

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 II EDICIÓN DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE GASTRONOMÍA VERDE DE ALMERÍA “VESTIAL”, A CELEBRAR EN ALMERÍA, DEL 24 AL 25 DE FEBRERO.

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 II edición del Congreso *Internacional de Gastronomía Verde de Almería “Vestial”*.

2. CÓDIGO GEXAP.

CONTR 2024 1250862

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:

- Victoria Lindsay Jones. Técnico del Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible.
- Paqui Vázquez Palmero. Técnico del Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible.
- Manuel Martínez Peinado. Técnico 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.

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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 1 / 22
VERIFICACIÓN	NjyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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. El proyecto 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 II EDICIÓN DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE GASTRONOMÍA VERDE DE ALMERÍA “VESTIAL”, a celebrar en Almería del 24 al 25 de febrero de 2025, bajo la dirección, coordinación y supervisión de dicha Dirección General.

La presencia de Andalucía en eventos regionales, nacionales, europeos e internacionales, como este II Congreso Internacional de Gastronomía Verde de Almería - VESTIAL 2025 (en adelante VESTIAL), orientados

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 2 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



hacia la promoción de los productos agroalimentarios a través de la gastronomía, constituye un instrumento de valor para el modelo de negocio de las empresas andaluzas y para su visualización en los mercados, tanto a nivel nacional como internacional. 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, los convierte en protagonistas de este tipo de acciones.

Destacar que VESTIAL constituye un espacio único donde Agricultura y Gastronomía van de la mano compartiendo protagonismo, desarrollando experiencias y generando sinergias con otros sectores como el turismo. Así, aspira a conectar a productores con cocineros, al campo con la mesa, actuando como un reclamo para productores, chefs, profesionales de la restauración, empresas de servicios, industria auxiliar, medios de comunicación,...a fin de convertirse en una de las referencias internacionales de la cocina verde. En la primera edición de este Congreso participaron reconocidos chefs cuyos restaurantes sumaban 15 estrellas Michelin, 2 estrellas verdes y 16 soles Repsol.

El carácter integrador y multidisciplinar de este evento propicia que su Organización vuelva a contar este año con los invitados más impactantes del mundo de la gastronomía, el deporte, la salud o la ciencia. Todo ello dirigido a dar a conocer, durante dos jornadas completas, todo lo que hace sobresaliente a Almería en producción agrícola y cocina con vegetales, a través de un completo programa de ponencias, mesas redondas, degustaciones, catas, demostraciones y otras muchas actividades, cuyo atractivo busca incrementar el impacto y alcance de los contenidos de este Congreso en medios de comunicación y RRSS.

Entre ellos, y para incrementar el impacto y alcance de esta acción en los medios y las RRSS, se barajan nombres entre los que destacan Martín Berasategui, los Hermanos Torres, el Dr. Miguel Ángel Martínez-González, Jacob Frank Fol, o Rodrigo de la Calle, entre otros.

VESTIAL se erige además como un foro de conocimiento, de debate y análisis en torno a la producción vegetal y la gastronomía verde en la principal zona productora de frutas y hortalizas de Europa, lo cual justifica la elección de la capital Almeriense como punto internacional de encuentro para este evento, que volverá a celebrarse en el Palacio de Congresos de El Toyo.

Durante los dos días del congreso y teniendo en cuenta también las actividades abiertas al público en general y los datos de la edición anterior (con una participación superior a las 13.000 personas), se espera la participación de 18.000 personas al total de las actividades del evento y un impacto a través de las emisiones en directo, redes sociales y medios de comunicación superior a 1 millón de personas en España y el resto del mundo.

Al igual que en la primera edición de este Congreso Bienal, celebrada en noviembre de 2023, la decisión de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de participar en este evento responde al interés estratégico que reviste esta acción a la hora de respaldar a un sector que constituye uno de los motores de nuestra economía y que tiene su epicentro en Almería. Una provincia que, precisamente, ha sufrido en 2024 uno de los años más secos de su historia, motivo por el cual VESTIAL viene a reforzar el compromiso del Gobierno con el sector hortofrutícola almeriense.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 3 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Por su carácter único y pionero, VESTIAL representa una oportunidad única de promocionar la riqueza y variedad de la popularmente conocida como “Huerta de Europa”, a través de la gastronomía, cuyos profesionales constituyen los mejores prescriptores de la calidad y valores saludables de unos alimentos, las frutas y hortalizas, que constituyen uno de los principales pilares de un modelo de alimentación saludable y sostenible como es la Dieta Mediterránea.

