**MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO DEL EVENTO SUMMIT CVC CORP & ALMUNDO (Expdte. C2N06-06AM-1025-0178), CON PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 30.000,00 € (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), 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.

CVC Corp, con más de 50 años de experiencia, es el principal grupo de viajes de LATAM y mueve millones de pasajeros al año. Cuenta con sede en Brasil y tiene presencia multicanal con más de 1.300 agencias de viajes físicas, online y call-center. Almundo, por su parte, forma parte del grupo CVC Corp y es una plataforma de viajes innovadora y digital, con fuerte presencia en Argentina y en expansión en el resto de América Latina. En cada encuentro anual se reúnen más de 150 participantes de ambas organizaciones, entre agentes de viajes, ejecutivos de ventas y socios estratégicos en LATAM, con el objetivo de formarse, recibir incentivos y permitir networking entre profesionales del sector turístico.

La presencia de Turismo y Deporte de Andalucía en esta convención supone una oportunidad estratégica clave para consolidar su presencia en el mercado latinoamericano, haciendo especial énfasis en países emisores tan relevantes como Brasil y Argentina, que han demostrado un alto interés en destinos culturales, gastronómicos y de sol y playa, atributos que Andalucía ofrece con excelencia. Estar presente en este evento garantiza visibilidad directa ante los principales actores del sector, permitiendo generar alianzas, captar nuevos flujos de viajeros y reforzar el posicionamiento de la marca Andalucía como destino preferente. Asimismo, la interacción cara a cara facilita una conexión emocional y comercial que difícilmente se logra a través de otros canales.

En el Plan de Acción de Turismo y Deporte de Andalucía se contempla el apoyo a las 8 provincias en la promoción turística de sus respectivas regiones. Además, esta acción se corresponde con la L.E. 6 del Plan META, porque contribuye a la optimización del marketing turístico del destino, así como a la estrategia interna de "Empleabilidad", dado que se apoya al tejido productivo andaluz, por un lado, incrementando la visibilidad del destino, lo que genera una mayor demanda turística y, por otro, promoviendo Andalucía como destino preferente para el mercado latinoamericano.

## 2. FINANCIACIÓN

Financiación FEDER al 85%, recogida en el PRY2025-0405 del ERP-Navision, con código de fuente de financiación 10000G/75B/44364/000, asignado al código PAIF 1.4.1.4., 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 para el evento Summit CVC Corp & Almundo, dada la oportunidad estratégica que representa para Turismo y Deporte de Andalucía para consolidar su presencia en el mercado latinoamericano. Ser patrocinador en este evento supone reforzar la imagen, relaciones y resultados concretos a corto y medio plazo con futuros visitantes.

<u>Objetivos estratégicos</u>

- Incrementar visibilidad turística del destino en el mercado latinoamericano.
- Promocionar oferta turística de Andalucía ante un público profesional y cualificado.
- Facilitar contacto profesional directo entre oferta andaluza y profesionales del sector turístico, permitiendo generación de alianzas y acuerdos de comercialización.
- Incrementar la intención de viaje desde LATAM a Andalucía.
- Posicionar el destino y diferenciar la marca Andalucía como destino preferente en el mercado latinoamericano.
- Captar nuevos flujos turísticos desde LATAM hacia Andalucía.
- Fortalecer contactos profesionales en el mercado latinoamericano.

Mediante estos objetivos, se contribuye al crecimiento y desarrollo de la industria turística en el mercado latinoamericano, cumpliéndose así los objetivos de los estatutos, línea estratégica y estrategia interna de Turismo y Deporte de Andalucía mencionados en los Antecedentes del presente documento.

Las contraprestaciones deberían ofrecer una amplia visibilidad institucional mediante la presencia destacada del logotipo en acreditaciones, señalética, photocall y materiales promocionales, junto con menciones en comunicados y actos oficiales. La empresa podría contar con representación en una mesa redonda y en la cena de gala, donde se presentaría un vídeo promocional del destino. Además, se desearía la realización de workshops para promover la oferta turística andaluza.

