MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO CONSISTENTE EN LA IMPRESIÓN DE PUBLICACIONES EN DIFERENTES IDIOMAS Y MODELOS (Exp C101-13LG-0326-0011), CON PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 108.439,27 € (IVA excluido)

CPV: 22100000-1

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 desarrolla, entre otras acciones, la edición de todo tipo de material promocional en cualquiera de los soportes que se estimen oportunos.

La impresión de publicaciones dota al sector turístico andaluz de herramientas eficaces de promoción que pongan en valor el destino Andalucía e inciten a los turistas a visitar la región. Esta acción se encuadra entre las actuaciones de comunicación y promoción sobre la región de Andalucía para favorecer la competitividad exterior de su tejido empresarial y mejorar la imagen de la región como destino inversor. Este material informativo está dirigido tanto a turistas y visitantes en general como a agentes especializados del sector turístico, empresarios, entidades públicas y privadas, medios de comunicación, etcétera.

Atendiendo al objeto social de la EPGTDA descrito anteriormente, esta acción se encuadra dentro del Objetivo PAIF 1.3.2.4 destinado a "Contenidos digitales y publicaciones" y da cumplimiento a la Orden de 27 de abril de 2018, por la que se regulan las publicaciones y actividades formativas y de difusión de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior de la Junta de Andalucía.

En concreto, la impresión de las publicaciones que nos ocupan en el marco de este expediente de contratación se eleva a la Comisión de publicaciones y actividades formativas y de difusión el 4 de marzo de 2026.

Además, con esta tipología de acción se pretende reforzar la posición estratégica del turismo en Andalucía mediante la promoción del patrimonio cultural y la sostenibilidad del turismo, en consonancia con los objetivos del OE 4.6 de los Fondos FEDER. La operación se centrará en crear y distribuir publicaciones que pongan en valor los recursos turísticos y culturales endógenos de cada territorio, promoviendo el conocimiento de la cultura andaluza y contribuyendo a la redistribución territorial y temporal de los flujos turísticos para evitar la masificación.

A continuación, se detalla cómo se apoyan las actuaciones enmarcadas en el OE.4.6:

1. Puesta en valor del patrimonio cultural y recursos endógenos
Las guías, mapas y publicaciones temáticas permiten visibilizar y difundir el patrimonio cultural, histórico y natural de Andalucía, incluyendo recursos menos conocidos o emergentes. Esto favorece el conocimiento de la identidad cultural andaluza y contribuye a reforzar el atractivo de los destinos desde una perspectiva sostenible.

2. Redistribución territorial y desestacionalización
Al destacar destinos alternativos, rutas culturales, ciudades medias y enclaves patrimoniales fuera de los grandes polos turísticos, las publicaciones fomentan la distribución equilibrada de los flujos turísticos. Asimismo, al promocionar experiencias disponibles durante todo el año, contribuyen a la desestacionalización de la demanda, reduciendo la presión sobre destinos saturados y generando actividad económica continua.

3. Fortalecimiento de la oferta turística cultural
Las publicaciones consolidan una oferta cultural estructurada y coherente, integrando recursos patrimoniales, eventos, infraestructuras culturales y servicios turísticos. Esto permite ofrecer al visitante una propuesta más completa y diversificada, alineada con los principios de calidad e innovación recogidos en el OE 4.6.

4. Apoyo a modelos de gestión turística sostenible
La difusión de contenidos que promueven el respeto al entorno cultural y natural favorece comportamientos responsables por parte de los visitantes. Además, la incorporación de información práctica (rutas, señalización, recomendaciones de visita) contribuye a una mejor gestión de los espacios turísticos, en coherencia con modelos de sostenibilidad y control de la capacidad de carga.

5. Mejora de la accesibilidad y democratización de la información
La edición en múltiples idiomas y la integración con plataformas digitales (mediante códigos QR y acceso a contenido ampliado) garantizan una mayor accesibilidad a los recursos culturales, ampliando el alcance de la información tanto a turistas como a profesionales del sector.

6. Coherencia con los principios de sostenibilidad ambiental
El uso de papeles reciclados y certificados FSC, junto con tintas sin metales pesados, refuerza el compromiso ambiental de la actuación, alineando la producción material con los principios de sostenibilidad económica, social y ambiental que sustentan el OE 4.6.

