MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO DEL OLYMPIC FESTIVAL SIERRA NEVADA (EXPEDIENTEC2N06-05TG-0126-0020), CON PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 75.000,00 € (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 Olympic Festival de Sierra Nevada del 6 al 22 de febrero de 2026 en Sierra Nevada (Granada).

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 Olympic Festival del Comité Olímpico Internacional (COI) nació con la vocación de acercar los Juegos Olímpicos a la ciudadanía, creando espacios donde el público pudiera vivir la emoción olímpica más allá de las sedes oficiales. Su origen se remonta a los primeros "Live Sites" impulsados durante los años noventa y consolidados especialmente a partir de los Juegos de Londres 2012, cuando el COI comprendió el enorme potencial social, cultural y comunicativo de ofrecer zonas abiertas con retransmisiones en directo, actividades deportivas, música, talleres y celebraciones vinculadas al olimpismo.

Con el tiempo, estos festivales evolucionaron hacia el concepto actual de "Olympic Festival": un evento oficial, organizado por los Comités Olímpicos Nacionales bajo licencia del COI, que combina deporte, entretenimiento, educación y participación ciudadana. Su propósito es democratizar el acceso a los Juegos, generar impacto social positivo, promover valores olímpicos y crear experiencias inclusivas para familias, jóvenes, deportistas y aficionados. Hoy en día forman parte estable del ecosistema olímpico y se celebran en numerosos países durante cada edición de verano e invierno, convirtiéndose en potentes polos de atracción para patrocinadores, medios de comunicación y comunidades locales.

En febrero de 2026, Sierra Nevada acogerá su propio Olympic Festival coincidiendo con los Juegos Olímpicos de Invierno de Milán-Cortina. Será una oportunidad única para trasladar el espíritu olímpico a la montaña andaluza, ofreciendo un programa abierto que incluirá actividades de nieve, zonas de iniciación deportiva, espacios familiares, retransmisiones en directo de las competiciones, animación, cultura y participación para todos los públicos. De este modo, Sierra Nevada se sumará al circuito internacional de festivales olímpicos, posicionándose como referente de deporte, turismo y celebración en el sur de Europa, y acercando la magia de los Juegos a miles de visitantes y residentes.

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.

2.- FINANCIACIÓN

Financiación recogida en el PRY2026-0098 del ERP-Navision, con código de fuente de financiación 10000G/46A/44364/000, correspondiente al objetivo PAIF de EPGTDA 1.3.3.1, con el que se alinea el patrocinio que se propone:

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 contrato es el patrocinio publicitario del Olympic Festival Sierra Nevada 2026.

Patrocinar este evento es una oportunidad atractiva por diversas razones:

1. **Visibilidad a nivel nacional e internacional**: El Olympic Festival Sierra Nevada 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**: Los deportes de invierno promueven 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 actividades, 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 de los deportes de invierno. "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 Olympic Festival Sierra Nevada no solo es una excelente oportunidad para asociar "Andalucía" con un deporte de alto nivel, sino también una forma de apoyar el crecimiento de los deportes de invierno y generar un impacto positivo en la sociedad.

La acción debería garantizar una destacada presencia de marca de Turismo y Deporte de Andalucía en todos los soportes físicos y digitales del Olympic Festival en Sierra Nevada, así como en las redes sociales del COE. Asimismo, se prevé una amplia difusión audiovisual mediante inserciones del logotipo o spot en retransmisiones oficiales y pantallas del evento. El patrocinio podría incluir la organización conjunta de un acto oficial de presentación. Además, se contemplaría el derecho de uso de la denominación de Patrocinador Principal y de los logotipos asociados al Festival.

4.- PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de CIENTO CINCUENTA MIL EUROS (75.000,00 €), IVA no incluido (90.750,00 € 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	56.348,61
B.	Costes indirectos[1] (10%)	5.634,86
C.	Total presupuesto ejecución material (A + B)	61.983,47
D.	Gastos generales[2] (15% s/ ejecución material)	9.297,52
E.	Beneficio industrial (6% s/ ejecución material)	3.719,01
F.	Presupuesto ejecución por contrata (C+D+E)	75.000,00
G.	IVA (21% o el que corresponda)	15.750,00
H.	**Presupuesto base de licitación IVA incluido** (F+G)	90.750,00

