

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO DE LA FINAL DE LA COPA DEL REY DE FÚTBOL 2026 (EXP. C2N06-06TG-0326-0062), CON PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 3.500.000,00 € (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 LA Final de la Copa del Rey de Fútbol que tendrá lugar el día 18 de abril de 2026 en el estadio Olímpico de Sevilla.

Con el patrocinio de esta competición de reconocido prestigio, se pretende lograr un mayor grado de conocimiento internacional 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.

La Copa del Rey es la quinta competición de fútbol que más interés genera entre los aficionados, con un índice de interés muy similar al de competiciones como la Champions, Liga, Mundial y Eurocopa.

Según datos de pasadas ediciones, una audiencia global en televisión de 8,5 millones de espectadores (2,8 millones de fuera de España) y una presencia mediática de casi 10.000 noticias en países de todo el mundo, convierten a este evento en un magnífico escaparate internacional del fútbol.

La designación por parte de la Real Federación Española de Fútbol del Estadio de la Cartuja de Sevilla como sede para su partido final, colocará a la ciudad y a Andalucía en el centro de la atención pública, suponiendo por ello una magnífica oportunidad para la promoción y difusión de la marca Andalucía.

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 PRY2026-0238 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” que incluye la actuación 1.3.1 Promoción y Comercialización Turística que desarrolla la promoción del destino en su conjunto (Promotion), la comercialización de la oferta turística en todo el mundo poniendo las herramientas necesarias para facilitar el trabajo de las empresas (Place) y el desarrollo y creación de nuevos productos turísticos (Product). Para ello se realizarán acciones de distintas tipologías orientadas principalmente a profesionales (B2B): directas (ferias, congresos, jornadas), inversas (famtrips, viajes de prensa, foros, bolsas de comercialización), de cooperación, diversificación y creación de productos turísticos.

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

El objeto del contrato es el patrocinio publicitario de la Final de la Copa del Rey de Fútbol 2026.

Patrocinar este evento es una oportunidad atractiva por diversas razones:

1. **Visibilidad a nivel nacional e internacional:** La final de la copa de Rey de Fútbol tiene una gran presencia en los medios de comunicación y en plataformas de TV, 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:** El Fútbol promueve 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 deportes de Fútbol. “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 la Final de la Copa del rey de Fútbol no solo es una excelente oportunidad para asociar “Andalucía” con un deporte de alto nivel, sino también una forma de apoyar el crecimiento del fútbol y generar un impacto positivo en la sociedad.



Turismo y Deporte de Andalucía y la Junta de Andalucía deberán obtener una serie de derechos y beneficios vinculados a la celebración de la Final de la Copa de S.M. el Rey 2026 en Sevilla. Entre ellos, se incluye el derecho a utilizar la denominación "Sede oficial de la Final de la Copa de SM el Rey 2026", así como el uso del nombre comercial y los signos distintivos del evento con fines promocionales. Asimismo, se podrían desarrollar acciones promocionales de carácter deportivo y turístico relacionadas con la final.

El acuerdo también deberá contemplar diversas oportunidades de visibilidad de marca, como presencia publicitaria en el sistema LED perimetral durante cuatro minutos, inclusión del logotipo en dos moquetas 3D situadas en cada portería, presencia en el sistema LIVEAD del terreno de juego, en las entradas oficiales del evento, en la cartelería y en los materiales oficiales de la final. Además, la marca "Junta de Andalucía" y el nombre de la ciudad aparecerán asociados a la final en publicaciones de redes sociales de la RFEF, que realizará al menos dos menciones directas, y el logotipo también estará presente en la pantalla TFT durante las ruedas de prensa.

Igualmente, se contempla la posibilidad de presencia en la Fan Zone si esta se instala, así como el derecho preferente a adquirir tiempo publicitario televisivo durante la retransmisión del partido según las condiciones del operador audiovisual. En el ámbito promocional, la RFEF entregará dos balones oficiales de la Copa del Rey para acciones de promoción.