Por tanto, la impresión de publicaciones no es únicamente una acción promocional, sino una herramienta estructural de política turística que contribuye a la valorización del patrimonio, la diversificación territorial, la sostenibilidad del destino y el fortalecimiento del tejido cultural y turístico andaluz, en plena coherencia con el Objetivo Específico 4.6 del Programa Andalucía FEDER 2021-2027.

La producción de estas publicaciones también fortalecerá el tejido empresarial local, impulsando el emprendimiento en el sector turístico y cultural, en sinergia con el OE 1.3, y mejorando la competitividad de las pymes andaluzas en el ámbito internacional.

Asimismo, la operación promoverá la accesibilidad universal y la mejora de infraestructuras turísticas en áreas culturales. Al proporcionar material informativo de calidad en múltiples idiomas y soportes, aseguramos que los recursos sean accesibles para todos los visitantes y que se mejore el conocimiento sobre la cultura andaluza.

Todo ello contribuirá al crecimiento de un turismo responsable y sostenible, capaz de generar riqueza y empleo estable para las comunidades locales, alineando las actuaciones con los principios de sostenibilidad económica, social y ambiental.

2. FINANCIACIÓN

Transferencia con asignación nominativa FEDER al 85%, recogida en el **PRY2026-0209** de ERP Navision, fuente financiera 170000G/75B/74303/00 y objetivo PAIF 1.3.2.4., correspondiente a:

1.3 "Optimizar el marketing turístico del destino Andalucía" que incluye la actuación 1.3.2 Comunicación Turística, que recoge los proyectos orientados a reforzar el posicionamiento de Andalucía como destino turístico de referencia mediante campañas de comunicación adaptadas a públicos estratégicos, destacando los atributos diferenciales de Andalucía. Se fomentará la colaboración con prescriptores, medios especializados y plataformas digitales para ampliar el alcance de la marca Andalucía. Asimismo, se incluye el patrocinio de grandes eventos turísticos y culturales.

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

Para dar cumplimiento al Plan de Publicaciones 2026 de la Comisión de publicaciones y actividades formativas y de difusión de la Consejería de Turismo y Andalucía Exterior de la Junta de Andalucía, y estando previsto en el Plan de Actuación, Inversión y Financiación de la EPGTDA, se hace necesario la impresión de material informativo y de promoción del destino que fomente un nuevo modelo de turismo sostenible y responsable.

La necesidad de impresión de publicaciones surge para evitar la rotura de stock en el almacén y abastecer óptimamente nuestros canales habituales de distribución: oficinas de turismo, tienda online Andalucía Shop y todo tipo de acciones promocionales de marketing y comunicación: ferias nacionales e internacionales, famtrips, blogtrips, presstrips, misiones comerciales…

El objeto de esta licitación contempla la impresión de publicaciones en diferentes idiomas y modelos, según el desglose detallado en los siguientes lotes:

Lote 1: Folletos desplegables
Lote 2: Talonarios de ciudades
Lote 3: Guía de Andalucía, elección natural
Lote 4: Guía de Andalucía insólita

El pliego de prescripciones técnicas que se propone y se adjunta a esta memoria concreta esta información.

4. DESGLOSE DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de ciento veinticinco mil EUROS (125.000 €), IVA incluido. Atendiendo a lo indicado en el artículo 100.2 de la LCSP, el citado presupuesto se desglosa según se señala a continuación:

	Concepto	**Importe (€)**
A.	Costes directos	81.472,03
B.	Costes indirectos (10%)	8.147,20
C.	Total presupuesto ejecución material (A + B)	89.619,23
D.	Gastos generales (15% s/ ejecución material)	13.442,88
E.	Beneficio industrial (6% s/ ejecución material)	5.377,16
F.	Presupuesto ejecución por contrata (C+D+E)	108.439,27
G.	IVA (21%), sobre una base de 71.900,82 € IVA (4%), sobre una base de 36.538,45 €	15.099,18 1.461,55
H.	**Presupuesto base de licitación** (F+G)	**125.000,00**

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

Concepto	**Importe (€)**
Coste de papel - (45,41%)	36.996,44
Costes de impresión (planchas de impresión, tinta y otros consumibles como solventes o productos de limpieza, cubiertas, acabados especiales, pruebas de color, configuración de máquinas, mano de obra, mantenimiento y uso de maquinaria…) – (39,43%)	32.124,42
Coste de acabado y encuadernación - (8,09%)	6.591,08
Coste de preparación y preimpresión (formateo, conversión de archivos a formatos específicos, revisión, ajustes técnicos…) – (2,31%)	1.882,00
Otros costes (transporte, almacenamiento, gastos administrativos, seguros, control de calidad, gestión de desperdicios, asesoramiento técnico…) – (4,76%)	3.878,06
Total costes directos	81.472,03

