

MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL POR PARTE DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA DE LA XXIII EDICIÓN DE MADRID FUSIÓN – ALIMENTOS DE ESPAÑA, “REVOLUCIONARIOS”, A CELEBRAR EN MADRID, DEL 27 AL 29 DE ENERO DE 2025.

La presente memoria justificativa sustituye a la firmada con fecha 08 de enero de 2025, tras incorporar las consideraciones jurídicas del INFORME AJ-GAPA 2025/3, emitido por el Gabinete Jurídico de la Agencia, en relación con el Pliego de cláusulas administrativas particulares del contrato denominado “CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL POR PARTE DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA DE LA XXIII EDICIÓN DE MADRID FUSIÓN – ALIMENTOS DE ESPAÑA, “REVOLUCIONARIOS”, A CELEBRAR EN MADRID, DEL 27 AL 29 DE ENERO DE 2025”.

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato al que corresponde la presente Memoria Justificativa es el Patrocinio Institucional por parte de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía (en adelante la Consejería), al amparo del art. 22 de la Ley 34/1988 de 11 de noviembre General de Publicidad, de la XXIII edición del Congreso que se celebrará en Madrid del 27 al 29 de enero de 2025, bajo el título *Madrid Fusión – Alimentos de España, “Revolucionarios”*.

2. CÓDIGO GEXAP.

CONTR 2024 1172506

3. CÓDIGO CPV.

- 79952000-2 Servicios de eventos.
- 79950000-8 Servicios de organización de exposiciones, ferias y congresos

4. SERVICIO PROPONENTE.

Servicio Proponente: Subdirección de Promoción, Consultoría y Actuaciones SIG / Servicio de Calidad, Promoción y Estrategia / Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible.

Personal de Contacto:

- Beatriz Ruiz Calderón. Técnica del Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible.

5. JUSTIFICACIÓN DEL CONTRATO: NATURALEZA Y EXTENSIÓN DE LAS NECESIDADES QUE SE PRETENDEN SATISFACER, así como, relación con el objeto del contrato.

La Ley 1/2011, de 17 de febrero, de reordenación del sector público de Andalucía, en su artículo 11.1, autoriza la creación de la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía (en adelante AGAPA), como agencia de régimen especial de las previstas en el artículo 54.2.c) de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía. La citada autorización quedó materializada con la aprobación de sus Estatutos por el Decreto 99/2011, de 19 de abril (en adelante los Estatutos), entrando en vigor los mismos con efecto al día siguiente de su publicación en BOJA, que lo fue el 29 de abril de 2011.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 1 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



AGAPA, en virtud de lo establecido en el artículo 2 de sus Estatutos, tiene como finalidad la ejecución de las políticas orientadas a alcanzar los objetivos básicos previstos en el artículo 10.3. 13º del Estatuto de Autonomía que le sea asignada por la Consejería a la que se encuentra adscrita. Para ello, la Agencia, en el marco de la planificación y coordinación definido por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, está dotada de una serie de funciones y competencias que ha de desarrollar en el ejercicio de las potestades propias atribuidas en sus Estatutos y que se recogen en el Contrato Plurianual de Gestión (en adelante el Contrato o C.P.G.) de AGAPA.

El Acuerdo de 21 de diciembre de 2020 del Consejo de Gobierno aprueba el C.P.G. de AGAPA para el período 2021-2024. De las funciones y competencias generales que se relacionan en el apartado 1.2 del citado C.P.G, se funden con el objeto del contrato al que hace referencia la presente memoria, las establecidas en el apartado d) del artículo 7 de los Estatutos de AGAPA:

(d) En materia de promoción y comunicación:

(1º) La ejecución de trabajos de promoción, comunicación y divulgación de contenidos informativos o de sensibilización relacionados con el ámbito agrario y pesquero y de desarrollo rural.

(2º) La ejecución de actividades de fomento de la calidad de los productos agroalimentarios andaluces y de la participación en eventos promocionales.

Por otra parte, el C.P.G. establece en su apartado 3, los Objetivos Estratégicos (OE) y Operativos (OO) que deberán presidir y dar cobertura necesaria a la gestión de AGAPA durante los próximos años. Entre ellos, está el Objetivo Estratégico *01-01 - Contribuir a la modernización del sector agrario y pesquero y de su tejido socioeconómico asociado, a través de la prestación de servicios innovadores, la digitalización, el conocimiento y el asesoramiento*. Del cual se deriva el Objetivo Operativo *01-01.03* que centra su atención en *- Atender la necesidad de promoción, información y comunicación en el medio rural y agroalimentario, incluyendo el ámbito de la pesca*.

Conforme a lo establecido en la sección 2ª del Capítulo V de los Estatutos, las actividades que AGAPA desarrolle en el marco del citado C.P.G. se realizarán con arreglo al Plan de Acción Anual (en adelante el Plan o P.A.A.) de cada ejercicio, que recoge las actuaciones y tareas previstas para la anualidad de aplicación.

El Objetivo Operativo antes citado comprende, por su naturaleza y concepción, aquellas iniciativas relacionadas con la promoción, la información y la comunicación. Así, el P.A.A. previsto para el ejercicio 2025 incluye, en el marco del citado objetivo, dentro de la Actuación *25-01-01.03.01- Asistencia técnica a la planificación, organización y participación en actividades de promoción, principalmente en materia agroalimentaria.*, el Proyecto *25-01-01.03.01.248 - Asistencia técnica a las acciones de promoción de la industria agroalimentaria y otras actuaciones, excepto las relacionadas con la ecológica*. Proyecto del que es responsable la Subdirección de Promoción, Consultoría y Actuaciones SIG, a través del Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia. Proyecto que contempla entre otras actuaciones el desarrollo del plan de promoción de la Dirección General de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria. Entre las acciones previstas, el citado plan contempla la participación en la *XXIII EDICIÓN DE MADRID FUSIÓN -ALIMENTOS DE*

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 2 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



ESPAÑA 2025, “Revolucionarios”, a celebrar en Madrid, del 27 al 29 de enero de 2025, bajo la dirección, coordinación y supervisión de dicha Dirección General.

La presencia de Andalucía en eventos regionales, nacionales, europeos e internacionales vinculados con la promoción de los productos agroalimentarios a través de la gastronomía es un instrumento de valor para el modelo de negocio de las empresas andaluzas y para su visualización en los mercados.

La promoción y difusión de los valores saludables y sostenibles de nuestras producciones agroalimentarias y pesqueras, en general, y de los alimentos andaluces con calidad diferenciada en particular, a través de su simbiosis con la alta gastronomía, más allá de su concepto como meros ingredientes, los convierte en protagonistas de estas acciones. De ahí que estos eventos especializados en la gastronomía tradicional y de vanguardia sean considerados soportes promocionales y de comunicación del máximo interés.

Madrid Fusión surgió hace veintidós años, aprovechando la gran revolución que vivía la cocina española, para impulsar uno de los grandes cambios culturales en el sector: la decisión de compartir el conocimiento. Tras la celebración de veintidós ediciones, se ha consolidado como el gran escenario mundial de la gastronomía. Sus objetivos, mostrar e impulsar la vanguardia culinaria y el conocimiento gastronómico, propiciar el acercamiento de las cocinas del mundo, fomentar el debate y la reflexión acerca de la gastronomía y los múltiples ámbitos vinculados a ella (enología, industria alimentaria, innovación tecnológica, investigación científica y nuevos modelos de negocio), descubrir nuevos talentos y las últimas novedades en torno a los productos agroalimentarios y pesqueros que sirven de base a la realidad gastronómica más actual.

En su XXIII edición se presenta con el lema “Revolucionarios”. La cocina española asombró al mundo hace ahora 30 años y Madrid Fusión Alimentos de España 2025 analizará las razones y motivos que articularon aquella revolución de 1995.

La libertad creativa, la voluntad de cambio, la rebeldía, el atrevimiento para cambiar las reglas o la generosidad para compartir los avances y descubrimientos son algunas de las innovaciones que aquellos revolucionarios introdujeron en la cocina de vanguardia y que la cumbre gastronómica más importante del mundo examinará de la mano de sus principales protagonistas.

Consolidado como la gran cita anual de la gastronomía, por su contribución a la creación de una escena global de la alta cocina, al descubrimiento de nuevos chefs y la detección e impulso de tendencias y vanguardias, Madrid Fusión - Alimentos de España volverá a reunir al sector de la restauración en general, y al agroalimentario y pesquero en particular, en el Pabellón 14 de IFEMA. Con un espacio expositivo que en esta edición superará los 25.000 metros cuadrados, Madrid Fusión reforzará los contenidos experienciales y ofrecerá más espacios formativos que nunca, volviendo a retransmitirse a través de internet para poder llegar a todos los rincones del mundo.

