTC). El Ironman 70.3 tiene una distancia de 1,2 milla (1,9 km) de natación, 56 millas (90 km) de ciclismo, y 13,1 millas (21,1 km) de carrera a pie. La suma de estas distancias son 70,3 millas (113 km), de ahí el nombre. Cada distancia de la natación, bicicleta, y carrera a pie son la mitad de las distancias de los segmentos que se encuentran en un Ironman. El Ironman 70.3 culmina cada año con el Campeonato Mundial, participando los deportistas que hayan obtenido la clasificación en las pruebas clasificatorias, durante los meses anteriores a la carrera. Esta prueba final es la que se llevará a cabo en Marbella.



El icónico nombre de Ironman surge en febrero de 1978 en Hawái cuando se fusionaron tres de las pruebas deportivas más exigentes de la región: la natación del Waikiki Roughwater Swim, la carrera ciclista Around-Oahu Bike Race y el Maratón de Honolulu. El triatleta estadounidense Gordon Haller fue el primer "hombre de hierro", completando la prueba en 11 horas, 46 minutos y 58 segundos. A partir de aquí, la dificultad y la naturaleza única del evento atrajeron rápidamente el interés de atletas de todo el mundo. La participación de los medios, incluyendo la televisión, contribuyó a la creciente popularidad del IRONMAN.

En 2005, se introdujo la distancia medio Ironman, una versión más corta de la competición para ampliar el rango de deportistas que pudieran participar en el evento. Hoy, el IRONMAN es un evento deportivo de renombre mundial con competiciones en más de 200 países, convirtiéndose en uno de los triatlones de larga distancia más importantes del planeta.

El patrocinio institucional del IRONMAN 70.3 WORLD CHAMPIONSHIP, se presenta como una acción altamente rentable y alineada con los objetivos de proyección territorial y dinamización económica.

La celebración de este evento deportivo supone una gran oportunidad para la promoción del territorio, así como la difusión de la marca "Andalucía" vinculada a los grandes eventos deportivos.

El PAIF de EPGTDA contempla el objetivo 1.4.3.1, con el que se alinea el patrocinio que se propone.

## **2.- FINANCIACIÓN**

La acción está financiada a través del PRY2025-0418 con Financiación dentro del Plan de Acción con código fuente 10000G/46A/44364/000, con código PAIF 1.4.3.1, 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.

**1.4 "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 contrato es el patrocinio publicitario del IRONMAN 70.3 WORLD CHAMPIONSHIP 2025.

Patrocinar este evento es una oportunidad atractiva por diversas razones:



1. **Visibilidad a nivel nacional e internacional:** El IRONMAN 70.3 WORLD CHAMPIONSHIP tiene una gran presencia en los medios de comunicación y en plataformas de streaming, lo que garantiza una visibilidad constante a nivel nacional e internacional. La marca Andalucía puede aprovechar esta exposición para aumentar su presencia en el mercado y llegar a un público diverso.

2. **Fomento del deporte:** El patrocinio de un evento deportivo de este nivel, permite contribuir directamente al crecimiento y desarrollo del deporte. Esto no solo tiene un impacto positivo a nivel social, sino que también es un valor cada vez más apreciado en todos los ámbitos.

3. **Asociación con valores positivos:** El triatlón promueve valores como el esfuerzo, la superación, la cooperación y el trabajo en equipo. Asociarse con un evento que pone de relieve estos valores permite alinearse con principios que resuenan tanto con los aficionados como con la sociedad en general.

4. **Generación de contenido atractivo:** El patrocinio de este evento ofrece la posibilidad de crear contenido exclusivo para promocionar la marca, como campañas publicitarias, resúmenes de partidos, y mucho más. Además, las redes sociales juegan un papel crucial en la promoción de eventos deportivos, lo que permite interactuar de manera más cercana con la audiencia y crear comunidades online.

5. **Contribución al legado del deporte:** es una forma de contribuir al legado del triatlón. “Andalucía” tiene la oportunidad de ser parte de la historia de un deporte que sigue creciendo, convirtiéndose en un referente de futuro para las generaciones venideras de jugadoras y aficionados.