Los conceptos y costes reflejados en esta memoria justificativa han sido determinados teniendo en cuenta la experiencia acumulada por Turismo y Deporte de Andalucía en la impresión y producción de publicaciones en años anteriores. En concreto, se ha hecho un análisis comparativo con las facturaciones de trabajos similares llevados a cabo previamente. En concreto:

Año 2024, expediente C101-13LG-0624-0057:

- Lote 1 – Impresión de 277.000 unidades de folletos desplegables, adjudicado a Lozano Impresores, S.L por un importe de 27.684,8 € IVA incluido.
- Lote 2 – Impresión de 3.950 talonarios de ciudades (blocs de 100 unidades cada uno), adjudicado a Lozano Impresores, S.L por un importe de 14.000 € IVA incluido.
- Lote 3 – Impresión de 2.450 libros + 5.640 mapas de la Guía de Andalucía en moto, adjudicado a Lozano Impresores, S.L por un importe de 10.623,46 € IVA incluido.

ACCIÓN	IMPORTE ADJUDICACIÓN 2024	IMPORTE LICITACIÓN 2026
Impresión folletos desplegables	27.648,8 €	72.000 €
Impresión talonarios de ciudades	14.000 €	15.000 €
Impresión libros	10.623,46 €	20.500 € + 17.500 €

También se ha solicitado un presupuesto orientativo a la licitadora Lozano Impresores, ofertando un total de 109.652,9 € al que se le ha sumado un 14% más hasta 125.000 € para no limitar la concurrencia a esta licitación, contemplando posibles subidas de papel y otros márgenes comerciales.

Este análisis nos permite asegurar que los importes reflejan una estimación ajustada a la realidad del sector, teniendo en cuenta siempre el presupuesto disponible dentro del Plan de Acción de 2026 para Turismo y Deporte de Andalucía.

Los precios finales de licitación han sido ajustados al alza, como consecuencia de tener en cuenta la inflación media anual para 2025, +2,9%, los aumentos en precios de servicios, y las implicaciones económicas del contexto global. Además, hay que tener en cuenta que en el Pliego de Prescripciones Técnicas se requiere, y así se solicita, una ampliación de modelos, ejemplares y formatos para ajustarnos a las necesidades actuales de demanda en el almacén:

- Se aumenta la producción de modelos de guías prácticas en diferentes idiomas, así como el número de ejemplares ofertados (de 277.000 unidades a 580.500 unidades).
- Se solicitan 6 modelos de talonarios de ciudades con una impresión mínima de 3.000 unidades.
- Se imprimen dos formatos de libros en diferentes idiomas. Por un lado, el libro Andalucía, elección natural, en formato indivisible con un folleto desplegable y formato 110 x 160 mm; y por otro, el libro Andalucía insólita en formato A4.

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 125.000,00 € IVA incluido con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC26-00068, según el siguiente detalle de anualidades:

Anualidad	**Código Proyecto**	**Importe (€, IVA incl.)**
2026	PRY2026-0209	125.000,00 €

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS

El plazo de ejecución del contrato es de 6 meses. No se prevén prórrogas.

7. CAUSAS DE MODIFICACIÓN DEL CONTRATO

No se contemplan.

8. DESCRIPCIÓN DE LOTES O JUSTIFICACIÓN, EN SU CASO, DE NO DIVIDIR EN LOTES

División en Lotes

X	SI

Nº Lote	Descripción	Importe (IVA incl.) €
Lote 1	Folletos desplegables	72.000
Lote 2	Talonarios de ciudades	15.000
Lote 3	Guía de Andalucía, elección natural	20.500
Lote 4	Guía de Andalucía insólita	17.500

9. PROPUESTA DE CRITERIOS DE SOLVENCIA Y ADJUDICACIÓN Y JUSTIFICACIÓN

9.1. Los criterios de solvencia económica y de solvencia técnica serán los establecidos en los Pliegos de Cláusulas Particulares.

