



Junta de Andalucía

Consejería de Turismo y Andalucía Exterior  
Empresa Pública para la Gestión del Turismo  
y del Deporte de Andalucía S.A.

## **MEMORIA TECNICA Y JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO SALÓN H&T 2026 (Expdte. C2N06-13AG-0126-0003), CON PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 500.000 € (IVA excluido).**

**CPV: 79341000-6**

### **1. ANTECEDENTES**

A la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior, en el marco de las competencias atribuidas a la Comunidad Autónoma por el Estatuto de Autonomía para Andalucía, le corresponden las relativas al turismo, ejerciendo estas competencias mediante la planificación, la ordenación, la promoción y el desarrollo de dicha materia, en virtud de lo establecido en el *Decreto 166/2024, de 26 de agosto por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior* (Boja extraordinario número 15, de 27 agosto de 2024, página 49851).

En materia de promoción, determinadas competencias las ejerce a través de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A (en adelante, EPGTDA), que tiene entre sus objetivos básicos la promoción y el desarrollo de la industria turística de Andalucía. De acuerdo con sus estatutos, la EPGTDA (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.

El Salón H&T, reconocido como el principal evento profesional de la hostelería, la restauración y el turismo en el sur de España, se ha posicionado como una plataforma esencial para la innovación, la sostenibilidad y la internacionalización en estos sectores. Desde su fundación, el Salón ha actuado como catalizador para el desarrollo del tejido empresarial de la industria, compuesto mayoritariamente por pymes, que representa uno de los pilares más significativos de la economía andaluza.

#### **Importancia de la Gastronomía como Pilar Turístico**

La gastronomía ocupa un lugar central en la industria turística de Andalucía. Es uno de los principales motivos que atrae a viajeros nacionales e internacionales, siendo la experiencia culinaria un elemento diferenciador de la oferta turística de la región. Andalucía cuenta con una rica tradición gastronómica que abarca desde productos locales con denominación de origen hasta la innovación en la alta cocina, convirtiéndola en un referente culinario a nivel mundial.

En este contexto, el Salón H&T desempeña un papel clave al proporcionar un espacio en el que se visibiliza el potencial gastronómico de la región y se generan oportunidades de negocio para las empresas locales. Este evento no solo destaca la excelencia culinaria de Andalucía, sino que también promueve su proyección internacional como un destino turístico integral que combina cultura, gastronomía y sostenibilidad.



## Necesidad de Internacionalización del Tejido Empresarial

El tejido empresarial de la industria turística en Andalucía está compuesto principalmente por pymes, que enfrentan retos significativos para competir en mercados internacionales. Estas empresas necesitan acceder a conocimientos especializados, establecer conexiones con compradores internacionales y adoptar tecnologías que optimicen sus procesos. El Salón H&T responde a esta necesidad proporcionando:

- **Acceso a Mercados Internacionales:** La organización de encuentros comerciales como "Andalucía Open Market" facilita reuniones con compradores internacionales clave.
- **Transferencia de Conocimientos:** A través de conferencias, talleres y demostraciones, las empresas pueden adquirir herramientas para mejorar su competitividad.
- **Sostenibilidad como Ventaja Competitiva:** Las iniciativas presentadas en el Salón fomentan prácticas responsables que alinean a las empresas con las demandas de los mercados globales.

## Impacto del Salón H&T 2025

La edición de 2025 alcanzó resultados destacados:

- **Visitantes profesionales:** 20.000.
- **Empresas expositoras:** 450.
- **Superficie ocupada:** 26,000 m<sup>2</sup>.
- **Expertos en el programa:** 63.

Con un crecimiento estimado del 2.5% para la edición 2026, se espera superar estas cifras y consolidar a H&T como un evento imprescindible para la proyección de la industria turística andaluza.

## Alineación con los Objetivos del Plan META

El patrocinio del Salón H&T 2026 por parte de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A., está alineado con los objetivos del Plan META (2021-2027), que prioriza la internacionalización de las pymes andaluzas y la promoción de Andalucía como destino turístico de excelencia. La colaboración con este evento refuerza el compromiso de la región con la sostenibilidad, la innovación y el desarrollo empresarial.

## 2. FINANCIACIÓN

Transferencia con asignación nominativa FEDER al 85%, recogida en el PRY2026-0137 del ERP-Navision, fuente financiera 170000G/75B/74301/00 y objetivo PAIF 1.3.2.7. 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.

**1.3 "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 Edición del Salón H&T 2026, evento profesional de referencia en los sectores de la hostelería, el turismo y la gastronomía en el sur de España.

El Salón H&T se ha consolidado como una plataforma estratégica para la internacionalización de las pymes turísticas andaluzas, permitiendo su conexión con compradores internacionales y promoviendo la sostenibilidad y la innovación como valores clave de la industria turística.

Las contraprestaciones del patrocinio deberían articularse en torno a un espacio expositivo Andalucía Nexus que combine stand institucional, áreas de negocio, producción de contenidos y encuentros con compradores internacionales. Asimismo, se prevé presencia en el escenario principal con conferencias y casos de éxito alineados con los ejes de innovación, datos, talento y sostenibilidad. La acción podría complementarse con una plataforma digital de marketpace y matchmaking, junto con actividades de networking y capacitación. Finalmente, se contemplaría una estrategia de promoción internacional y la medición de indicadores para evaluar el impacto económico y reputacional generado.