Siendo el primer Congreso de estas características que se celebra en nuestro país, VESTIAL nos proporciona el escenario ideal para exhibir a nuestra comunidad autónoma, en general, y a Almería en particular, como máximo referente de una gastronomía fundamentada en los productos hortofrutícolas, teniendo en cuenta que Andalucía lidera la producción y comercialización de frutas y hortalizas en Europa, siendo la provincia almeriense uno de sus máximos exponentes.

Otro motivo de volver a participar en VESTIAL es seguir manteniendo nuestro impulso a las producciones agroalimentarias almerienses y su gastronomía asociada, iniciado en 2019 con motivo de la capitalidad gastronómica de Almería, dado el interés estratégico de este evento para dar un empuje al uso en la cocina de las frutas y hortalizas. Máxime si tenemos en cuenta que 3 de cada 10 españoles consumen estos alimentos de manera insuficiente, sobre todo niños y adolescentes.

El interés de comer saludable cobra una dimensión especial tras los excesos propios de las fiestas navideñas, encabezando las elaboraciones basadas en las frutas y hortalizas la lista de propósitos de año nuevo. En ese sentido, destacar que el 70% de las lechugas de Europa provienen de Almería, provincia que exporta este producto a unos 25 países, y que entre diciembre y marzo el 63% de las hortalizas (tomate, pimiento, pepino y calabacín) que se consumen en la UE proceden de los invernaderos de Almería.

Por otra parte, el binomio vegetales - gastronomía es una apuesta segura para poner en valor la sostenibilidad y calidad de nuestros métodos de producción y producciones hortofrutícolas, respectivamente, de la mano de nuestra cocina y profesionales. Atajando, de paso, la reiterada crisis reputacional derivada de informaciones que deforman la realidad y perjudican la imagen que tienen los clientes nacionales e internacionales del modelo de producción en invernadero solar.

En ese sentido, VESTIAL proporciona el mejor escaparate para mostrar el esfuerzo de nuestros productores por satisfacer las demandas de un mercado cada vez más exigente en cuanto a calidad, variedad y sostenibilidad de sus producciones, abriendo una línea de colaboración con uno de sus públicos objetivo, los profesionales de la cocina, a la hora de desarrollar nuevas variedades y poner en valor el enorme potencial gastronómico de las frutas y hortalizas. Todo un mundo de posibilidades que convierte a Almería en un huerto de innovaciones gastronómicas y en la cuna de una cocina consciente y sostenible, basada en productos locales y de temporada, que busca conectar al producto con el consumidor (de la huerta al plato).

Por todo lo expuesto, la gastronomía verde se perfila como un reto de futuro para los chefs pero también en un prometedor nicho de mercado y motor de desarrollo económico local.

Para la celebración de su primera edición, diseñar y dar a conocer un Congreso Internacional de Gastronomía Verde sin precedentes y con un claro objetivo diferenciador, requirió de un plan de

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 4 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



comunicación y promoción en el que se tuvieron en cuenta diferentes públicos interesados en ser partícipes del evento, pero también al target, esto es, a aquellos receptores de información de interés, como pueden ser cocineros, empresarios, productores u hosteleros. En este sentido, el apoyo de los medios de comunicación y la realización de eventos previos capaces de transmitir la información de una forma clara y directa, resultó de vital importancia. Así, teniendo en cuenta esta premisa se llevaron a cabo una serie de eventos y acciones promocionales que fueron de gran importancia para dar a conocer el evento y apoyar, de esta forma, al éxito del evento y a la consecución de objetivos de las entidades participantes en VESTIAL.

Apoyado por este esfuerzo y tal como se comentaba con anterioridad, el I Congreso de Gastronomía Verde Vestial hizo posible que por primera vez se reunieran en Almería 15 Estrellas Michelin, 16 Soles Repsol y 2 Estrellas Verdes en torno al sector productivo agrícola y la Gastronomía Verde. El evento, celebrado en el Palacio de Congresos Cabo de Gata Ciudad de Almería, contó con un total de 42 actividades divididas en dos escenarios, en los que se analizaron los retos presentes y futuros del sector, así como mesas redondas, en las que los ponentes pudieron intercambiar diferentes puntos de vista y fueron escenario de varias catas.