## 4. DESGLOSE DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de TREINTA Y SEIS MIL TRESCIENTOS EUROS (36.300,00 €), IVA incluido. Atendiendo a lo indicado en el artículo 100.2 de la LCSP, el citado presupuesto se ha sido determinado como se señala a continuación:

| | **Concepto** | **Importe (€)** |
|---|---|---|
| A. | Costes directos | 22.539,44 |
| B. | Costes indirectos[1] (10%) | 2.253,95 |
| C. | Total presupuesto ejecución material (A + B) | 24.793,39 |
| D. | Gastos generales[2] (15% s/ ejecución material) | 3.719,01 |
| E. | Beneficio industrial (6% s/ ejecución material) | 1.487,60 |
| F. | Presupuesto ejecución por contrata (C+D+E) | 30.000,00 |
| G. | IVA (21% o el que corresponda) | 6.300,00 |
| **H.** | **Presupuesto base de licitación** (F+G) | 36.300,00 |

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

| **Concepto** | **Descripción** | **Importe (€)** |
|---|---|---|
| Alquiler y adecuación del espacio del evento | Coste del recinto, montaje básico, permisos, limpieza, climatización y suministros asociados al espacio utilizado. | 5.950,00 |
| Diseño y producción de material promocional | Creación de piezas gráficas, audiovisuales y materiales de presentación para uso durante el Summit. | 4.950,00 |
| Servicios técnicos y audiovisuales | Sonido, iluminación, pantallas, equipos informáticos, conexiones y asistencia técnica durante las sesiones. | 4.250,00 |
| Logística y transporte de materiales | Envío, montaje y desmontaje de material promocional y operativo, incluidos seguros y manipulación. | 3.139,44 |
| Coordinación operativa y asistencia durante el evento | Personal técnico, coordinación institucional, acreditaciones y apoyo in situ a las actividades del programa. | 4.250,00 |
| | Total costes directos | 22.539,44 |

La estimación de costes se ha realizado tomando como referencia los precios de mercado vigentes, así como experiencias previas en patrocinios de características similares en los que Turismo y Deporte de Andalucía ha participado, tales como:

- 2022: Global Sustainable Tourism Council, por 41.322,32, IVA no incluido.
- 2023: AIG Women's British Open 2023, por 53.000,00€, IVA no incluido.
- 2024: XXVII Convención Grupo GEA, por 20.000,00€, IVA no incluido.
- 2025: Feria Tierra Adentro, por 37.250,00€, IVA no incluido.

Por otro lado, teniendo en cuenta datos de ediciones anteriores, celebradas en Argentina o República Argentina, entre otros, y con asistencia media de entre 130 y 200 personas, se deduce que el evento tiene poder de convocatoria entre agentes de viajes, partners estratégicos y proveedores turísticos. Además, actúa como plataforma de capacitación, networking y actualización de la fuerza de ventas de CVC Corp y Almundo.

En consecuencia, para los patrocinadores se pueden extraer los siguientes beneficios:

- Audiencia especializada y relevante: Los participantes son agentes de viajes, profesionales del turismo y partners estratégicos. Esto significa que un patrocinador del sector accede a un público profesional especializado y con capacidad de prescripción.

[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

- Visibilidad de marca: los patrocinadores tienen opción de participar en mesas propias, además de oportunidades de exposición, stands o dinámicas de divulgación de marca.

- Networking y relaciones comerciales: El formato incluye conferencias, reuniones, excursiones y momentos informales que favorecen la socialización y el networking. El patrocinador se posiciona así como aliado estratégico, no solo como anunciante.

- Posicionamiento de innovación y liderazgo: Almundo se ha diferenciado, dentro del sector turístico lationamericano, al enfocarse en capacitación, modelos de negocio de agencia y digitalización, por lo que participar como patrocinador permite alinearse con esa imagen de avance, especialización y calidad.

- Alcance e impacto comprobado: Aunque la mayoría de las ediciones han sido en Latinoamérica, el volumen de participantes y de marcas asociadas da credibilidad al formato (más de 1.400 profesionales capacitados, más de 90 marcas desde 2019), lo que da una idea del retorno de inversión y el grado de exposición del patrocinador en un mercado tan amplio y diverso como LATAM.

## 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 36.300,00 € (21% IVA incluido) con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación, según el siguiente detalle de anualidades:

| Anualidad | Código Proyecto/s | Importe (€, IVA incl.) |
|---|---|---|
| 2025 | | 36.300,00 € |

## 6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS

El plazo de ejecución del contrato será desde la formalización del mismo, hasta la finalización del evento Summit CVC Corp & Almundo, cuya celebración está prevista del 11 al 19 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

La división por lotes no es posible para la presente contratación debido a la propia naturaleza integral y cohesionada del servicio patrocinado.

## 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 del PATROCINIO PARA EL EVENTO SUMMIT CVC CORP & ALMUNDO por un importe de treinta mil euros (30.000,00€), 21% IVA excluido.

Técnico Responsable:

Puesto: Jefe de Departamento
Fecha: 27 de octubre de 2025

Director Responsable PAIF:

Cargo: Director de Turismo
Fecha: 27 de octubre de 2025