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

Concepto	**Importe (€)**
Costes de diseño gráfico	5.067,94
Impresión de soportes	9.578,77
Montaje de infraestructuras	12.389,46
Montajes audiovisuales	10.706,69
Plan de medios marketing	10.140,36
Costes de almacenamiento y gestión	8.465,39
TOTAL	56.348,61

[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

Asimismo, dado que este evento no ha sido patrocinado por esta empresa pública en ediciones anteriores, el presupuesto base de la licitación se justifica atendiendo a los datos de repercusión e impacto de este evento en otros lugares del mundo:

Los eventos Olympic Festival del Comité Olímpico Internacional reúnen a cientos de miles de personas, tanto en las ediciones durante los Juegos Olímpicos de verano como de invierno. Sin existir información abundante sobre el impacto medio de este formato, el mejor ejemplo documentado fue el Park Live de 2012 durante los Juegos Olímpicos de Londres, que concentró en la fan zone a casi un millón de personas. En el caso concreto de Sierra Nevada, durante el mes de febrero entre 200.000 y 300.000 personas acuden a la estación de esquí granadina, siendo más del 50% visitantes de fuera de Andalucía; con lo que el impacto de marca en todos los soportes propuestos por el promotor está asegurado. A esto hay que unirle la campaña de comunicación prevista de forma previa al inicio de los Juegos Olímpicos, que reforzará con 24 millones de impactos el posicionamiento de la marca Andalucía.

Durante toda la celebración del festival, y la campaña de comunicación previa, se prevé una gran visibilidad mediática del territorio. El evento incluye retransmisiones diarias, competiciones oficiales, actividades familiares y presencia continua de deportistas olímpicos, lo que genera atención mediática y afluencia de público.

A esto se suma la campaña del COE en redes sociales, con un alcance medio por publicación de: 70.000 en Instagram, 55.000 en Facebook, 55.000 en X y 3.000 en YouTube. De forma complementaria, COE.TV, la OTT oficial del COE, registró 846.035 reproducciones en 2025, lo que garantiza una cobertura audiovisual adicional.

Aunque esta es la primera edición del Olympic Festival en España, existen referencias internacionales del programa impulsado por el Comité Olímpico Internacional. En otros países, este tipo de festivales ha generado un fuerte impacto mediático y turístico, aun sin disponer de datos detallados del COE para eventos previos.

Sin embargo, la estructura del evento en Sierra Nevada —con retransmisiones en directo, competiciones oficiales, activaciones de patrocinadores y presencia de deportistas olímpicos— permite estimar que los impactos serán iguales o incluso superiores a los logrados en festivales equivalentes, especialmente por la fuerte campaña de
comunicación realizada en la que se estima alcanzar 90 millones de impactos estimados.

La campaña nacional en El Corte Inglés genera 24.012.900 impactos por semana. Al tratarse de una campaña de tres semanas, la visibilidad total asciende a 72.038.700 impactos a nivel nacional con una valoración económica estimada de 249.225,00€.

Esto se debe a la combinación de un destino consolidado, un periodo de alta afluencia turística, el apoyo institucional y una campaña mediática reforzada.

El patrocinio del Olympic Festival Sierra Nevada 2026 es plenamente idóneo para la Junta de Andalucía, tanto por su alineación con los objetivos estratégicos de promoción turística como por la magnitud del impacto económico y mediático del evento. La suma del programa deportivo, las retransmisiones olímpicas, la campaña de comunicación nacional y los soportes físicos y digitales en Sierra Nevada garantiza una visibilidad extraordinaria para Andalucía como destino turístico-deportivo de primer nivel.

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 75.000,00 euros (IVA excluido) a Olympic Festival Sierra Nevada. Los beneficios de visibilidad mediática, impacto económico, y asociación con los valores de los deportes de invierno 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 75.000,00 € IVA no incluido (90.750,00 €, IVA incluido) con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC25T-00383 según el siguiente detalle:

Anualidad	Código Proyecto/s	Importe (€, IVA incl.)
2026	PRY2026-0098	90.750,00 €

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS

El plazo de ejecución del contrato es del 6 al 22 de febrero 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 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 Olympic Festival Sierra Nevada por un importe de SETENTA Y CINCO MIL EUROS (75.000,00 €, IVA excluido).

Técnico/a Responsable:	Responsable PAIF
Fdo: Puesto: Jefe Unidad Fecha: 19 de enero de 2026	Fdo: Cargo: Jefe Departamento Deporte Fecha: 19 de enero de 2026