En total, VESTIAL 2023 con 13.000 participantes y casi 1,2 millones de impacto económico del evento (consultar Anexo 1), así como la publicación de un total de 240 noticias que tuvieron un impacto mediático potencial sobre una audiencia de 316.128.790 personas (consultar Anexo 2), confirman a este Congreso Gastronómico como el escaparate idóneo para impulsar la imagen de calidad de los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces, a través de la marca de la Junta de Andalucía, “Gusto del Sur”.

Cifras de participación y alcance en Vestial 2023 (Anexos 1 y 2)

Visitantes	Estrellas Michelin	Soles Repsol	Estrellas Verdes	Impacto Económico	Impacto Global
13.000	15	16	2	1,2 M de Euros	317.000 personas

Atendiendo al retorno de la comunicación del evento, los datos de la primera edición confirman el impacto del evento. Son datos representativos las 240 noticias anteriormente mencionadas que fueron publicadas en prensa escrita y digital (Anexo 3 Clipping de prensa 2023), destacando los diarios locales almerienses de mayor tirada de la provincia, en concreto la publicación de La Voz de Almería, cabecera almeriense de tirada local con una audiencia diaria de 14.521 lectores. Asimismo, Diario de Almería dedicó un espacio en la sección de economía de más de un 30% de ocupación en página. En concreto, esta cabecera, perteneciente a Grupo Joly tiene una tirada de 4.602 lectores diarios.

En lo relativo a redes sociales, Vestial cuenta con dos principales perfiles sociales en Instagram y en Facebook, destinados a promocionar el evento y a sus entidades participantes con la publicación de contenidos diarios durante el desarrollo de la programación. En su primera edición, señalar sus 135 seguidores en Facebook y los 785 correspondientes a su perfil de Instagram y los datos que se reflejan a continuación:

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 5 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Resultados generales RRSS Vestial 2023 (Anexo 3)

Red social	Facebook	Instagram
Alcance	11.900	30.300
Interacciones	4.785	3.018
Publicaciones	56	51

En 2025 la organización del evento prevé superar los datos de su primera edición, con la participación en la segunda edición de Vestial de 18.000 personas y un impacto a través de las emisiones en directo, redes sociales y medios de comunicación superior a 1 millón de personas en España y el resto del mundo.

Previsión de participación y alcance en Vestial 2025 (Anexo 1)

Visitantes	Impacto Económico	Impacto Global
18.000	1,9 Millones de Euros	1.000.000 personas

A la hora de valorar la conveniencia de participar en la segunda edición de Vestial, 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 el evento como a través del uso del logotipo y la imagen corporativa de este congreso en todas sus comunicaciones. 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, al igual que en su primera edición, la retransmisión en streaming de su programa general.

Por todo ello, la Consejería plantea su participación en el Congreso a través de la fórmula del Patrocinio Institucional, implicando:

a) Patrocinio con carácter exclusivo del espacio “Gusto del Sur”, ubicado en la zona más visible de la sede del Congreso y centrado en difundir los valores de la nueva marca de calidad para productos agroalimentarios y pesqueros “Gusto del Sur” donde se llevará a cabo un programa de actividades a consensuar entre la empresa adjudicataria y AGAPA.

b) Patrocinio con carácter exclusivo dentro de la programación general del evento:

- o Un mínimo de 2 ponencias diarias*
- o Un mínimo de 2 demostraciones gastronómicas diarias*
- o Un mínimo de 1 mesa redonda diaria*
- o Acto de Clausura.*

c) Patrocinio con carácter no exclusivo de las actividades paralelas:

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 6 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- Un mínimo de 1 taller diario de cocina para niños.
- Un mínimo de 1 cata diaria de productos andaluces a determinar conjuntamente entre la Agencia y la empresa adjudicataria
- Exposición de las Mejores Fotografías de Alimentos del Mundo.

d) Patrocinio con carácter no exclusivo del Comedor Vestial Experience, en el que los mejores cocineros de vegetales elaborarán dos menús exclusivos con motivo del evento.

e) Patrocinio con carácter no exclusivo del Concurso de Cocina Verde Vestial, destinado a trabajar con hortalizas de invernaderos solares y con el resto de vegetales que se producen en Andalucía.

f) Patrocinio con carácter no exclusivo de los Premios SAKATA, los galardones de la alimentación saludable.