En resumen, patrocinar el IRONMAN 70.3 WORLD CHAMPIONSHIP no solo es una excelente oportunidad para asociar “Andalucía” con un deporte de alto nivel, sino también una forma de apoyar el crecimiento del triatlón y generar un impacto positivo en la sociedad

El patrocinio contempla las siguientes contraprestaciones:

- PRESENCIA DE LA MARCA ANDALUCÍA EN EL VIDEO PROMOCIONAL Inclusión del logo del Anfitrión en el video promocional del evento. El video se muestra en todos los eventos IRONMAN 70.3 del mundo.
- PRESENCIA DE LA MARCA ANDALUCÍA EN REDES SOCIALES. El derecho a proporcionar contenido relacionado con la marca Andalucía a IRONMAN para que se integre en la campaña de redes sociales del Evento, incluido, entre otros, un anuncio en las páginas de Facebook específicas del Evento.
- PRESENCIA DE LA MARCA ANDALUCÍA EN NEWSLETTER. Inclusión de la marca Andalucía en los emails oficiales de comunicación con los atletas, con el resto de las autoridades.
- VISIBILIDAD DE LA MARCA ANDALUCÍA EN LA WEB DE IRONMAN. Inclusión de la marca Andalucía, con un enlace al sitio web, en la página Socios del Evento del sitio web específico del Evento.
- PRESENCIA DE LA MARCA ANDALUCÍA DEPORTE EN LAS GUÍAS DE ATLETAS DEL EVENTO: Destacada inclusión de la marca Andalucía con 2 páginas en las guías de atletas, proporcionando información esencial a los participantes.
- SOPORTES PUBLICITARIOS EN LA ZONA DE COMPETICIÓN: Ochenta (80) metros de banner la marca Andalucía, proporcionada por el Anfitrión, para su colocación por IRONMAN en la sede del Evento. Si hay banner en el recorrido de la carrera a pie, no se puede colocar en el último 1 kilómetro del recorrido de la carrera.



- **MENCIONES DEL LOCUTOR PUBLICO.** El locutor público menciona, reconociendo al anfitrión, periódicamente durante la Expo y durante las carreras en la sede del evento. El Anfitrión proporcionará el contenido de dichos anuncios a IRONMAN con una antelación razonable.
- **PRESENCIA DE LA MARCA ANDALUCÍA EN LA SEÑALIZACIÓN DE LA LINEA DE META.** Dos (2) de la marca Andalucía en las vallas de la línea de meta del evento de IRONMAN. Dicha señalización se proporcionará a cargo de IRONMAN.
- **PRESENCIA DE LA MARCA ANDALUCÍA EN EL ARCO DE META.** Una (1) colocación la marca Andalucía en el arco de la línea de meta del evento (un logotipo en la parte inferior de una de las patas del arco de la línea de meta). Dicha señalización se proporcionará a cargo de IRONMAN.
- **PRESENCIA DE LA MARCA ANDALUCÍA EN LAS TRASERAS (BACKDROPS).** Inclusión de la marca Andalucía en las traseras de rueda de prensa, trasera de entrevistas, trasera de premiación y podio.
- **PRESENCIA DE LA MARCA ANDALUCÍA EN LA ZONA EXPO.** El derecho a utilizar un espacio de tres (3) x seis (6) metros en la Expo en el Evento, espacio de la Expo que puede ser utilizado comúnmente por las Entidades Anfitriones para promocionar sus productos y servicios, siempre que el Anfitrión cumpla con las reglas y regulaciones de la Expo IRONMAN.
- **PRESENCIA DE LA MARCA ANDALUCÍA EN EL KIT DEL ATLETA.** El derecho a proporcionar artículos con la marca del Anfitrión (como cupones, muestras, regalos, literatura, folletos, etc.) para la colocación por IRONMAN en los kits de carrera del atleta, los kits de voluntarios y los kits de medios en el evento.
- **PARTICIPACIÓN EN LA CEREMONIA DE PREMIACIÓN** Entregas por determinar acorde al protocolo de IRONMAN.