9.2. Los criterios de adjudicación serán los siguientes:

9.2.1. Criterios de adjudicación por aplicación de un juicio técnico de valoración

No ha lugar a criterios de adjudicación en este apartado para los lotes 1, 2, 3 y 4; pero sí se someterá a informe técnico el cumplimiento de los requisitos del papel, de conformidad con el pliego de prescripciones técnicas en lo relativo a blancura, opacidad, origen de las fibras, proceso de blanqueamiento, sellos y certificaciones medioambientales.

9.2.2. Criterios de adjudicación por aplicación de fórmulas

a) Lote 1 – FOLLETOS DESPLEGABLES: Se asignará la máxima puntuación de 100 puntos a la oferta económica más baja, puntuando el resto de forma proporcional, mediante regla de tres inversas.

b) Las ofertas recibidas para los lotes 2, 3 y 4 se valorarán según el número de ejemplares ofertados, considerando como mínimas las cantidades de impresión especificadas en el siguiente cuadro y teniendo en cuenta que la cifra expresada es la suma del total de modelos descritos en el pliego:

Lote 2: Talonarios de ciudades	3.000 ejemplares
Lote 3: Guía de Andalucía, Elección Natural	3.300 ejemplares
Lote 4: Guía de Andalucía Insólita	2.100 ejemplares

Se asignará la máxima puntuación de 100 puntos a la empresa licitadora que presente una mayor tirada sobre los ejemplares mínimos propuestos en cada lote, puntuando el resto mediante regla de tres.

9.3. Justificación de criterios de adjudicación

En la presente contratación se ha optado por establecer criterios de adjudicación de carácter objetivo basados exclusivamente en variables cuantificables, en la medida en que el objeto del contrato —la impresión de publicaciones— constituye una prestación de carácter estandarizado, perfectamente definida en el pliego de prescripciones técnicas en cuanto a calidades, formatos, materiales y características de producción. En este contexto, la calidad del suministro queda garantizada mediante el cumplimiento de dichas especificaciones técnicas, no existiendo margen relevante para la mejora cualitativa que requiera una valoración subjetiva. Por ello, resulta adecuado que la adjudicación se base en criterios directamente vinculados a la eficiencia en el uso de los recursos públicos, tales como el precio en el caso del lote 1, y la mejora en la cantidad de ejemplares ofertados respecto de los mínimos exigidos en los lotes 2, 3 y 4, lo que permite maximizar el alcance y difusión del material promocional sin incremento del coste. De este modo, los criterios establecidos aseguran la selección de la oferta económicamente más ventajosa, en términos de mejor relación calidad-precio, garantizando al mismo tiempo la objetividad, transparencia y concurrencia en el procedimiento.

10. PARÁMETROS OBJETIVOS PARA CONSIDERAR UNA OFERTA ANORMALMENTE BAJA

Para el Lote 1:

Se considerarán desproporcionadas o temerarias las ofertas o proposiciones que se encuentren en los siguientes casos:

1. Cuando, concurriendo una sola empresa licitadora, sea inferior al presupuesto base de licitación en más de 25 unidades porcentuales.

2. Cuando concurran dos empresas licitadoras, la que sea inferior en más de 20 unidades porcentuales a la otra oferta.
3. Cuando concurran tres empresas licitadoras, la que sea inferior en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas o proposiciones presentadas. No obstante, se excluirá para el cómputo de dicha media la oferta de cuantía más elevada cuando sea superior en más de 10 unidades porcentuales a dicha media. En cualquier caso, se considerará desproporcionada la baja superior a 25 unidades porcentuales.
4. Cuando concurran cuatro empresas o más empresas licitadoras, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas o proposiciones presentadas. No obstante, si entre ellas existen ofertas o proposiciones que sean superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas o proposiciones que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas o proposiciones es inferior a tres, la nueva media se calculará sobre las tres ofertas o proposiciones de menor cuantía.

Cuando se identifique una proposición que pueda ser considerada desproporcionada o anormal, Turismo y Deporte de Andalucía seguirá el procedimiento previsto en el art. 149, 4, 5, 6, 7 de a LCSP.

11. TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

No aplica.

12. CONCLUSIÓN

Por todo lo anteriormente descrito, se concluye que se hace necesaria la contratación del servicio de impresión de publicaciones en diferentes modelos e idiomas por un importe de **CIENTO OCHO MIL CUATROCIENTOS TREINTA Y NUEVE CON VEINTISIETE (108.439,27 €) IVA excluido.**

En Málaga, a 9 de marzo de 2026

Técnico/a Responsable: Director Responsable PAIF

Cargo: CIO – Director de Innovación