Ficha técnica VESTIAL 2025

Nombre	II CONGRESO INTERNACIONAL DE GASTRONOMÍA VERDE DE ALMERÍA “VESTIAL”
Organiza	Organizado por A COLOR, AGENCIA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN S.L., con CIF B04376349
Carácter	Profesional y público en general
Periodicidad	Bienal
Edición	II
Modalidad	Híbrido (Presencial y Online)
Lugar	Edificio Polivalente de El Toyo y el espacios públicos del centro de la ciudad
Fecha	24-25 De Febrero
Horario	Mañana y tarde
Sectores	FRUTAS Y HORTALIZAS, GASTRONOMÍA, RETAIL, INDUSTRIA AUXILIAR, PRODUCTOS GOURMET, SALUD, DEPORTE, LIFESTYLE, INNOVACIÓN
Perfil del visitante	PRODUCTORES DE FYH, COMERCIALIZADORAS, TRADERS, HORECA, PROFESIONALES COCINA, RESTAURACIÓN, TURISMO, PRENSA ESPECIALIZADA, EDITORIALES Y/O INFLUENCERS.

A COLOR, AGENCIA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN S.L., con CIF B04376349, es propietaria y organizadora única del evento II CONGRESO INTERNACIONAL DE GASTRONOMÍA VERDE DE ALMERÍA “VESTIAL”. 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 Almería con carácter bienal. Dicha circunstancia se acredita por parte de la citada empresa mediante certificación – declaración responsable que queda incorporada como documento adicional no firmable, Anexo 5, al expediente de contratación del que es objeto esta Memoria Justificativa.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 7 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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.**

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 "intuito personae", en 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».

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		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 8 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	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 21 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 21 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	213.225,00
Patrocinio con carácter exclusivo del espacio "Gusto del Sur"	64.500,00
1. Personalización del espacio.	45.000,00
1.1 Diseño	2.500,00
1.2 Dotación (mesas bajas, mostrador, expositor de producto, almacén, televisión...).	10.000,00
1.3 Producción	25.000,00
1.4 Montaje y desmontaje	7.500,00
2. Programa de actividades	6.000,00
2.1 Diseño	1.500,00
2.2 Dotación	2.000,00
2.3 Producción	1.500,00
2.4 Montaje y desmontaje	1.000,00
3. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento.	5.000,00
4. Publicación de contenidos en las redes sociales del evento con mención a la marca en redes sociales y	5.000,00
5. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y menciónn todos los soportes del evento	3.500,00
5.1 Vinculación de la marca al espacio patrocinado tanto en la zona de recepción, como en la zona de comercialización	1.750,00
5.2 Mención de la misma en todos los soportes del evento	1.750,00
Patrocinio exclusivo dentro de la programación profesional con: 5 actividades diarias mínimas así como del Acto de Clausura.	75.000,00
1. Diseño, dotación, producción, montaje y desmontaje de un mínimo de 2 demostraciones gastronómicas (Showcookings) diarias dentro de la programación	20.500,00
1.1 Diseño de escenografía principal con presencia marca Gusto del Sur.	1.500,00
1.2 Dotación (cocina, material de cocina, chaquetillas, delantales, mobiliario en escenario principal).	7.500,00
1.3 Producción	6.500,00
1.4 Montaje y desmontaje	5.000,00
2. Dotación, montaje y desmontaje de un mínimo de 1 mesa redonda diaria dentro de la programación	8.000,00
2.1 Dotación (mobiliario)	2.000,00
2.2 Producción	4.000,00

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 9 / 22
VERIFICACIÓN	NjyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