#### 4.- PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de UN MILLÓN CUATROCIENTOS SESENTA Y CINCO MIL EUROS (1.465.000 €), IVA no incluido (1.772.650 € 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	1.089.669,42
B. Costes indirectos <sup>1</sup> (10%)	121.074,38
C. Total presupuesto ejecución material (A + B)	1.210.743,80
D. Gastos generales <sup>2</sup> (15% s/ ejecución material)	181.611,57
E. Beneficio industrial (6% s/ ejecución material)	72.644,63
F. Presupuesto ejecución por contrata (C+D+E)	1.465.000,00
G. IVA (21% o el que corresponda)	307.650,00
<b>H. Presupuesto base de licitación IVA incluido (F+G)</b>	<b>1.772.650,00</b>

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

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

<sup>2</sup> Incluye gestión comercial y administración



Concepto	Importe (€)
Costes de diseño gráfico	98.064,48
Impresión de soportes	185.232,90
Montaje de infraestructuras	239.713,17
Montajes audiovisuales	207.025,01
Plan de medios marketing	196.128,96
Costes de almacenamiento y gestión	163.504,90
<b>TOTAL</b>	<b>1.089.669,42</b>

Asimismo, el presupuesto base de la licitación se ha determinado atendiendo a los datos de repercusión e impacto de este evento en otros lugares del mundo:

La marca IRONMAN reúne a más de 290.000 atletas inscritos en sus más de 170 eventos repartidos a lo largo de todo el planeta, acaparando el 90% de la cuota de mercado mundial del triatlón de larga distancia.

Esta capacidad de atracción les ha generado una comunidad social global en redes de más de 5 millones de usuarios y más de 1,5 millones de media en reproducciones de vídeo.

En concreto, el IronMan 70.3 World Championship de la pasada edición en Taupó (Nueva Zelanda), alcanzó cifras de impacto mediático de más de 32 millones de visualizaciones de vídeo, con una audiencia media de 3,3 millones de personas de 161 países; 1,5 millones de interacciones en redes sociales, 2,3 millones de visitas a la web y más de 1.800 noticias generadas en prensa. Respecto al impacto económico, se reunieron más de 17 mil personas (entre deportistas y espectadores) con una estancia media de 7,16 noche, que generó un retorno económico directo de más de 48 millones de dólares.

Igualmente podemos tener una comparativa con un evento de similares características, como fue el patrocinio de la World Triathlon Champions Finals en Torremolinos en octubre de 2024 por 1 millón de euros (más IVA). Este evento internacional de triatlón fue organizado por la Federación Española de Triatlón, en delegación de la Federación Internacional de Triatlón y también reunió a varios miles de triatletas de todo el Mundo. Según el informe facilitado por el promotor y realizado por SCE Consultores, este evento tuvo un impacto total en la economía del territorio de más de 43 millones de euros, considerándose un retorno de 33,71 € por cada euro invertido por las Administraciones Públicas y además, un valor publicitario estimado de casi 25 millones de euros.

La combinación del alto retorno en visibilidad y del impulso económico directo al territorio justifica plenamente la inversión pública en este patrocinio, reforzando el posicionamiento de Andalucía como destino de eventos deportivos de primer nivel.

Los datos de impacto de las anteriores ediciones son más que suficientes para justificar el patrocinio de 1.465.000 euros (IVA excluido) a IRONMAN 70.3 WORLD CHAMPIONSHIP. Los beneficios de visibilidad mediática, impacto económico, y asociación con los valores del triatlón son evidentes, y el retorno de inversión a largo plazo puede ser considerable.

## 5. DISPONIBILIDAD Y RESERVA DE CRÉDITO

El 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 1.465.000,00 €



IVA no incluido (1.772.650,00 €, IVA incluido) con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC25T-00282 según el siguiente detalle de anualidades:

<b>Anualidad</b>	<b>Código Proyecto/s</b>	<b>Importe (€, IVA incl.)</b>
2025	PRY2025-0418	1.772.650,00 €

#### **6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS**

El plazo de ejecución del contrato es del 4 al 8 de noviembre 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 con 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 de IRONMAN 70.3 WORLD CHAMPIONSHIP por un importe de UN MILLÓN CUATROCIENTOS SESENTA Y CINCO MIL EUROS (1.465.000 €, IVA excluido).

Técnico Responsable y Responsable PAIF

Fdo:

Jefe de Departamento de Promoción y Patrocinios Deportivos

Sevilla, 6 de octubre de 2025