4.- PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de TRES MILLONES QUINIENTOS MIL EUROS (3.500.000,00 €), IVA no incluido (4.235.000,00 € 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	2.629.601,80
B. Costes indirectos ¹ (10%)	262.960,18
C. Total presupuesto ejecución material (A + B)	2.892.561,98
D. Gastos generales ² (15% s/ ejecución material)	433.884,30
E. Beneficio industrial (6% s/ ejecución material)	173.553,72
F. Presupuesto ejecución por contrata (C+D+E)	3.500.000,00
G. IVA (21% o el que corresponda)	735.000,00
H. Presupuesto base de licitación IVA incluido (F+G)	4.235.000,00

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

Concepto	Importe (€)
Producción técnica y audiovisual del evento	612.450,00
Infraestructura temporal y montaje operativo	475.875,00
Seguridad y control de accesos	382.450,00
Logística y operaciones del evento	298.625,00
Servicios técnicos, arbitral y de organización	241.875,00
Servicios médicos, sanitarios y antidopaje	186.450,00
Comunicación, marketing y promoción del evento	198.975,00
Producción de ceremonia y actos protocolarios	123.900,00
Gestión administrativa, coordinación general y reporting	109.001,80
Total costes directos	2.629.601,80

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, el precio base de licitación se sustenta en el análisis del impacto mediático, económico y promocional asociado a la Final de la Copa del Rey de Fútbol, tomando como referencia los datos obtenidos en ediciones anteriores y los estudios de retorno realizados sobre el evento.

Este evento ha sido patrocinado por esta empresa pública en ediciones anteriores por los siguientes importes:

- Edición 2025: 726.000,00 € (IVA incluido)
- Edición 2024: 726.000,00 € (IVA incluido)
- Edición 2023: 1.452.000,00 € (IVA incluido)
- Edición 2022: 1.452.000,00 € (IVA incluido)

Los resultados obtenidos en dichas ediciones ponen de manifiesto el alto impacto mediático y promocional del evento, así como su capacidad para generar retorno en términos de visibilidad y posicionamiento del destino.

Según los datos disponibles, la final de 2024 registró una audiencia global en televisión de 8,5 millones de espectadores, de los cuales 2,8 millones correspondieron a audiencia internacional, generándose además cerca de 10.000 noticias en medios de comunicación de todo el mundo.

En la edición de 2025 el impacto mediático se incrementó de forma significativa, alcanzándose una audiencia televisiva global de 15,1 millones de espectadores, de los cuales 6,3 millones correspondieron a audiencia internacional. Asimismo, se contabilizaron 33.467 noticias publicadas en distintos países, lo que confirma la consolidación del evento como un escaparate internacional de gran relevancia.

La retransmisión del evento se realiza en numerosos países mediante acuerdos internacionales de derechos audiovisuales. Por ejemplo, ESPN dispone de los derechos de retransmisión para América Latina, lo que permite que la final pueda seguirse en múltiples países de la región y amplía considerablemente el alcance internacional del evento.

2. Retorno económico obtenido en ediciones anteriores

El patrocinio de la marca Andalucía en las finales de 2024 y 2025 generó un retorno económico significativo según el estudio de valoración publicitaria realizado por Nielsen.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

- Edición 2024: retorno estimado de 1.367.677 €
- Edición 2025: retorno estimado de 1.776.536 €

Estos datos muestran que el retorno económico equivalente ya superaba la inversión realizada en dichas ediciones, situándose el ratio retorno/inversión entre aproximadamente 1,9 y 2,5. Asimismo, entre 2024 y 2025 el retorno estimado se incrementó en torno a un 29,9 %, en gran medida como consecuencia del aumento de audiencia televisiva y de la mayor presencia mediática del evento.

3. Impacto económico del evento en el territorio

Además del retorno en términos de visibilidad mediática, la celebración de la final de la Copa del Rey genera un impacto económico directo muy relevante en el territorio.

En la edición celebrada en Sevilla en 2025, la final disputada en el Estadio de La Cartuja generó un impacto económico estimado entre 75 y 90 millones de euros durante el fin de semana del evento. Durante esos días la ciudad recibió aproximadamente entre 110.000 y 130.000 visitantes, lo que provocó que la ocupación hotelera superara el 95 %.



Este incremento de la demanda beneficia especialmente a hoteles, restaurantes, comercios, servicios de transporte y actividades de ocio. Asimismo, una parte significativa de los visitantes permanece varios días en la ciudad, lo que aumenta el gasto en alojamiento, restauración, compras y actividades turísticas.

Además del impacto económico directo, el evento contribuye a reforzar la proyección internacional del destino, al difundirse imágenes de la ciudad y del territorio a través de retransmisiones televisivas internacionales, medios de comunicación y plataformas digitales.