A lo largo de tres días, la programación del Congreso mostrará las propuestas y tendencias más interesantes que se están desarrollando en la actualidad en cocinas de los cinco continentes. Todo ello, nuevamente, teniendo en el punto de mira a los productos agroalimentarios y pesqueros de calidad, como fundamento de las cocinas del pasado, del presente y del futuro más inmediato.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 3 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Madrid Fusión se posiciona, por tanto, como el Congreso de Alta Gastronomía más prestigioso y de mayor notoriedad del panorama internacional, punto de encuentro para todos los que tienen algo que aportar o decir dentro del universo gastronómico quienes, además, tendrán la oportunidad de interactuar con los asistentes, generando así experiencias únicas que acercan tanto el producto como su elaboración a su público objetivo y a los medios de comunicación.

La Consejería ha participado en diversas ediciones, siendo 2024 la última de ellas, mediante la contratación de Patrocinio Institucional al amparo del art. 22 de la Ley 34/1988 de 11 de noviembre General de Publicidad.

Para el planteamiento de participación de la Consejería en la edición 2025, se han tenido en consideración los antecedentes de este evento, que ha visto incrementados sus resultados económicos en torno a un 10%, pasando de los 66 M€ de impacto de 2023 a los 72,4M€ de 2024 (Anexo 1 Informe de Medios MF 2024).

La tendencia ascendente de este Congreso también se pone de manifiesto con cifras tan destacadas como las de su impacto de audiencia, pasando de los 9,035 millones de la edición de 2023, a los 10,20 millones de la última edición celebrada en 2024, suponiendo un 8% de incremento (Anexo 1 Informe de Medios MF 2024); su número de congresistas, que de los 1.773 de 2023 pasó a los 1.814 de 2024 (+2,31%), y su público asistente, con 25.812 visitantes en 2024 frente a los 21.106 de 2023 (+2%). (Anexo 2 Comparativa visitantes - participación MF 2023_2024)

Cifras de participación y alcance en MADRID FUSIÓN 2024 (Anexo 2 Comparativa visitantes - participación MF 2023_2024)

25.812	1.814	90	1.131	1.357	211	26.580 m ²
Visitantes (+6%)	Congresistas (+2%)	Estrellas Michelin (+19%)	Chefs	Periodistas acreditados (+10%)	Empresas expositoras (+10%)	Área expositiva (+6%)

En asistencia física también se batieron récords de participación en lo que respecta a prensa acreditada suponiendo un 10% sobre los datos de 2023, con un total de 1.357 periodistas que cubrieron este evento. Como también puede apreciarse en el cuadro adjunto, las empresas y entidades expositoras fueron 211, un 10% más que en 2023, mientras que la superficie de exposición se incrementó un 6%, superando los 26.000 m². También fueron muy satisfactorias las cifras de usuarios web (+29.000), nacionalidades participantes (+90), así como estrellas Michelin (más de 90, un 19% más sobre la edición de 2023).

En cuanto a la participación en las acciones y espacios patrocinados por la Consejería cabe destacar: más de 950 personas pasaron por nuestro stand entre las experiencias gastronómicas en el comedor y nuestra actividad de la Terraza Tabanco alcanzando el aforo completo durante toda la duración del Congreso. Por su parte protagonizaron la programación de nuestro stand /comedor 43 empresas y/o entidades andaluzas (12 empresas LANDALUZ y 13 Consejos Reguladores de DDOO e IGP andaluzas, 15 empresas adscritas a la marca Gusto del Sur y 3 empresas expositoras en la muestra. 8 sectores diferentes (Anexo 3 Empresas andaluzas participantes MF 2024) y 8 chefs, de los cuales 3 procedían de restaurantes reconocidos con estrella Michelin).

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 4 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Atendiendo al retorno de la comunicación del evento, los datos de la pasada edición ponen de manifiesto que Madrid Fusión cuenta con un poderoso motor de producción de contenidos que combina un equipo de producción propio con una amplia red de colaboradores locales e internacionales. Son datos representativos los 1.228 artículos de prensa (+17% respecto 2023), 6.273 artículos web (+3%), 161 apariciones en televisión (+17%) y en 102 programas de radio (+7%): **(Anexo 1 Informe de Medios MF 2024)**.

En lo que respecta a la participación andaluza, se generaron un total de 106 apariciones en medios, frente a las 50 de 2023. De ellas 68 fueron publicaciones digitales, 28 en prensa, 7 a través de medios radiofónicos y 3 en televisión. **(Anexo 4 Clipping Junta de Andalucía MF 2024)**

En lo relativo al alcance en las RRSS del evento, se contabilizaron 34,62K de seguidores en Facebook, un 3,15% más que los de 2023, 52,52K en Twitter lo que supuso un 0,26% más que en la edición 2023, y 63,18k usuarios de Instagram, un 14,87% superior frente a 2023.

Resultados generales RRSS Madrid Fusión 2024 (Anexo 5 Informe RRSS de Madrid Fusión 2024).

Red Social	Facebook (f)	Instagram	Twitter (X)
Impresiones	836,91 K (+ 373,21%)	1,85 M (+793,36%)	385,94 K (+275,42%)
Interacciones	25,15 (+418,94%)	47,78K (+695,59%)	4.751 (+315,98%)
Publicaciones	807 (+287,98%)	828 (+314%)	1.387 (+324,16%)

Estos contenidos en RRSS incluyeron 27 publicaciones referidas a la participación de la Junta de Andalucía, en las tres redes sociales de MADRID FUSIÓN **(Anexo 6 Informe de RRSS Junta de Andalucía MF24):**

- Facebook: 7 publicaciones con 8.846 impresiones, un alcance de 8.652 personas y más de 130 interacciones.
- Twitter: 12 publicaciones con 3.698 reproducciones durante los días de celebración del Congreso.
- Instagram: 8 publicaciones con 19.906 cuentas alcanzadas y 20.463 impresiones.

Los contenidos anteriores se vieron reforzados a través de las cuentas en RRSS de la influencer Celeste García de la Banda. Persona designada por la organización para la conducción de la programación de actividades en el espacio gastronómico “Gusto del Sur”.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 5 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



	REPRODUCCIONES	LIKES	COMENTARIOS
Instagram	16.944	102	225
Facebook	3.338	57	7
X	1.419	38	2
Tik Tok	1.989	26	
YouTube	371	11	
Blog	11.654		
	35.715	234	

Las previsiones de la organización para la edición de 2025 es la de mantener un crecimiento similar al de la pasada edición como evento referente que atrae la atención de todos los medios de comunicación de una manera orgánica.

A la hora de valorar la conveniencia de participar en una nueva edición de Madrid Fusión, también se ha atendido a lo que dicha participación reporta en términos de reputación e imagen, contribuyendo a una mayor visibilidad y alcance del patrocinador y su marca, tanto con su presencia en un evento que, al ser el escaparate gastronómico más potente a nivel mundial, atrae la atención de los medios de una forma orgánica y natural, como a través del uso del logotipo y la imagen corporativa de este Congreso en todas sus comunicaciones. Igualmente, se ha estimado la mejora cualitativa que ha venido experimentando el contenido de este Congreso, con propuestas más experienciales y sensoriales dirigidas a poner el foco en las empresas y entidades participantes, y a atraer la atención de la opinión pública.

La experiencia como participante en este evento se ve reforzada mediante la libre disposición de una serie de invitaciones o pases que conforman una valiosa herramienta de networking o contactos profesionales.

A todo ello, cabe sumar el valor añadido que supone para este evento mantener, por cuarto año consecutivo, una vertiente digital que se ha visto reforzada en cada edición, mediante una intensa y continua generación y dinamización de contenidos en RRSS. Ello propiciará, sin duda, una mayor participación, alcance y repercusión de las acciones objeto de patrocinio, contribuyendo de este modo a un mayor retorno de la inversión. Retorno que además se podrá monitorizar y cuantificar a través de las analíticas de la plataforma en cuestión, pudiéndose así valorar y orientar, en función de los resultados obtenidos, el planteamiento de la participación futura de la Consejería en este evento. En ese sentido, cabe destacar nuestra presencia destacada, como empresa participante en todos los canales de RRSS de este Congreso.