2.3 Montaje y desmontaje	2.000,00
3. Dotación, montaje y desmontaje de un mínimo de 2 ponencias diarias dentro de la programación	16.000,00
3.1 Dotación (mobiliario)	5.000,00
3.2 Producción	8.000,00
3.3 Montaje y desmontaje	3.000,00
4. Presencia de la marca en la pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de esta	6.000,00
4.1 Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad	3.000,00
4.2 Presencia de la marca en el vídeo que se pudiera editar de ésta.	3.000,00
5. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	5.000,00
6. Publicación de contenidos sobre las actividades patrocinadas en las redes sociales del evento, con mención a la marca en redes sociales y a través del Hashtag #GustodelSur	5.000,00
7. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	3.500,00
7.1 Vinculación de la marca al espacio patrocinado	1.750,00
7.2 Mención de la misma en todos los soportes del evento	1.750,00
8. Emisión de spot publicitario y mención de la marca por parte del conductor de las actividades	3.000,00
8.1 Emisión de spot publicitario	1.500,00
8.2 Mención de la marca por parte del conductor de la actividad	1.500,00
9. Patrocinio del Acto de Clausura en uno de los escenarios del Congreso VESTIAL.	8.000,00
9.1. Presencia de la marca con imágenes en el escenario del espacio en su calidad de patrocinador de la ponencia	1.975,00
9.2. Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de ésta	1.975,00
9.3. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	450,00
9.4. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales del evento con mención a la marca en redes sociales y a través del Hashtag #GustodelSur	500,00
9.5. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	1.800,00
9.6 Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales del evento	500,00
9.7 Emisión de spot publicitario	400,00
9.8 Mención de la marca por parte del conductor de la actividad	400,00
Patrocinio del Comedor de Experiencias Vestial.	7.925,00
1. Diseño, dotación, producción, montaje y desmontaje del Comedor de Experiencias Vestial.	3.825,00
1.1 Diseño de escenografía principal con presencia marca Gusto del Sur.	375,00
1.2 Dotación (cocina, material de cocina, chaquetillas, delantales, mobiliario).	1.200,00
1.3 Producción	1.250,00
1.3 Montaje y desmontaje	1.000,00
2. Presencia de la marca en la pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de esta	500,00
3. Presencia de la marca en el menú que será entregado a los comensales del Comedor de Experiencias Vestial.-	500,00
4. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	400,00



5. Publicación de contenidos sobre las actividades patrocinadas en las redes sociales del evento, con mención a la marca en redes sociales y a través del Hashtag #Gustodel-Sur	500,00
6. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	1.800,00
7. Emisión de spot publicitario y mención de la marca por parte del conductor de las actividades	400,00
Patrocinio del Concurso de Cocina Verde Vestial	7.400,00
1. Diseño, dotación, producción, montaje y desmontaje del Concurso de Cocina Vestial	3.700,00
1.1 Diseño de escenografía principal con presencia marca Gusto del Sur.	250,00
1.2 Dotación (cocina, material de cocina, chaquetillas, delantales, mobiliario en escenario principal).	1.750,00
1.3 Producción	1.000,00
1.3 Montaje y desmontaje	700,00
2. Presencia de la marca en la pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de esta	500,00
3. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	400,00
4. Publicación de contenidos sobre las actividades patrocinadas en las redes sociales del evento, con mención a la marca en redes sociales y a través del Hashtag #Gustodel-Sur	500,00
5. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	1.800,00
6. Emisión de spot publicitario y mención de la marca por parte del conductor de las actividades	500,00
Patrocinio de actividades paralelas	11.900,00
1. Desarrollo de, al menos, 1 taller infantil durante cada día del evento.	3.000,00
1.1 Diseño de escenografía principal con presencia marca Gusto del Sur.	500,00
1.2 Dotación (pantalla, mobiliario).	1.000,00
1.3 Producción	1.000,00
1.3 Montaje y desmontaje	500,00
2. Desarrollo de, al menos, 1 cata incluida en la programación del evento	2.500,00
2.1 Diseño de escenografía principal con presencia marca Gusto del Sur.	250,00
2.2 Dotación (mobiliario)	850,00
2.3 Producción	500,00
2.4 Montaje y desmontaje	900,00
3. Patrocinio de la Exposición de Mejores Fotografías de Alimentos del Mundo	4.000,00
3.1 Diseño de escenografía principal con presencia marca Gusto del Sur.	300,00
3.2 Dotación	1.300,00
3.3 Producción	1.500,00
3.4 Montaje y desmontaje	900,00
4. Presencia de la marca en la pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de esta	350,00
5. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	250,00
6. Publicación de contenidos sobre las actividades patrocinadas en las redes sociales del evento, con mención a la marca en redes sociales y a través del Hashtag #Gustodel-Sur	300,00
7. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	1.000,00