### 4. DESGLOSE DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de QUINIENTOS MIL EUROS (500,000 €), IVA excluido (605,000 €, 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	375.657,40
B. Costes indirectos <sup>1</sup> (10%)	37.565,74
C. Total presupuesto ejecución material (A + B)	413.223,14
D. Gastos generales <sup>2</sup> (15% s/ ejecución material)	61.983,47
E. Beneficio industrial (6% s/ ejecución material)	24.793,39
F. Presupuesto ejecución por contrata (C+D+E)	500.000,00
G. IVA (21% o el que corresponda)	105.000,00
<b>H. Presupuesto base de licitación IVA incluido (F+G)</b>	<b>605.000,00</b>

<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



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

Concepto	Descripción del coste directo	Importe (€)
Cesión y alquiler de espacios del Palacio de Congresos	Uso del espacio expositivo para Andalucía Nexus, salas de reuniones, escenario principal, zonas técnicas y servicios generales asociados (climatización, limpieza, seguridad básica).	92.450,00
Diseño, producción, montaje y desmontaje del espacio Andalucía Nexus	Stand institucional, áreas de negocio B2B, zonas multifunción, imagen gráfica, mobiliario, rotulación y adaptación técnica del espacio.	88.750,00
Producción de contenidos y espacios audiovisuales	Producción técnica de entrevistas, cápsulas de contenido, grabación y edición de materiales vinculados al evento y al relato Andalucía Nexus.	41.325,00
Organización de encuentros B2B y compradores internacionales	Planificación de agendas, coordinación de reuniones, apoyo operativo y gestión de espacios para encuentros profesionales.	34.875,00
Producción y gestión del escenario principal	Escenografía, sonido, iluminación, pantallas, asistencia técnica y producción de conferencias y presentación de casos de éxito alineados con innovación, datos, talento y sostenibilidad.	46.250,00
Desarrollo y operación de plataforma digital (marketspace y matchmaking)	Diseño y mantenimiento de entorno digital, perfiles de empresas, herramienta de matchmaking y soporte durante el evento.	28.450,00
Acciones de networking y capacitación	Organización de actividades formativas, dinámicas de networking, moderación, logística y apoyo técnico.	18.625,00
Promoción internacional y difusión digital	Campañas en medios digitales y redes sociales, posicionamiento internacional del evento y visibilidad de la marca Andalucía.	16.375,00
Medición de KPIs y elaboración de informes de impacto	Seguimiento de indicadores de visibilidad, alcance, resultados económicos y reputacionales, y elaboración de informe final.	8.557,40
		375.657,40

Asimismo, el presupuesto base de licitación se ha determinado atendiendo a la previsión del retorno de la inversión realizada según el estudio de resultados previsto que se detalla a continuación:

### Estudio de resultados previstos

Las acciones de comunicación, difusión y organización comenzaron en febrero de 2026 y se prolongarán hasta el cierre de la campaña de amplificación post evento, con fecha límite el día 31 de Diciembre de 2026. Estas actividades están diseñadas para maximizar el impacto del evento y asegurar un retorno económico significativo para la región.

- **Crecimiento estimado del posicionamiento y alcance en soportes promocionales:**  
Se prevé un crecimiento del 2.5% respecto a la edición de 2025, resultando en:
  - **Visitas a la web del evento:** +140.000 visitas.
  - **Seguidores en redes sociales:** +22.000 seguidores acumulados.
  - **Alcance orgánico estimado:** +160.000 usuarios únicos
- **Impacto económico estimado:**
  - Basándonos en el incremento de la presencia institucional y la cobertura mediática, se calcula un impacto económico total de 1,500,000 € para la edición 2026.



- **Valor publicitario equivalente:**

- Aplicando métricas de CPM y CPC estándar, se estima un impacto publicitario equivalente de 35,000 €, calculado a partir de:
  - 3,000,000 impresiones totales en plataformas digitales.

- **Beneficio económico directo para la ciudad:**

- o Según datos del Convention Bureau de Málaga, con un gasto medio diario actualizado de 360 € por visitante profesional, se estima que los 18,620 visitantes profesionales generarán un impacto económico directo de aproximadamente 6,703,200 € en alojamientos, transporte y restauración.

En resumen, este patrocinio constituye una inversión estratégica alineada con los objetivos del Plan META, generando un impacto económico y cultural significativo para Andalucía, potenciando el desarrollo del sector turístico y consolidando la marca Andalucía en mercados internacionales.

## 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 500.000. € IVA excluido con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC26-00001 según el siguiente detalle de anualidades:

Anualidad	Proyecto/s	Importe (€ IVA incl.)
2026	PRY2026-0137	605.000,00 €

## 6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS

El plazo de ejecución del contrato será desde su formalización hasta la finalización de las contraprestaciones, y en todo caso el 31 de diciembre de 2026. 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 es necesaria la contratación del patrocinio del Salón H&T 2026, con un presupuesto base de 500,000 € (IVA excluido), para alcanzar los objetivos de internacionalización y sostenibilidad del tejido empresarial turístico andaluz.

Director Responsable PAIF

---

Director de Innovación  
Fecha: 8 de enero de 2026