Por todo lo expuesto, Madrid Fusión - Alimentos de España representa un escenario inmejorable para dar a conocer, a nivel internacional, los valores saludables y sostenibles de las producciones agroalimentarias y pesqueras de Andalucía más emblemáticas, como es el caso de los Aceites de Oliva Virgen Extra (AOVES) y los vinos andaluces reconocidos dentro de alguna de las diferentes figuras de calidad diferenciada existentes en Andalucía, aprovechando la gastronomía como vehículo de promoción.

A todo lo anterior, se suma el hecho de la diferenciación que este evento tiene con respecto a otros eventos promocionales de ámbito agroalimentario, y que radica en la participación de profesionales de la alta cocina a nivel mundial, no sólo como ponentes de sus diferentes actividades, sino también como público profesional congresista, que busca actualizarse y reciclarse profesionalmente, así como conocer las nuevas

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 6 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



oportunidades y tendencias en todo lo referido a la gestión de sus negocios. Especialmente en todo aquello que tiene que ver con el acceso al suministro de materias primas de alta calidad.

Al valor añadido que reporta la participación en esta acción desde el punto de vista de resultados obtenidos y de la excelencia del público destinatario (chefs de prestigio a nivel internacional), Madrid Fusión también se distingue con respecto a otros certámenes de promoción ligados a la gastronomía por valorizar el Aceite de Oliva Virgen Extra, mediante la categoría de Producto Oficial, creada en 2021 y con la que se refuerza la presencia e imagen de este producto, de manera transversal, en todos los espacios y actividades del Congreso. Una excelente forma de hacer patente la simbiosis del AOVE con la alta gastronomía, más allá de su uso como mero ingrediente y una magnífica oportunidad para fortalecer la presencia de este alimento en la cesta de la compra de los países que visitan la muestra.

También resulta fundamental la promoción en general de las distintas figuras de calidad agroalimentarias, tales como las denominaciones de origen protegidas (DOP), indicaciones geográficas protegidas (IGP) o las especialidades tradicionales garantizadas (ETG), la producción Ecológica e Integrada y de aquellos productos que cuentan ya con la marca de calidad “Gusto del Sur”, 388 en total y 151 empresas adheridas hasta la fecha <https://www.gustodelsur.es/>, que continúa incrementándose. Así como también otros valores diferenciales de nuestras producciones que contribuyen a incrementar el grado de internacionalización del tejido empresarial andaluz, ayudando a nuestras empresas agroalimentarias a superar las barreras a las que se enfrentan para comercializar en el exterior, fortaleciendo de esta forma la posición de los productos andaluces en el mundo, a fin de incrementar las exportaciones y la cuota de negocio internacional.

Con esta acción concreta, la Consejería desea, por tanto, apoyar a las empresas andaluzas para difundir sus productos en el Congreso Madrid Fusión, a fin de fortalecer sus relaciones comerciales con potenciales clientes extranjeros y aumentar su volumen de negocio en el ámbito internacional. Particularmente con clientes de los países participantes en esta edición, lo cual permitirá incrementar el grado de internacionalización de nuestro sector, generar empleo de calidad y fortalecer la posición de los productos andaluces en el mercado exterior.

Por todo ello, la Consejería plantea su participación en Madrid Fusión - Alimentos de España a través de la fórmula del Patrocinio Institucional, implicando:

- Patrocinio de una ponencia en el *Auditorio principal* del Congreso.
- Patrocinio exclusivo del *Espacio Gastronómico Madrid Fusión – “Gusto del Sur”* dentro de la zona expositiva del Congreso, centrado en poner en valor el producto agroalimentario y pesquero andaluz a través de su programación diaria.
- Patrocinio exclusivo de la Programación de las Actividades del Espacio Gastronómico Madrid Fusión – “Gusto del Sur”, abiertas al público. Se llevarían a cabo un mínimo de 8 actividades diarias (24 actividades en total):
 - 1 actividad diaria de desayuno (3 en total).
 - 1 showcooking diario (3 en total).

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 7 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- 1 presentación de tapas (3 en total).
- 5 actividades gastronómicas de libre configuración diarias (15 en total), basadas en los productos agroalimentarios y pesqueros con calidad diferenciada de Andalucía y/o adheridos a la marca “Gusto del Sur”.
- Patrocinio de una demostración fundamentada en los productos amparados por figuras de calidad diferenciada ligadas al origen reconocidas en Andalucía, a desarrollar en *Sala Polivalente* de zona expositiva.
- Patrocinio de una cata de vinos andaluces amparados por alguna de las figuras de calidad diferenciada existentes en Andalucía, en el espacio *Madrid Fusión The Wine Edition*.
- Patrocinio *categoría producto oficial “Aceite de Oliva Oficial Madrid Fusión 2025”*.

Las contraprestaciones del patrocinio implican la presencia en los diferentes espacios y soportes tanto presenciales como virtuales con los que cuenta el evento, asegurando la correcta difusión de los mensajes publicitarios a lanzar.

Ficha técnica MADRID FUSIÓN 2025

Nombre	MADRID FUSIÓN – ALIMENTOS DE ESPAÑA “Revolucionarios”
Organiza	Organizado en exclusiva por FORO DE DEBATE, SL con CIF B82054792
Carácter	Profesional internacional
Periodicidad	Anual
Edición	XXIII
Modalidad	Formato híbrido: Presencial y On line
Lugar	IFEMA (Institución Ferial de Madrid). Pabellones 14.0 – 14.1
Fecha	27 a 29 de enero de 2025
Horario	Lunes y martes (10h-20h) y miércoles (10h-19:30h) – horarios estimados.
Sectores	Sector de la restauración en general; sector agroalimentario - pesquero: Productos alimenticios diversos; aguas, bebidas refrescantes, cervezas, mostos y sidras; conservas y semiconservas; productos cárnicos y derivados; productos lácteos y sus derivados; productos del mar, acuicultura y piscifactoría; vinos y espirituosos; productos congelados; dulces, galletas y confitería; aceite de oliva y aceites vegetales; frutas, verduras y hortalizas frescas; productos ecológicos; y todo para el foodservice y la alimentación fuera del hogar: panadería, pastelería, heladería, postres y chocolates, logística y distribución, canal intermediario, cocina de ensamblaje, vending, equipamiento, alimentos de IV y V gama, franquicias de restauración, productos de un solo uso, soluciones informáticas y ambientación,..
Perfil del visitante	Profesionales del sector de la hostelería (cocineros, jefes de sala, sumilleres, etc), empresarios agroalimentarios, responsables de compras de hostelería y grandes superficies, distribuidores, importadores, exportadores prensa generalista y especializada de ámbito nacional e internacional y críticos gastronómicos.....

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 8 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



La entidad FORO DE DEBATE, SL con CIF B82054792, es propietaria y organizadora única del evento Madrid Fusión - Alimentos de España 2025. Siendo responsable de la gestión con carácter de exclusividad, tanto del espacio de suelo, como del contenido de sus programas de ponencias, de los servicios feriales y de la comercialización de todos los espacios y soportes publicitarios, tanto presenciales como virtuales, de dicho evento que se celebra en Madrid con carácter anual. Dicha circunstancia se acredita por parte de la citada empresa mediante certificación – declaración responsable que queda incorporada como documento adicional no firmable, **Anexo 7**, al expediente de contratación del que es objeto esta Memoria Justificativa.

6. TIPO DE CONTRATO.

En la calificación en función de su régimen jurídico de derecho administrativo o de derecho privado indicamos:

- ✓ **Contrato privado.**

En función de su objeto: típicos, mixtos y administrativos especiales:

El objeto del presente contrato son prestaciones distintas de las definidas en el artículo 25.1.LCSP

En función de su régimen jurídico de derecho comunitario:

- ✓ **Contratos NO sujetos a regulación armonizada.**

En función de su régimen jurídico de derecho administrativo o de derecho privado:

- ✓ **Contratos privados**

7. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN y justificación expresa de la elección del procedimiento, cuando se utiliza un procedimiento distinto del abierto o del restringido.

Procedimientos **no ordinarios** (en supuestos tasados):

- ✓ **Negociado sin Publicidad.**
- ✓ **Tramitación de urgente.**

Se escoge el procedimiento negociado sin publicidad conforme a lo establecido en el Artículo 168 a).2 de la LCSP, dado que las prestaciones, tal y como se ha expuesto en el apartado quinto de la presente memoria, sólo pueden ser encomendados a un empresario determinado, ya que procede la protección de derechos exclusivos de éste, incluidos los derechos de propiedad intelectual e industrial.