8. Emisión de spot publicitario y mención de la marca por parte del conductor de las actividades	250,00
9. Mención a la marca por parte del conductor de cada una de las actividades paralelas	250,00
Patrocinio de general V PREMIOS SAKATA en el Escenario Principal durante el Congreso VESTIAL	8.000,00
1. Personalización del espacio en Premios Sakata (Escenario Principal) + cóctel posterior	5.250,00
1.1 Diseño	250,00
1.2 Dotación (cuadros, expositores, cartelería descriptiva)	500,00
1.3 Producción	3.000,00
1.4 Montaje y desmontaje	1.500,00
2. Presencia de la marca con imágenes en el lugar en el que se desarrolla la actividad	500,00
3. Presencia de la marca en el vídeo que la organización del Congreso pudiera editar de ésta	500,00
5. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de Vestial	350,00
6. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	1.000,00
6.1 Vinculación de la marca al espacio patrocinado	500,00
6.2 Mención de la misma en todos los soportes del evento	500,00
7. Emisión de spot publicitario	400,00
7.1 Emisión de spot publicitario	400,00
Contraprestaciones Generales	38.500,00
1. Visibilidad e imagen de marca (coches organización, merchandising, vestuario)	7.500,00
2. Comunicación y difusión de actividades patrocinadas.	8.000,00
3. Invitaciones y actos protocolarios. Presencia de marca y participación conforme a las normas de protocolo;	5.000,00
4. Presencia de la marca en el plan de comunicación y publicidad- Presencia tanto en medios digitales como en medios convencionales.	18.000,00
COSTES INDIRECTOS ESTIMADOS	9.915,49
Gastos generales de estructura (suministros, materias primas, arrendamientos, gastos de administración, seguro, Plan de Autoprotección y Seguridad, etc)	9.915,49
BENEFICIO INDUSTRIAL	24.793,39
TOTAL BASE IMPONIBLE (€)	247.933,88
IVA 21% (€)	52.066,12
TOTAL (€)	300.000,00

La determinación del presupuesto base de licitación se ha realizado a partir del estudio de mercado realizado sobre los dossieres comerciales que A COLOR, AGENCIA DE MARKETING Y COMUNICACIÓN S.L., propietaria y organizadora única del evento ha facilitado al Servicio proponente, en virtud del derecho de exclusiva que tiene sobre la organización y promoción del CONGRESO INTERNACIONAL DE GASTRONOMÍA VERDE DE ALMERÍA "VESTIAL". 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.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 12 / 22
VERIFICACIÓN	NjyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



El patrocinio del Congreso de Gastronomía Verde Vestial constituye una iniciativa clave para aumentar la visibilidad de los productos alimentarios andaluces y fortalecer la presencia de las empresas agroalimentarias de la región en el ámbito nacional e internacional. Cada acción patrocinada contribuye a consolidar la imagen de Andalucía como líder en producción sostenible, calidad gastronómica e innovación. La trayectoria de este evento, sus exitosos datos de participación de público congresista y general y de impacto en medios, referidos en el apartado quinto de la presente memoria justificativa, convierten a Vestial 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, 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 impacto Vestial 2023 y 2025, a través del cual se han obtenido los datos de impacto del evento.

La previsión de valoración económica total del evento para 2025 que se señala en el Informe de Medios anteriormente citado (+1,9M€) 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 1 millón de personas. Ambas cifras (valoración económica y audiencia) muy superiores también a las alcanzadas en la edición 2023 (1,2 M€ y 317.000 personas respectivamente). Cifras que llevan a la organización a estimar un crecimiento similar en la próxima edición.

El patrocinio del Congreso de Gastronomía Verde Vestial constituye una iniciativa clave para aumentar la visibilidad de los productos alimentarios andaluces y fortalecer la presencia de las empresas agroalimentarias de la región en el ámbito nacional e internacional. Cada acción patrocinada contribuye a consolidar la imagen de Andalucía como líder en producción sostenible, calidad gastronómica e innovación. A continuación, se detallan las acciones justificadas:

Espacio exclusivo “Gusto del Sur” Supone un 26,02% del presupuesto total.

