

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO DE LAS CLÁSICAS CICLISTAS AMERÍA 2026 (EXPDTE. C2N06-05RZ-0126-0006), CON PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 40.000,00 € (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 modifican los estatutos aprobados mediante Acuerdo de 27 de julio de 2010), contempla dentro de su objeto social la realización de actividades y servicios orientados a la mejora y crecimiento de la industria turística y del deporte en Andalucía. Para ello, desarrolla diversas actuaciones, entre las que se incluyen:

- La promoción y desarrollo de la industria turística y deportiva en todos sus ámbitos.
- La organización y apoyo a actividades deportivas, así como la difusión del deporte en Andalucía.
- La ejecución de acciones promocionales en coordinación con entidades públicas y privadas que persigan fines análogos.
- Cualesquiera otras actividades que contribuyan al desarrollo turístico y deportivo de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

En este marco, la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y Deporte de Andalucía patrocinará la XXXIX edición de la Clásica de Almería masculina y la IV edición de la Clásica de Almería femenina, que se celebrarán los días 15 y 22 de febrero de 2026, respectivamente, en la provincia de Almería. Ambas pruebas están integradas en el Calendario Internacional de Ciclismo Profesional de la Unión Ciclista Internacional (UCI), dentro de la categoría UCI Pro Series, lo que las sitúa entre los eventos deportivos de mayor relevancia a nivel internacional.

La Clásica de Almería es una prueba ciclista profesional de un día, consolidada como una de las competiciones más prestigiosas del calendario ciclista español y europeo. Forma parte de las 21 pruebas profesionales UCI que se celebran en España y es una de las tres carreras profesionales que se disputan en Andalucía.

Por su ubicación en el calendario, en la tercera y cuarta semana de febrero, la Clásica de Almería constituye la primera gran carrera de un día de la temporada europea, inaugurando la denominada *Primavera Ciclista*, uno de los periodos de mayor seguimiento mediático del ciclismo mundial.

Desde el año 2023, la prueba cuenta también con una edición femenina, que en 2026 asciende a la categoría UCI Pro Series, equiparándose en nivel deportivo, organizativo y mediático a la carrera masculina.

Mediante este patrocinio se persigue asociar la imagen de Andalucía a valores como el esfuerzo, la superación personal, el respeto por el medio natural, la sostenibilidad y la excelencia organizativa, reforzando su posicionamiento como destino líder en turismo activo y deportivo.



2.- FINANCIACIÓN

La acción está financiada a través del PRY2026-0109 y el PRY2026-0110 con Financiación dentro del Plan de Acción con código fuente 10000G/46A/44364/000, asignada al código PAIF 3.1.1.1. correspondiente a:

Objetivo Estratégico 3 “Incrementar la práctica deportiva mejorando las infraestructuras y fortaleciendo el tejido asociativo, favoreciendo la igualdad” recoge todos los objetivos operativos y las actuaciones relacionadas con el Deporte, incluidas las acciones en clave de género.

3.1 “Dinamizar el deporte base, federado, de rendimiento y en edad escolar” recoge multitud de acciones de promoción y la comunicación en el ámbito deportivo, en torno al objetivo de la extensión universal de la práctica deportiva de la población andaluza y de la organización de eventos de esta índole en nuestro territorio. En este sentido existe una coordinación efectiva con asociaciones, clubes, federaciones deportivas, organizadores y promotores de eventos, así como resto de agentes públicos, privados y demás estamentos que conforman el Sistema Deportivo Andaluz, nacional e internacional.