Sobre la utilización de este tipo de procedimiento en los contratos de patrocinio, se ha pronunciado la Junta Consultiva de Contratación Administrativa de la Comunidad Autónoma de Aragón, en su Informe 13/2012, de 11 de julio, que señala:

«cualquier intento de forzar la concurrencia en una cuestión de esta naturaleza, siempre y a cualquier precio, solo podría acabar mezclando entidades con actividades muy diferentes, de difícil o imposible homogeneización, tanto en cuanto al presupuesto de la actividad, como en lo que a la difusión publicitaria pretendida se refiere. Normalmente se tratará de un contrato por razón de la persona o "intuitu personae", en

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 9 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



el que la concurrencia resultaría, si no en todos los casos, al menos, en muchos de ellos, incompatible con la naturaleza y objeto del contrato».

En cuanto al procedimiento de tramitación “urgente” se acude al mismo de conformidad con lo establecido en el artículo 119 de la LCSP, *“podrá ser objeto de tramitación urgente los expedientes correspondientes a los contratos cuya celebración responda a una necesidad inaplazable o cuya adjudicación sea preciso acelerar por razones de interés público”*.

La agroindustria es un sector de primera magnitud en la economía andaluza, sin embargo, aún existe un altísimo porcentaje de pymes y microempresas que deben replantear su estrategia de competitividad, ampliando su base de clientes y productos para poder concurrir fuera de nuestras fronteras.

Parte de las dificultades que se pueden encontrar las pymes agroalimentarias que están inmersas en la internacionalización, o que quieren abordarla próximamente, es la dificultad para identificar potenciales socios y oportunidades de negocio en otros países, siendo este uno de los obstáculos clave con los que tropiezan. A pesar de los avances que ha posibilitado Internet, se hace necesario reforzar el apoyo a las empresas de nuestra agroindustria, a través de acciones de promoción y eventos específicos dirigidos a generar nuevas oportunidades de negocio e impulsar las relaciones comerciales y la internacionalización de sus empresas.

La presencia de Andalucía en eventos regionales, nacionales, europeos e internacionales vinculados con la promoción de los productos agroalimentarios, a través de la gastronomía, es un instrumento de valor para el modelo de negocio de las empresas andaluzas y para su visualización en los mercados. La promoción y difusión de la calidad y sostenibilidad de nuestras producciones agroalimentarias y pesqueras, en general, y de los alimentos andaluces con calidad diferenciada en particular, a través de su simbiosis con la alta gastronomía, más allá de su concepto como meros ingredientes, los convierte en protagonistas de estas acciones. De ahí que estos eventos especializados en la gastronomía tradicional y de vanguardia, sean considerados soportes promocionales y de comunicación del máximo interés.

Es importante destacar el interés cada vez mayor por las empresas agroalimentarias y pesqueras a asistir y participar bajo el paraguas de la Junta de Andalucía a estos eventos con marcado carácter congresual con actividades con las que refuerzan los valores y la calidad de sus producciones, valores que repercuten positivamente en el modelo de negocio de estas empresas.

Es por ello, que la asistencia de las empresas andaluzas y el acompañamiento por parte de las Instituciones Públicas merece una atención especial para su desarrollo económico y por ende de Andalucía.

El Plan de Promoción Agroalimentaria de la DGIICA para el año 2025, se vuelve a orientar en gran medida hacia la promoción de los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces a través de la marca “Gusto de Sur”, más si cabe una vez ha sido publicado en BOJA el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la citada marca para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca y se hace necesario trasladar tanto al empresariado andaluz, como a los sectores de la distribución, restauración y consumidores en general información relativa a esta nueva marca de calidad.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 10 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Considerándose de interés estratégico continuar con la participación de la Consejería en los eventos promocionales de ámbito gastronómico que tengan lugar a lo largo de 2025.

Como se ha indicado en párrafos anteriores, por su dilatada trayectoria, su marcado carácter internacional, y sus resultados de alcance e impacto, tras veintidós ediciones celebradas, Madrid Fusión - Alimentos de España, ha sido uno de los eventos tenidos en cuenta a la hora de desarrollar acciones de promoción de los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces. Acciones que revisten un claro interés público, al erigirse como eficaces herramientas de apoyo para incrementar el grado de internacionalización de las pymes andaluzas, ayudándolas a superar las barreras a las que se enfrentan para comercializar en el exterior, fortaleciendo de esta forma la posición de los productos andaluces en el mundo, a fin de favorecer las exportaciones y las inversiones extranjeras.

Por otra parte, las consecuencias negativas que los diferentes sectores económicos vienen arrastrando consecuencia, recientemente, de la crisis derivada del encarecimiento de los insumos (materia prima, combustible, etc.) y la guerras en Ucrania y la franja de Gaza, han acuciado la necesidad de reforzar el apoyo a las empresas de nuestro sector agroalimentario, a través de acciones de promoción y eventos específicos dirigidos a generar nuevas oportunidades de negocio, e impulsar las relaciones comerciales y la internacionalización de sus empresas. Como se ha mencionado anteriormente en la presente memoria, la extensa y acreditada trayectoria de Madrid Fusión avala su capacidad para reunir, de una parte, a lo más selecto del panorama gastronómico mundial y, de otra, a un importante elenco de empresas de distribución y comercialización de productos agroalimentarios y pesqueros, lo cual acrecienta el interés de este congreso como escenario de interés público para la promoción de unos sectores en situación de vulnerabilidad, debido a la coyuntura de los últimos años. Como evento referente, Madrid Fusión, volverá a atraer la atención de todos los medios de comunicación de una manera orgánica, con un crecimiento que se espera de entorno al 10% con respecto a la edición anterior, siguiendo la tendencia de las últimas ediciones. Las circunstancias anteriormente expuestas motivan el que esta acción se constituya como escenario de interés público.

Resaltar también que, por parte de la empresa organizadora, se han dilatado excesivamente los tiempos de respuesta para la concreción de información relativa a los contenidos propuestos para ser patrocinados, lo que ha demorado más de lo provisto por este servicio proponente el inicio de la tramitación del expediente de contratación. En estas condiciones, habida cuenta del interés público, a fin de garantizar la participación en el evento objeto de patrocinio se opta por proponer que su tramitación se realice con carácter de urgencia.

8. DIVISIÓN EN LOTES DEL OBJETO DEL CONTRATO.

NO

Justificación de motivos válidos para la no división en lotes:

No cabe la división en lotes al tratarse de una prestación única donde además existen derechos exclusivos que obligan con un único empresario.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 11 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



9. PLAZO DE EJECUCIÓN (total y parciales) y PRÓRROGA, si la hubiera.

El plazo de ejecución se extenderá desde la fecha de formalización del contrato hasta el próximo 3 de marzo de 2025, no existiendo posibilidad de prórroga.

Plazos parciales:

1. Prestaciones objeto de contrato: desde la firma del contrato hasta la finalización del evento y ejecutados los trabajos de conformidad.
2. Presentación de la memoria final: desde la finalización del evento hasta el 03 de marzo de 2025.

10. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN (IVA incluido) y justificación expresa de la estimación del presupuesto de licitación. Desglose de costes directos, indirectos y otros costes.

El presupuesto base de licitación es de **TRESCIENTOS MIL EUROS (300.000,00€), 21% IVA INCLUIDO.**

CONCEPTOS DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL	IMPORTE
COSTES DIRECTOS ESTIMADOS DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL	180.000,00
Patrocinio de una ponencia en Auditorio principal	12.500,00
1. Presencia de la marca con imágenes en el escenario del espacio en su calidad de patrocinador de la ponencia	1.125,00
2. Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de ésta	2.500,00
2.1 Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad	2.500,00
2.2 Presencia de la marca en el vídeo que se pudiera editar de ésta.	Sin coste
3. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	2.500,00
4. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales del evento	1.500,00
5. Vinculación de la marca a la actividad patrocinada y mención de la misma en todos los soportes del evento	1.500,00
5.1 Vinculación de la marca a la actividad patrocinada	525,00
5.2 Mención de la misma en todos los soportes del evento	975,00
6. Emisión de spot publicitario y mención de la marca por parte del conductor al inicio y al final de la actividad	3.375,00
6.1 Emisión de spot publicitario	1.890,00
6.2 Mención de la marca por parte del conductor de la actividad	1.181,25
Patrocinio con carácter exclusivo del Espacio Gastronómico Madrid Fusión - "Gusto del Sur"	62.500,00
1. Personalización del espacio. Diseño, dotación, producción, montaje y desmontaje	35.000,00
1.1 Diseño	2.450,00
1.2 Dotación	9.800,00

