



Junta de Andalucía

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

## **MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A. PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS CONSISTENTES EN ORGANIZACIÓN DE EVENTOS PROMOCIONALES EN EL MARCO DE LA FERIA ITB CHINA Y JORNADAS PARALELAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA Y EMPRESARIAL DE ANDALUCÍA.**

El objeto del presente pliego es fijar las prescripciones técnicas para la contratación, por procedimiento abierto, de la prestación de servicios para la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (en adelante Turismo y Deporte de Andalucía) de agencia DMC (Destination Manager Company), de conformidad con el art. 13 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, para la ORGANIZACIÓN DE JORNADAS DE ANDALUCÍA EN CHINA EN EL MARCO DE LA FERIA ITB CHINA, QUE TENDRÁ LUGAR EN LA CIUDAD DE SHANGHAI Y POSTERIORMENTE EN LA CIUDAD DE BEIJING.

### **1. ANTECEDENTES**

China es un mercado que ha tenido cifras crecientes en términos económicos y totales de pasajeros hasta el estallido de la pandemia de COVID 19. Tradicionalmente caracterizado de emergente, hoy en día es una realidad a considerar dadas sus cifras de emisión y gasto. Como ejemplo, actualmente se estiman en 20 los vuelos semanales a España.

De alto poder adquisitivo y muy desestacionalizador, los chinos tienen una gran relación con el mercado andaluz, siendo habituales a lo largo de la historia reciente. Debemos considerar que China es un mercado de crecimiento contrastado, de los primeros del mundo en cifras emisoras y en porcentajes de crecimiento. Con una creciente clase media y un aumento en el poder adquisitivo, es evidente que la búsqueda de la diversificación en cuanto a destinos para viajar.

A su vez, Andalucía está apostando fuertemente por estos mercados a través de su campaña Andalusian Crush, con la que se busca promocionar Andalucía a través de los grandes valores culturales, con su rica historia, arquitectura y cultura vibrantes que pueden ser particularmente valores para los turistas chinos que buscan experiencias culturales únicas. Sin olvidar la diversidad de experiencias, ofreciendo múltiples segmentos de la industria al viajero potencial.

Importante es buscar a través de estas jornadas la mejora de la conectividad: se busca aprovechar el crecimiento del tráfico aéreo y sacar réditos turísticos del aumento de los vuelos directos entre China y España, mejorando la accesibilidad a Andalucía.

Con todo esto, asumir que el turismo chino puede tener un impacto significativo en la economía local de Andalucía, generando ingresos adicionales y diversificando su demanda, mitigando los riesgos asociados con la estacionalidad y otros factores que afectan al turismo como la maduración de los mercados de origen.

### **2. OBJETIVOS**

Con el fin dar continuidad a las campañas de comunicación de 2023 en el país a través de distintos canales y a las acciones B2B que se realizaron en el marco de la misma feria en la que se proponen las jornadas a licitar en este pliego, aprovechando la cita mundial que supone la feria ITB, se busca mediante esta licitación una agencia que organice en su totalidad, con los puntos descritos a posteriori en el punto 4, una visita institucional y profesional que refuerce los contactos empresariales entre la industria turística andaluza y los grandes prescriptores chinos a fin de



establecer relaciones comerciales de primer nivel que favorezcan a la promoción del destino en China.

La visita, con fechas 27 a 30 de mayo de 2024, deberá organizarse con la siguiente calendarización:

- 27 de mayo: visita técnica a compañía de turoperación o visita institucional.
- 28 de mayo: Visita oficial a la ITB y organización de reuniones institucionales. Organización de workshop profesional en Shanghai con empresas turísticas y presentaciones de destino en venue emblemático de la ciudad.
- 29 de mayo: Encuentro con prensa
- 30: Organización de workshop profesional en Beijing con empresas turísticas.

### **3. TRABAJOS A REALIZAR POR PARTE DE LA COMPAÑÍA ADJUDICATARIA:**

1. Asesoramiento sobre el mercado chino mediante la aportación de estudios que incluyan cifras de negocios, perspectivas de futuro, perfiles de clientes.
2. Organización agenda de visitas institucionales y empresariales. Propuesta de empresas e instituciones locales a visitar y justificación de las mismas. Estas visitas deben incluir Turoperadores, Líneas Aéreas y actores institucionales.
3. Gestión de convocatoria para los encuentros con prensa.
4. Gestión de convocatoria para los encuentros con empresas con formato workshop.
5. Gestión y alquiler de venues de renombre y adecuados para todos los eventos citados.
6. Gestión y alquiler de requisitos técnicos para venues (audio, vídeo, mesas, señalética, material promocional impreso).
7. Diseño de la señalética necesaria.
8. Gestión de personal auxiliar para los eventos, para desarrollo correcto de los workshops, así como para su amenización.
9. Gestión de personal para traducción permanente.
10. Gestión de logística para la correcta consecución del evento.
11. Asesoramiento sobre las empresas e instituciones y empresas con las que Turismo y Deporte mantendrá reuniones y visitas, incluyendo cifras de negocio hacia Andalucía y España, perspectivas e historial, mediante la aportación de estudios empresariales y datos de negocio e historia.
12. Seguimiento posterior a los encuentros con aportación de bases de datos y con aportación de dossier de resumen de las visitas.

En Málaga, a 10 de marzo de 2024