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

El objeto del contrato es el patrocinio de las Clásicas Ciclistas de Almería 2026, que responde a los siguientes objetivos:

- Fortalecer la economía local y provincial: La celebración de las pruebas atraerá a equipos, corredoras y corredores, personal técnico, medios de comunicación y aficionados, generando un impacto económico directo en los sectores de alojamiento, restauración, comercio y servicios turísticos de la provincia de Almería.
- Mejorar la imagen de marca de Andalucía: Asociar la marca Andalucía a un evento deportivo internacional de primer nivel, vinculado a valores como la excelencia, el esfuerzo, la sostenibilidad, el clima privilegiado y la competitividad deportiva, reforzando su posicionamiento como destino turístico y deportivo de referencia.
- Incrementar la satisfacción turística: Garantizar que los visitantes y participantes disfruten de una experiencia segura, organizada y de alta calidad, favoreciendo una percepción positiva del destino y contribuyendo a altos niveles de satisfacción turística.
- Fomentar la digitalización y la innovación: Impulsar el uso de herramientas digitales aplicadas a la gestión del evento, la comunicación, la difusión mediática y la experiencia de participantes y público, mejorando la interacción y el alcance del evento.
- Promover la sostenibilidad y el respeto medioambiental: Desarrollar la prueba aplicando criterios de sostenibilidad, minimizando el impacto ambiental y fomentando buenas prácticas en materia de gestión de residuos, movilidad y uso eficiente de recursos, en línea con la Carta de Acción Climática de la UCI.
- Visibilizar el deporte al aire libre y los hábitos saludables: Promover el ciclismo como actividad deportiva saludable y sostenible, poniendo en valor el entorno natural, la red de carreteras y el clima de la provincia de Almería como elementos idóneos para la práctica deportiva durante todo el año.

Las contraprestaciones del patrocinio incluirán la integración de la marca Andalucía como patrocinador principal, con presencia destacada en toda la comunicación oficial del evento, así como en los principales soportes físicos y digitales: mediante la instalación de columnas publicitarias en todos los Sprints Intermedios (cuatro en la prueba masculina y tres en la femenina), en las columnas laterales de los arcos de meta de ambas pruebas y su proyección en la pantalla del pódium durante la entrega de trofeos a los vencedores y vencedoras de los Sprints Intermedios. Asimismo, se deberían disponer de vallas publicitarias tanto en las zonas de salida como de llegada de ambas carreras y que incluyan publicidad institucional en los Libros de Ruta de ambas pruebas.



4.- PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de VEINTICUATROMIL DOSCIENTOS (24.200,00 €), 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	15.026,30
B. Costes indirectos ¹ (10%)	1.502,63
C. Total presupuesto ejecución material (A + B)	16.528,93
D. Gastos generales ² (15% s/ ejecución material)	2.479,34
E. Beneficio industrial (6% s/ ejecución material)	991,73
F. Presupuesto ejecución por contrata (C+D+E)	20.000,00
G. IVA (21% o el que corresponda)	4.200,00
H. Presupuesto base de licitación IVA incluido (F+G)	24.200,00

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

Concepto	Importe (€)
Diseño gráfico, producción e impresión de soportes físicos con la marca (cartel oficial, dorsales, photocal, traseras de pódium, señalética de salida y meta)	5.625,00
Producción y adaptación de creativities digitales para web, app y redes sociales del evento (banners, publicaciones patrocinadas, piezas gráficas y audiovisuales)	3.150,00
Producción de vídeos oficiales y piezas promocionales del evento con inclusión de la marca patrocinadora	2.925,00
Integración técnica del logotipo en pantallas LED, arcos de salida/meta y soportes audiovisuales "in situ"	2.050,00
Diseño e impresión de materiales para la entrega de dorsales y atención al participante (documentación, diplomas finisher, boletines informativos)	1.276,30
Total costes directos	15.026,30

El patrocinio de las Clásicas Ciclistas de Almería 2026 presenta un elevado impacto y una sólida justificación desde el punto de vista del interés público, avalados por los resultados obtenidos en ediciones anteriores y, en particular, por los datos correspondientes a la edición 2025, que evidencian la consolidación del evento como una cita deportiva de relevancia nacional e internacional dentro del calendario ciclista profesional.

El patrocinio de las Clásicas Ciclistas de Almería 2026 constituye una actuación estratégica con capacidad de generar un retorno económico, social y promocional significativo para la provincia, tomando como referencia los datos de impacto obtenidos en la edición 2025 del evento, que permiten estimar un impacto económico directo e inducido comprendido entre 1,4 y 1,8 millones de euros, derivado principalmente del gasto asociado a la organización, los equipos participantes, los medios de comunicación y los servicios vinculados al desarrollo de la prueba.