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 12 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



1.3 Producción	17.500,00
1.4 Montaje y desmontaje	5.250,00
2. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	12.500,00
3. Publicación de contenidos sobre el espacio patrocinado en las redes sociales del evento	7.500,00
4. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	7.500,00
4.1 Vinculación de la marca al espacio patrocinado	2.625,00
4.2 Mención de la misma en todos los soportes del evento	4.875,00
Patrocinio exclusivo de la Programación de las Actividades del Espacio Gastronómico Madrid Fusión – “Gusto del Sur”	40.500,00
1. Diseño, dotación, producción, montaje y desmontaje de 3 actividades diarias (9 en total)	11.583,00
1.1 Diseño	810,81
1.2 Dotación	3.243,24
1.3 Producción	5.791,50
1.4 Montaje y desmontaje	1.737,45
2. Dotación, producción montaje y desmontaje de 5 actividades diarias (15 en total)	6.237,00
1.1 Dotación	1.559,25
1.2 Producción	3.118,50
1.3 Montaje y desmontaje	1.559,25
3. Presencia de la marca en chaquetillas y delantales del personal que apoye el desarrollo del programa de actividades	3.240,00
4. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	4.050,00
5. Publicación de contenidos sobre las actividades patrocinadas en las redes sociales del evento, con mención a la marca	4.050,00
6. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	8.100,00
6.1 Vinculación de la marca al espacio patrocinado	2.835,00
6.2 Mención de la misma en todos los soportes del evento	5.265,00
7. Emisión de spot publicitario y mención de la marca por parte del conductor de las actividades	3.240,00
7.1 Emisión de spot publicitario	2.106,00
7.2 Mención de la marca por parte del conductor de la actividad	1.134,00
Patrocinio de una demostración a desarrollar en la Sala Polivalente de zona expositiva.	10.300,00
1. Personalización del espacio. Diseño, dotación, producción, montaje y desmontaje	3.399,00

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 13 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



1.1 Diseño	237,93
1.2 Dotación	951,72
1.3 Producción	1.699,50
1.4 Montaje y desmontaje	1.545,00
2. Presencia de la marca con imágenes en el escenario del espacio en su calidad de patrocinador del programa de actividades	927,00
3. Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de ésta	1.030,00
3.1 Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad	1.030,00
3.2 Presencia de la marca en el vídeo que se pudiera editar de ésta.	Sin coste
4. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	1.030,00
5. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales del evento	1.030,00
6. Vinculación de la marca a la actividad patrocinada y mención de la misma en todos los soportes del evento	2.060,00
6.1 Vinculación de la marca a la actividad patrocinada	721,00
6.2 Mención de la misma en todos los soportes del evento	1.339,00
7. Emisión de spot publicitario y mención de la marca por parte del conductor de las actividades	824,00
7.1 Emisión de spot publicitario	535,60
7.2 Mención de la marca por parte del conductor de la actividad	288,40
Patrocinio de una cata de vinos andaluces en el espacio Madrid Fusión The Wine Edition.	4.100,00
1. Personalización del espacio. Diseño, dotación, producción, montaje y desmontaje	1.353,00
1.1 Diseño	94,71
1.2 Dotación	378,84
1.3 Producción	676,50
1.4 Montaje y desmontaje	202,95
2. Presencia de la marca con imágenes en el escenario del espacio en su calidad de patrocinador del programa de actividades	369,00
3. Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de ésta	410,00
3.1 Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad	410,00
3.2 Presencia de la marca en el vídeo que se pudiera editar de ésta.	Sin coste
4. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	410,00



5. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales del evento	410,00
6. Vinculación de la marca a la actividad patrocinada y mención de la misma en todos los soportes del evento	820,00
6.1 Vinculación de la marca a la actividad patrocinada	287,00
6.2 Mención de la misma en todos los soportes del evento	533,00
7. Emisión de spot publicitario y mención de la marca por parte del conductor de las actividades	328,00
7.1 Emisión de spot publicitario	213,20
7.2 Mención de la marca por parte del conductor de la actividad	114,80
Patrocinio categoría producto oficial "Aceite de Oliva Oficial Madrid Fusión 2025"	16.200,00
1. Presencia de la marca con mención expresa del patrocinio: "ACEITES DE OLIVA VIRGEN EXTRA DE ANDALUCÍA CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN - ACEITE OFICIAL MADRID FUSIÓN 2025" en todos los soportes del evento	6.480,00
2. Uso transversal y presencia de los AOVES de Andalucía en los escenarios principales de Madrid Fusión (Auditorio Principal, Espacio Gastronómico, Espacio Polivalente) además de en cocinas de back office de estos espacios y en la zona de talleres del Congreso.	4.050,00
3. Mención a la categoría de producto oficial patrocinado, "ACEITES DE OLIVA VIRGEN EXTRA DE ANDALUCÍA CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN - ACEITE OFICIAL MADRID FUSIÓN 2025", en los posts/contenidos colgados en la web del evento que hagan referencia a dicho patrocinio	2.430,00
4. Publicación de contenidos sobre de este patrocinio en las redes sociales de Madrid Fusión, antes y durante todos los días de celebración del Congreso, con mención a la categoría patrocinada	1.620,00
5. Presencia de los AOVES andaluces en el welcome pack de una selección previa de prensa acreditada	1.620,00
Contraprestaciones Generales	33.900,00
1. Visibilidad e imagen de marca	9.153,00
2. Comunicación y difusión de actividades patrocinadas	8.136,00
3. Invitaciones y actos protocolarios	6.441,00
COSTES INDIRECTOS ESTIMADOS	43.140,50
Gastos generales de estructura (suministros, materias primas, arrendamientos, gastos de administración, etc.)	43.140,50
BENEFICIO INDUSTRIAL (estimado 10%)	24.793,39
TOTAL BASE IMPONIBLE (€)	247.933,88
IVA 21% (€)	52.066,12
TOTAL (€)	300.000,00

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 15 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



La determinación del presupuesto base de licitación se ha realizado a partir del estudio de mercado realizado sobre los dosieres comerciales que FORO DE DEBATE, SL, propietaria y organizadora única del evento ha facilitado al Servicio proponente, en virtud del derecho de exclusiva que tiene sobre la organización y promoción de Madrid Fusión - Alimentos de España. Al tratarse de un contrato de patrocinio, la adecuación a los precios de mercado está avalada por el certificado de exclusividad y la imposibilidad de promover o tramitar un procedimiento abierto o un procedimiento de concurrencia competitiva.

La dilatada trayectoria de este evento, sus exitosos datos de participación de público congresista y general y de impacto global en medios y su marcado carácter internacional, referidos en el apartado quinto de la presente memoria justificativa, convierten a Madrid Fusión en una acción estratégica para continuar apoyando la consolidación de la nueva marca de calidad “Gusto del Sur”, como para reforzar el prestigio e imagen nuestro sector agroalimentario y pesquero y, en consecuencia, incrementar el grado de internacionalización de las pymes andaluzas. Fortaleciendo de esta forma la posición de los productos andaluces en el mundo, para que aumenten las exportaciones y las inversiones extranjeras. Todo lo anterior, sumado a los datos económicos de participación en ediciones anteriores de este evento, hacen considerar su presupuesto para 2025 como ajustado a los precios de mercado habituales para este tipo de acciones promocionales.

En línea con el párrafo anterior cabe mencionar que, en atención a las recomendaciones que recoge el Informe de Fiscalización de la actividad publicitaria y de promoción de la Junta de Andalucía, aprobado el 13 de marzo de 2014 por el Pleno de la Cámara de Cuentas de Andalucía (BOJA de 15 de mayo de 2014), entre las que se indica particularmente que “154. Sería oportuno que en los expedientes de los contratos analizados constase documentación acreditativa que valore las prestaciones que debe realizar el patrocinado e incluyese información que permita comparar el coste del patrocinio con el coste de contratar a través de cualquiera de las otras fórmulas de contratación previstas en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. (§85,108,122,127)” se han aportado al expediente de contratación del que es objeto esta memoria, documentos que respaldan los datos de impacto en medios que se han tenido en consideración a la hora de valorar la adecuación del presupuesto base de licitación a los precios de mercado habituales para este tipo de acciones. En concreto, **Anexo 1 Informe de Medios MF 2024**, a través del cual se han obtenido los datos de impacto en medios.