4. Incremento de soportes publicitarios en la edición 2026

Para la edición de 2026 se prevé ampliar las contraprestaciones del patrocinio mediante la incorporación de nuevos soportes de visibilidad de alto impacto, entre los que destacan:

- la presencia de marca mediante tecnología LIVEAD en el terreno de juego
- la activación promocional en la Fan Zone oficial del evento

El sistema LIVEAD permite la inserción virtual de publicidad en el terreno de juego visible durante la retransmisión televisiva internacional, lo que incrementa notablemente el número de impactos televisivos y la visibilidad de la marca.

Por su parte, la presencia en la Fan Zone permite generar impacto directo en los asistentes al evento, así como en redes sociales, medios de comunicación y contenidos generados por los propios aficionados.

5. Estimación del valor publicitario equivalente

Tomando como referencia la audiencia televisiva de la final de 2025 (15,1 millones de espectadores) y considerando el efecto multiplicador de las repeticiones, resúmenes, contenidos digitales y retransmisiones diferidas, puede estimarse una audiencia acumulada aproximada de 40,77 millones de impactos televisivos.

Utilizando valores habituales de mercado en retransmisiones deportivas internacionales, donde el coste por mil impactos (CPM) se sitúa habitualmente entre 18 € y 35 €, y aplicando un valor prudente de 22 €, el valor publicitario equivalente del impacto televisivo básico puede estimarse en aproximadamente 897.000 euros.

La incorporación de la tecnología LIVEAD, que aparece de forma recurrente durante la retransmisión y en los planos generales del juego, incrementa significativamente el valor publicitario de los soportes. En estudios de patrocinio deportivo este tipo de soportes suele multiplicar entre dos y tres veces el valor de la publicidad estática tradicional.

Aplicando un factor de incremento moderado, el valor publicitario asociado a la visibilidad televisiva podría situarse en torno a 1,97 millones de euros.

A este valor debe añadirse el impacto promocional derivado de las activaciones en la Fan Zone. Considerando un volumen aproximado de 120.000 visitantes y aplicando valores habituales en marketing experiencial, el valor promocional de estas activaciones podría estimarse en torno a 1,8 millones de euros.

En consecuencia, el valor mediático total estimado derivado del patrocinio podría situarse en torno a 3,7 millones de euros.



6. Proyección del retorno del patrocinio

Tomando como referencia el retorno obtenido en 2025 (1.776.536 €) y considerando la ampliación de soportes publicitarios, la consolidación de la audiencia televisiva y las nuevas activaciones promocionales, puede estimarse de forma prudente que el retorno económico equivalente del patrocinio en 2026 podría situarse en una horquilla aproximada entre 3,2 y 4,1 millones de euros. Esta estimación es coherente con los incrementos observados en eventos deportivos de alta visibilidad cuando se incorporan soportes publicitarios premium y activaciones adicionales.

7. Justificación de la inversión

El precio previsto para el patrocinio de la Final de la Copa del Rey de Fútbol 2026 asciende a 3.500.000 euros (IVA excluido).

A la vista de los datos de impacto mediático, del retorno publicitario estimado y del efecto económico generado en el territorio, puede considerarse que la inversión presenta una relación razonable entre coste y retorno promocional.

El patrocinio del evento se alinea además con los objetivos estratégicos de promoción turística de Andalucía, al tratarse de un acontecimiento deportivo de gran proyección mediática internacional que permite posicionar el destino ante millones de espectadores.

La combinación del retorno en visibilidad mediática, del impacto económico en el territorio y de la asociación de la marca Andalucía con un evento deportivo de primer nivel constituye una base suficiente para justificar la inversión prevista.

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 3.500.000,00 € IVA no incluido (4.235.000,00 €, IVA incluido) con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC26-00077 según el siguiente detalle:

Anualidad	Código Proyecto/s	Importe (€, IVA incl.)
2026	PRY2026-0238	4.235.000,00 €

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS

El plazo de ejecución del contrato es 18 de abril 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 del patrocinio de la Final de la copa del Rey de Fútbol 2026 por un importe de TRES MILLONES QUINIENTOS MIL EUROS (3.500.000,00 €, IVA excluido).

Responsable del contrato

Responsable PAIF

Fdo:
Cargo: Jefe Departamento Deporte
Fecha: 6 de marzo de 2026

Fdo:
Cargo: Director de Marca
Fecha: 6 de marzo de 2026