El impacto mediático de las Clásicas de Almería (edición 2025, patrocinadas también por 20.000 € IVA no incluido) constituye uno de los principales activos del evento y un elemento clave para la proyección exterior del territorio. De acuerdo con los datos recopilados por la organización y con estimaciones basadas en métricas habituales de alcance mediático, el evento alcanzó un volumen estimado de entre 18 y 20 millones de impactos, a través de distintos canales de difusión, entre los que destacan:

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



- **Redes sociales:** La Clásica de Almería registró aproximadamente 3,8 millones de impresiones, con presencia en plataformas como Instagram, X (antes Twitter) y Facebook, alcanzando tanto audiencias nacionales como internacionales vinculadas al ciclismo profesional.
- **Medios de comunicación tradicionales:** Televisión, radio y prensa escrita ofrecieron una cobertura continuada del evento, con alrededor de 70 impactos informativos, incluyendo menciones en medios generalistas y especializados.
- **Plataformas digitales:** La difusión en portales de noticias, medios deportivos y webs especializadas permitió alcanzar en torno a 13 millones de visualizaciones, ampliando el alcance del evento y reforzando la visibilidad del territorio.

Este alcance mediático contribuye de forma directa al posicionamiento institucional y territorial de las entidades colaboradoras, tales como la Diputación de Almería, Costa de Almería, Roquetas de Mar y Vícar, reforzando su imagen asociada a valores como el deporte, la proyección exterior y la dinamización del territorio.

Asimismo, el evento genera un impacto directo y positivo en la economía local. La edición 2025 contó con la participación de 16 equipos profesionales, lo que supuso el desplazamiento a la provincia de entre 500 y 600 personas, entre corredores, personal técnico, organización y medios de comunicación, con una estancia media estimada de dos noches, concentrada principalmente en los municipios sede y su entorno.

La presencia de estos participantes y visitantes produjo un dinamismo económico moderado pero relevante en distintos sectores, destacando:

- **Hostelería y restauración:** Incremento puntual de la ocupación hotelera y del consumo en establecimientos locales, con un impacto económico estimado de entre 650.000 y 800.000 euros, calculado a partir de ratios medios de gasto por visitante.
- **Comercio y servicios:** Aumento del consumo en pequeños y medianos negocios, transporte, logística y servicios auxiliares, con un impacto aproximado de entre 400.000 y 500.000 euros.
- **Turismo y promoción territorial:** La Clásica de Almería actúa como un instrumento de promoción del destino, generando un valor publicitario equivalente estimado de entre 1,5 y 2 millones de euros, asociado a la difusión de la imagen de la provincia en medios de ámbito nacional e internacional.

El patrocinio de la XXXIX Clásica de Almería (edición 2026) representa, por tanto, una actuación alineada con los objetivos de promoción económica, turística y deportiva del territorio, constituyendo una oportunidad de valor contrastado para las entidades públicas colaboradoras, en la medida en que:

1. Incrementa la visibilidad institucional, asociando la imagen de las administraciones públicas a un evento deportivo consolidado y reconocido.
2. Refuerza la reputación institucional, vinculando el patrocinio a la promoción del deporte, el turismo y el desarrollo territorial sostenible.
3. Contribuye a la dinamización económica y social de la provincia, generando beneficios directos e indirectos en sectores estratégicos y fortaleciendo el sentimiento de pertenencia y proyección exterior del territorio.



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 20.000 € IVA no incluido (24.200 €, IVA incluido) con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación núm. EC25T-00374 según el siguiente detalle de anualidades:

Anualidad	Proyecto/s	Importe (€, IVA incl.)
2026	PRY2026-0109	12.100,00
2026	PRY2026-0110	12.100,00

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS

El plazo de ejecución del contrato será desde la formalización del mismo. 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 patrocinio de las Clásicas Ciclistas Almería 2026 por un importe de VEINTE MIL (20.000 €) IVA no incluido.

Técnico/a Responsable:

Responsable PAIF

Fdo:

Puesto: Coordinadora Técnica

Fdo:

Cargo: Jefe Departamento Deporte

Fecha: 12 de enero de 2026