Cabe destacar que la valoración económica total del evento para 2024 (Internet, prensa, radio y Tv) que se señala en el Informe de Medios anteriormente citado (+72M€) sigue siendo muy superior al del valor estimado del patrocinio del que es objeto la presente memoria justificativa. Destacar además el impacto de audiencia global cifrado en 10,2 millones de personas. Ambas cifras (valoración económica y audiencia) muy superiores también a las alcanzadas en la edición 2023 (66 M€ y 9.035 millones de personas respectivamente). Cifras que llevan a la organización a estimar un crecimiento similar en la próxima edición.

En línea con lo anteriormente comentado, dada la naturaleza del contrato y una vez argumentado el interés y beneficio que supone para el sector agroalimentario andaluz la participación en este evento, se justifica a continuación la proporcionalidad de las tarifas del patrocinio en relación al interés y la previsión de retorno de las acciones propuestas:

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 16 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- Patrocinio de una ponencia en el Auditorio principal del Congreso. Supone el 6,94% de los costes directos. Madrid Fusión se ha convertido en el congreso gastronómico más importante del mundo. Convirtiéndose en la primera e imprescindible cita con la gastronomía nacional e internacional El patrocinio de una ponencia en este espacio ofrece un marco incomparable en el que sector tendrá la oportunidad de rodearse de voces expertas y líderes de la agroalimentación y de la gastronomía que compartirán sus casos de éxito, sus ideas inspiradoras y las propuestas más disruptivas, siendo además un escaparate de primer orden para los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces.
- Patrocinios exclusivos del Espacio Gastronómico Madrid Fusión – “Gusto del Sur” (supone el 34,72% de los costes directos) y de la Programación de las Actividades del Espacio Gastronómico Madrid Fusión – “Gusto del Sur” (supone el 22,50% de los costes directos). Gracias al patrocinio exclusivo de este espacio y de su programación, se dará la oportunidad a las empresas agroalimentarias y pesqueras andaluzas de poner en valor la calidad de sus productos y promocionarlos al importante y variado perfil profesional que acude anualmente a esta cita gastronómica. De igual forma, se trata de un marco idóneo para la promoción nacional e internacional de la marca de calidad institucional “Gusto del Sur” y de los productos adheridos a ella.
- Patrocinio de una demostración fundamentada en los productos amparados por figuras de calidad diferenciada ligadas al origen reconocidas en Andalucía, a desarrollar en Sala Polivalente de zona expositoria. Supone el 5,72% de los costes directos. La Sala Polivalente es uno de los espacios programados dentro del Congreso para la presentación y puesta en valor de los productos y la gastronomía presentes en el evento. Contar con una ponencia patrocinada en este espacio, dará la oportunidad de promocionar y difundir las bondades de productos amparados por figuras de calidad diferenciada ligadas al origen reconocidas en Andalucía y sus aplicaciones gastronómicas, dando la posibilidad de que los profesionales de la hostelería nacionales e internacionales, así como el resto de los perfiles asistentes al evento, conozcan de primera mano el producto andaluz.
- Patrocinio de una cata de vinos andaluces amparados por alguna de las figuras de calidad diferenciada existentes en Andalucía, en el espacio Madrid Fusión The Wine Edition. Supone el 2,28% de los costes directos. Al igual que el caso anterior, el espacio Madrid Fusión The Wine Edition es uno de los espacios programados dentro del Congreso para la presentación y puesta en valor, en este caso, de los productos vitivinícolas presentes en el evento. Contar con una cata patrocinada en este espacio, dará la oportunidad de promocionar y difundir las bondades de los vinos andaluces amparados por figuras de calidad diferenciada ligadas al origen reconocidas en Andalucía, dando la posibilidad de que los profesionales de la hostelería nacionales e internacionales, así como el resto de perfiles asistentes al evento, conozcan de primera mano el producto andaluz.
- Patrocinio categoría producto oficial “Aceite de Oliva Oficial Madrid Fusión 2025”. Supone el 9,00% de los costes directos. El patrocinio de esta categoría supone para los AOVES andaluces el uso transversal de este producto andaluz en los escenarios principales de Madrid Fusión (Auditorio Principal, Espacio Gastronómico, Espacio Polivalente) además de en cocinas de back office de estos espacios y en la zona de talleres del Congreso. Además, supone la presencia de este producto emblemático en el welco-

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 17 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



me pack de una selección previa de prensa acreditada, por lo que la promoción directa de este producto entre los distintos perfiles asistentes a este evento de proyección internacional estaría garantizada.

Por todo lo anteriormente expuesto y teniendo en cuenta los datos de impacto de su pasada edición y al posicionamiento del evento como primer Congreso Gastronómico a nivel mundial, antes referidos en la presente Memoria Justificativa y a la importancia para el sector de las distintas acciones patrocinadas, se valoran las tarifas del proveedor como proporcionales al impacto previsto con las distintas acciones patrocinadas en el marco del evento.

Finalmente, abordar que el motivo de optar por la fórmula del patrocinio frente al contrato publicitario y de difusión tradicional es que, a diferencia de este, el patrocinio de Madrid Fusión nos permite conectar con el público objetivo (Profesionales del sector de la hostelería (*cocineros, jefes de sala, sumilleres, etc*), *empresarios agroalimentarios, responsables de compras de hostelería y grandes superficies, distribuidores, importadores, exportadores prensa generalista y especializada de ámbito nacional e internacional y críticos gastronómicos.....*), a través de las actividades patrocinadas, generando un vínculo emocional, altamente experiencial y generador de confianza, así como unas prestaciones y feed back, que no se pueden establecer a través de la publicidad en Mass Media o mono canal, donde la información es unilateral y, por tanto, sin interacción entre cliente y marca. Una relación que facilita la presencia física y real en el propio evento que se desea apoyar, y que no podríamos generar de ningún modo a través de una acción de publicidad y de difusión en medios exclusivamente.

Conforme a lo mencionado en el párrafo anterior, volvemos a hacer referencia a las conclusiones y recomendaciones que recoge el Informe de Fiscalización de la actividad publicitaria y de promoción de la Junta de Andalucía, aprobado el 13 de marzo de 2014 por el Pleno de la Cámara de Cuentas de Andalucía (BOJA de 15 de mayo de 2014), entre las que se indica particularmente que “154. Deberían realizar estudios comparativos de los precios obtenidos a través del patrocinio y las tarifas y descuentos que se podrían conseguir mediante los contratos de publicidad o de difusión publicitaria”. La inversión prevista para participar en Madrid Fusión - Alimentos de España, no puede compararse de ninguna manera, en términos de impacto, a la inversión por el mismo importe en una campaña publicitaria, cuyo resultado podría ser el de generar una marca, que es sólo uno de los objetivos de la acción promocional contemplada para Madrid Fusión, escenario de enorme interés estratégico y público, por ser punto de encuentro de más de 25.000 profesionales (únicamente en la vertiente presencial del evento) de perfiles como los ya indicados, y por las oportunidades comerciales y de internacionalización que de ello se derivan para las empresas agroalimentarias andaluzas, así como para el conocimiento de la marca “Gusto del Sur” por parte de un segmento de público al cual es difícil llegar a través de la publicidad Mass Media o mono canal. Éste es el hecho diferencial por el cual no se ha tenido en cuenta el realizar una comparativa entre ambos tipos de contrato que nos permitiera valorar cuánto costaría alcanzar el número de impactos previstos mediante contratos publicitarios y de difusión, a fin de poder apreciar una cierta proporción entre el coste del patrocinio y el valor del retorno publicitario.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 18 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



11. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO y justificación expresa del citado valor (criterios de determinación del mismo). Se indicarán todos los conceptos que lo integran, incluyendo, si existiesen, los costes laborales.

El valor estimado del contrato asciende a **DOSCIENTOS CUARENTA Y SIETE MIL TRESCIENTOS TREINTA Y TRES EUROS CON OCHENTA Y OCHO CÉNTIMOS DE EURO (247.933,88 €), 21% IVA NO INCLUIDO.**

Para calcular el valor estimado se ha tenido en cuenta el presupuesto base de licitación y la NO posibilidad de prórroga ni ninguna otra circunstancia del artículo 101 LCSP.

12. REVISIÓN DE PRECIOS.

NO

13. RÉGIMEN DE ABONO DEL PRECIO.

Pago único

- Factura, correspondiente al 100% del importe de adjudicación: A la finalización del evento patrocinado, cumplidas las contraprestaciones previstas y recibida la memoria final de conformidad.

14. FINANCIACIÓN.

OTROS FONDOS: La financiación será 100% Autónoma.

Ejerc Efec Caja	Posición Presupuestaria	Importe (€)
2025	1239012000.G/71X/22616/00	300.000,00€

15. PUBLICIDAD.

No procede.

16. PROPUESTA DE CRITERIOS DE SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA y justificación expresa de la elección de los citados criterios.

La acreditación de la solvencia económica y financiera se realizará por los medios que se señalan a continuación que tendrán el carácter de alternativos:

1. Volumen anual de negocios, de la persona licitadora o candidata que, referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos concluidos, deberá ser al menos de una vez y media el valor estimado del contrato, esto es, TRESCIENTOS SETENTA Y UN MIL NOVECIENTOS EUROS CON OCHENTA Y DOS CÉNTIMOS DE EURO (371.900,82 EUROS) (21% IVA EXCLUIDO).

El volumen anual de negocios de la persona licitadora se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil.

2. Patrimonio neto, según el balance correspondiente al último ejercicio económico de las cuentas anuales aprobadas deberá superar el 20 por 100 del valor estimado del contrato, esto es: SESENTA MIL EUROS (60.000,00 EUROS) (21% IVA INCLUIDO).

El patrimonio neto de la persona licitadora se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas correspondientes al último ejercicio para el que esté vencida la obligación de aprobar las cuentas anuales, y

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 19 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



depositadas en el Registro Mercantil u oficial que corresponda; si no lo estuvieran, deben presentarlas acompañadas de la certificación de su aprobación por el órgano de administración competente.

El depósito de las cuentas anuales se acreditará mediante certificación del depósito de cuentas anuales expedido por el Registro Mercantil o administrativo competente.

El servicio proponente entiende que los citados criterios son los más adecuados para el contrato por su viabilidad, objetividad y eficacia en la comprobación de la solvencia económica y financiera de la empresa adjudicataria, de cara a la buena ejecución de las contraprestaciones objeto del patrocinio.

17. PROPUESTA DE CRITERIOS DE SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL y justificación expresa de la elección de los citados criterios.

La solvencia técnica o profesional se acreditará por el medio que se señala a continuación:

Descripción de las instalaciones técnicas, de las medidas empleadas por el empresario para garantizar la calidad y de los medios de estudio e investigación de la empresa.

La acreditación de la solvencia técnica o profesional se realizará mediante declaración responsable con indicación de los medios y soportes que servirán para dar cobertura a las contraprestaciones del patrocinio, en particular:

- Disponibilidad de personal técnico cualificado para el manejo de los medios audiovisuales de los espacios AUDITORIO PRINCIPAL, ESPACIO GASTRONÓMICO, SALA POLIVALENTE, y ESPACIO MADRID FUSIÓN THE WINE EDITION, que se utilizarán para el desarrollo de los contenidos – ponencias patrocinadas por la Consejería.
 - 1 técnico superior en producción de audiovisuales y espectáculos, responsable de sonido y vídeo que coordinará todo el personal técnico que se describe a continuación, así como la realización de presentaciones y proyecciones de los contenidos – ponencias patrocinadas por la Consejería en los diferentes espacios.
 - Personal técnico Auditorio Principal:
 - 1 técnico de audio
 - 1 técnico de audio auxiliar
 - 1 técnico de iluminación
 - 4 técnico de iluminación auxiliar
 - 1 técnico audiovisual led
 - 1 realizador de pantalla y emisión
 - 1 técnico audiovisual auxiliar realizador de pantalla
 - 1 técnico informático (sala revisión)
 - 1 realizador
 - 1 operador rotulación
 - 5 operador de cámara
 - 1 técnico audiovisual traducción + streaming
 - 3 técnico audiovisual editor video
 - Personal técnico Sala Polivalente
 - 1 técnico de audio
 - 1 técnico de audio auxiliar
 - 1 técnico de iluminación

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 20 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- 1 técnico de iluminación auxiliar
- 1 técnico audiovisual led
- 1 realizador de pantalla y emisión
- 1 técnico audiovisual auxiliar realizador de pantalla
- Espacio MF The Wine Edition.
 - 1 técnico de audio
 - 1 técnico de audio auxiliar
 - 1 técnico de iluminación
 - 1 técnico de iluminación auxiliar
 - 1 técnico audiovisual led
 - 1 realizador de pantalla y emisión
- Espacio Gastronómico
 - 1 técnico de audio
 - 1 técnico de audio auxiliar
 - 1 técnico de iluminación
 - 1 técnico audiovisual led
- 1 técnico informático (sala revisión)
- 1 realizador
- 1 operador rotulación
- 3 operador de cámara
- 1 técnico audiovisual traducción + streaming
- 1 realizador de pantalla y editor para plataforma
- 1 realizador
- 3 operador de cámara
- 1 técnico audiovisual traducción + streaming
- 1 realizador de pantalla y emisión
- 2 operador de cámara

Atendiendo a la naturaleza del contrato y teniendo en cuenta que las prestaciones de carácter audiovisual implican un porcentaje muy considerable, tanto del presupuesto como de los trabajos a realizar por parte de la adjudicataria, se considera necesario demandar una especialización y experiencia adecuadas que garanticen la correcta ejecución de las contraprestaciones objeto del patrocinio. De ahí que se consideren justificados los anteriores criterios.

18. PROPUESTA DE CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN y justificación expresa de la elección de las citadas condiciones.

- **SI. Condición de ejecución de tipo medioambiental.** La empresa adjudicataria vendrá obligada a responsabilizarse de realizar una recogida selectiva de los residuos generados durante las ponencias, demostraciones y talleres patrocinados, en los cuales se desarrolla cocina en vivo o catas, para su posterior reciclaje a través de la instalación de contenedores selectivos perfectamente señalizados y visibles. El objetivo de esta condición de ejecución es fomentar la sostenibilidad en el empleo de recursos, valor que defiende la marca “Gusto del Sur”. Para acreditar el cumplimiento de esta condición de ejecución, la empresa adjudicataria deberá incluir en la memoria final confirmación de haber realizado estos procedimientos. Se justifica esta propuesta en base a la vinculación de la condición especial al objeto del contrato. Su aplicación se considera repercutirá positivamente en la calidad del servicio que constituye el

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 21 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



objeto del contrato, minimizando los efectos negativos de la no recogida selectiva de residuos, garantizando su recogida selectiva y posterior reciclaje, logrando una mayor concienciación de los proveedores y mejorando, en definitiva, la imagen que se proyectará en los destinatarios finales de la acción. El incumplimiento de estas obligaciones esenciales no da derecho a resolver el contrato, en los términos y con los requisitos del artículo 211 f) LCSP.

Si bien la Asesoría Jurídica en expedientes contratación de similar naturaleza, ha hecho alusión a la posibilidad de incluir otra condición especial de ejecución, se ha optado por incluir la de tipo medioambiental al estar más directamente relacionada con el objeto del contrato tal y como se ha mencionado. Particularmente y en relación a la condición especial de ejecución que se ha sugerido en ocasiones por la citada Asesoría, relativa al uso de la locución de los mensajes escritos que aparezcan en pantalla y la subtitulación o sobrepresión de los mensajes hablados, así como a la obligación de ajustarse a lo estipulado en el artículo 58 de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, con respecto a la utilización de un uso no sexista del lenguaje y la transmisión de una imagen de igualdad entre hombres y mujeres libre de estereotipos sexistas, se ha de tener en cuenta que el Pliego de Prescripciones Técnicas de la presente licitación (apartado 7. OTRAS CONSIDERACIONES. Subapartado e) hace mención expresa a la obligación de ajustarse adecuadamente a las normas establecidas en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía (en el que se recoge la obligatoriedad de incluir subtítulo de las locuciones para favorecer la accesibilidad de todos los mensajes), así como como a lo estipulado en el artículo 58 de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, al que hace referencia el citado informe.

19. CLASIFICACIÓN DE LAS ENTIDADES PARTICIPANTES.

NO es obligatoria. Según lo estipulado en el artículo 77.1.c de la LCSP.

20. GARANTÍA.

Si. Definitiva: 5 % del precio final ofertado (excluido el IVA). Conforme establece el art. 107 LCSP. Dicha garantía podrá prestarse de acuerdo con cualquiera de los medios establecidos en el artículo 108 LCSP.

La garantía definitiva se podrá constituir mediante retención en el precio, mediante retención en los documentos contables de pago de la única factura que se presente, hasta alcanzar el importe total de la garantía. La persona contratista deberá aportar solicitud para que se le retenga del pago dicha garantía.

Plazo de garantía: 15 días a contar desde la finalización de los trabajos de conformidad.

21. PROPUESTA DE CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Se tendrán en cuenta como criterios de adjudicación para valorar la mejor relación calidad/precio y criterios automáticos dado que la prestación está perfectamente definida técnicamente y no es posible variar los plazos ni introducir modificaciones de ninguna clase en el contrato, siendo por consiguiente el precio el único factor determinante de la adjudicación.

La máxima puntuación (100 puntos) la obtendrá la oferta económica más baja.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 22 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Se aplicará la siguiente fórmula para la obtención de la puntuación (X) del resto de ofertas económicas (Of) admitidas:

$$X=(OMB \times \text{Max})/Of$$

siendo,

Max= Puntuación máxima de la proposición económica

OMB= Oferta económica Más Baja (en euros)

Of= Oferta económica de la empresa (en euros)

22. UMBRAL MÍNIMO PARA CONTINUAR CON EL PROCESO SELECTIVO.

NO

23. CONSIDERACIONES SOCIALES, ÉTICAS, LABORALES, AMBIENTALES O DE OTRO ORDEN.

SI

Como **condiciones especiales de ejecución**. Tal y como queda recogido en el punto 18 del presente documento.

24. SUBCONTRATACIÓN. No procede.

25. PENALIDADES. SI

• **Penalidades por cumplimiento defectuoso:**

En el supuesto que se produzca incumplimiento defectuoso y se cumplan solo parte de las obligaciones y/o contraprestaciones previstas en el apartado 4 del Pliego de Prescripciones Técnicas por causas imputables al adjudicatario, se penalizará conforme a lo siguiente:

- 1) **10 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la presencia de una marca distinta de la marca “Gusto del Sur”, en adelante “la marca”, con cartelería e imágenes en el *Espacio Gastronómico Madrid Fusión “Gusto del Sur”*; en su calidad de patrocinador exclusivo del espacio.
- 2) **5 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca con cartelería e imágenes en el escenario del Auditorio Principal, Sala Polivalente y espacio Madrid Fusión The Wine Edition en su calidad de patrocinador institucional del evento.
- 3) **10 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO emisión spot institucional (20”) y/o mención de la marca por parte del conductor, antes y después de la ponencia patrocinada en el Auditorio Principal, de la demostración patrocinada en sala polivalente, de la cata de vinos a realizar en el auditorio de Madrid Fusión The Wine Edition o de las actividades patrocinadas dentro de la programación del Espacio Gastronómico Madrid Fusión – “Gusto del Sur”.
- 4) **5 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la ponencia, demostraciones y cata patrocinados en cada uno de los espacios anteriormente citados.
- 5) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO mención a la marca, en los posts/contenidos colgados en la web del evento o contenidos que sean publicados en las redes sociales de Madrid Fusión

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 23 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



que hagan referencia a la ponencia, demostraciones, cata y actividades patrocinadas en cada uno de los espacios anteriormente citados.

- 6) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO publicación de contenidos sobre la ponencia, demostraciones, cata y actividades del espacio gastronómico patrocinadas en las redes sociales de Madrid Fusión, antes, durante o después del desarrollo de estas.
- 7) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO vinculación de la marca y/o mención de la misma, en la ponencia, actividades del espacio gastronómico, demostraciones y cata patrocinados en todos los soportes del evento, principalmente revista oficial (programa) del evento.
- 8) **10 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca con mención expresa del patrocinio: “ACEITES DE OLIVA VIRGEN EXTRA DE ANDALUCÍA CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN – ACEITE OFICIAL MADRID FUSIÓN 2025” en todos los soportes del evento principalmente la revista oficial (programa) del evento.
- 9) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia y uso de manera transversal de los AOVES andaluces en los escenarios principales de Madrid Fusión, en el espacio gastronómico y/o en las cocinas de back office de cada uno de estos espacios y/o en la zona de talleres.
- 10) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO mención a la categoría de producto oficial patrocinado, “ACEITES DE OLIVA VIRGEN EXTRA DE ANDALUCÍA CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN – ACEITE OFICIAL MADRID FUSIÓN 2025”, en los posts/contenidos colgados en la web del evento que hagan referencia a dicho patrocinio.
- 11) **2%** del precio del contrato, excluido el IVA, por NO figurar como patrocinador institucional, con presencia de marca, en todos los soportes y/o publicaciones físicos y/o digitales (programa, web www.madridfusion.net, etc) editados con motivo de Madrid Fusión 2025.
- 12) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO grabación, edición y producción de un vídeo resumen (máximo 40 segundos de duración) de la participación institucional de la Consejería en la XXIII Edición de Madrid Fusión – Alimentos de España 2025
- 13) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO grabación, producción, edición de vídeo resumen final de la participación de la Consejería en la XXIII Edición de Madrid Fusión – Alimentos de España 2025. Máximo 1 minuto.

Las cuantías de cada una de estas penalidades no podrán ser superior al 10% del precio del contrato, IVA excluido, ni el total de las mismas superar el 50 % del precio del contrato.

Si la empresa adjudicataria incurriese en 4 o más incumplimientos de los anteriormente citados o los incumplimientos relacionados con la NO presencia o vinculación de “la marca” dieran lugar a una penalidad superior al 20%, el Órgano de Contratación podrá optar por la resolución del contrato.

• **Penalidades por incumplimiento de las condiciones especiales de ejecución:**

- 1) 1% del precio del contrato, excluido el IVA por el NO cumplimiento de las condiciones especiales de ejecución indicadas en el apartado 18 de la presente memoria justificativa.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 24 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- **Otros supuestos:**

Por otra parte, **se califica de incumplimiento muy grave** la falta de comunicación de forma inmediata al órgano de contratación de la incursión sobrevenida en conflicto de interés y no actuar inmediatamente para evitar que la misma interfiera en la correcta ejecución del contrato. Este incumplimiento será penalizado con el 10 % del precio del contrato, excluido el IVA.

26. PARÁMETROS OBJETIVOS PARA CONSIDERAR UNA OFERTA ANORMALMENTE BAJA.

No procede.

El presupuesto de licitación se establece en función de las tarifas establecidas por la empresa exclusivista según lo indicado en el apartado 10 de la presente Memoria.

27. REGISTRO ADMINISTRATIVO DE REMISIÓN DE LAS FACTURAS DEL CONTRATISTA.

Están obligadas al uso de la factura electrónica las entidades relacionadas en el artículo 4 de la Ley 25/2013, de 27 de diciembre, que hayan entregado bienes o prestado servicios a la Administración de la Junta de Andalucía y a los entes indicados en el artículo 2.1 a), b), c) y d) de la presente Orden, sin perjuicio de lo regulado en la disposición transitoria. Se excluyen de dicha obligación las facturas cuyo importe sea de hasta 5.000 euros, y las emitidas por las personas o entidades proveedoras a los servicios en el exterior, hasta que dichas facturas puedan satisfacer los requerimientos para su presentación a través del Punto General de Entrada de Facturas Electrónicas, y los servicios en el exterior dispongan de los medios y sistemas apropiados para su recepción en dichos servicios.

Deberá usarse el Punto General de Entrada de Facturas Electrónicas de la Administración General del Estado (FACE), cuya dirección es <https://face.gob.es/>

Las facturas deberán ser remitidas al siguiente código DIR3:

OFICINA CONTABLE	ÓRGANO GESTOR	UNIDAD TRAMITADORA
A01004456 - INTERVENCIÓN GENERAL	A01004613 - AGENCIA DE GESTIÓN AGRARIA Y PESQUERA DE ANDALUCÍA	GE0017381 - PROYECTOS TÉCNICOS Y DE PROMOCIÓN

28. UNIDAD ENCARGADA DEL SEGUIMIENTO Y EJECUCIÓN ORDINARIA DEL CONTRATO.

Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible del Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia.

29. PROPUESTA DE LA PERSONA RESPONSABLE DEL CONTRATO.

Se propone como responsable del contrato a la persona titular del Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia de AGAPA, D^ª Gemma Enríquez San Nicolás.

Vinculada a AGAPA: SI

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 25 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



**30. PERSONAS QUE PARTICIPAN EN LA REDACCIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN TÉCNICA DEL CONTRATO
(Pliego de Prescripciones Técnicas y otros documentos técnicos):**

Beatriz Ruiz Calderón. Técnica del Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible del Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia.

En Sevilla, a fecha de firma electrónica

LA JEFA DE SERVICIO DE PROMOCIÓN, CALIDAD Y ESTRATEGIA
Fdo: Gemma Enríquez San Nicolás

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		16/01/2025 10:13:58	PÁGINA: 26 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw27VI5695O3rnpHutvtEAVfEnq	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	