El patrocinio exclusivo de este espacio asegura una plataforma de alto impacto para la promoción de los productos andaluces y la marca “Gusto del Sur”. Ubicado en una zona estratégica del congreso, se convertirá en

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 13 / 22
VERIFICACIÓN	NjyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



un referente para medios de comunicación, profesionales del sector y asistentes. La organización de actividades que serán consensuadas previamente con AGAPA como podrían ser reuniones empresariales, programas de radio, participación de los chefs, etc., y la atención personalizada a los asistentes, permitirá difundir los valores de calidad, tradición e innovación asociados a la marca. Además, servirá para conectar directamente con importadores, distribuidores y otros agentes clave, incrementando las oportunidades comerciales para las empresas andaluzas.

Programación profesional Supone un 30,25% del presupuesto total.

Las actividades diarias patrocinadas, que incluyen showcookings, mesas redondas y ponencias, ofrecen una exposición directa y práctica de los productos andaluces ante un público profesional. Los showcookings destacan la versatilidad y excelencia de ingredientes andaluces en la alta cocina. Por otro lado, las mesas redondas y ponencias permiten que expertos del sector discutan las tendencias actuales en gastronomía sostenible, posicionando a las empresas andaluzas como referentes en innovación y producción responsable. Este espacio no solo refuerza la imagen de los productos, sino que también crea un contexto ideal para establecer contactos comerciales y divulgar los valores de la marca “Gusto del Sur”.

Comedor de Experiencias Vestial Supone un 3,20% del presupuesto total.

El patrocinio de este espacio es clave para asociar los productos andaluces con la alta cocina sostenible. En este comedor, chefs de renombre elaborarán menús exclusivos utilizando vegetales y hortalizas de la región, mostrando su calidad y potencial en platos innovadores. Esta acción no solo pone en valor los productos, sino que también ofrece a las empresas andaluzas una oportunidad única de visibilidad entre los asistentes al congreso, incluidos compradores, críticos gastronómicos y medios especializados, reforzando la conexión entre la agroindustria andaluza y la excelencia culinaria.

Concurso de Cocina Verde Vestial Supone un 2,98% del presupuesto total.

El patrocinio de este concurso, enfocado en hortalizas de invernaderos solares y otros vegetales producidos en Andalucía, subraya la relevancia de las prácticas agrícolas sostenibles que caracterizan a la región. Esta acción pone en el centro del debate el valor de la innovación en la producción agrícola y muestra cómo las empresas andaluzas son capaces de liderar en este ámbito. Al destacar el uso de productos locales en un contexto de creatividad y excelencia culinaria, se fomenta el reconocimiento de Andalucía como referente internacional en agricultura sostenible y de calidad.

Actividades paralelas Suponen un 4,80% del presupuesto total.

Los talleres de cocina para niños y las catas diarias de productos andaluces contribuyen a la educación en alimentación saludable, creando una conexión emocional y duradera con las nuevas generaciones y sus familias. Estas actividades, combinadas con la exposición de fotografías de alimentos, permiten mostrar la riqueza y belleza de la producción alimentaria andaluza, reforzando su visibilidad tanto entre el público general como entre los profesionales del sector. Las empresas andaluzas se benefician de una mayor exposición de sus productos en un entorno dinámico y participativo.

Premios SAKATA Suponen un 3,23% del presupuesto total.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 14 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



La entrega de estos galardones a la alimentación saludable es una oportunidad para destacar el liderazgo de Andalucía en la producción de alimentos de calidad que promueven estilos de vida saludables y sostenibles. Este patrocinio asocia a las empresas andaluzas con los valores de innovación, sostenibilidad y compromiso con el bienestar de las personas, reforzando su posición en el mercado y su reconocimiento como actores clave en la alimentación saludable.

Con estas acciones, la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía asegura un impacto integral en términos de visibilidad, reputación y oportunidades comerciales para los productos agroalimentarios y las empresas de la región, consolidando su posición como referente en gastronomía verde y sostenible.

Por todo lo anteriormente expuesto y teniendo en cuenta los datos de impacto de su pasada edición y al posicionamiento del evento como el único congreso de gastronomía verde, 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 Vestial 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 Vestial, 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 Vestial, 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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 15 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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.

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).

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 16 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 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.

1. Criterios de selección relativos a la solvencia técnica o profesional del empresario

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 del personal técnico que servirá para dar cobertura al correcto desarrollo de las prestaciones contratadas, en particular:

- Disponibilidad de personal técnico cualificado para el manejo de los medios audiovisuales y de la plataforma tecnológica que se utilizarán para el desarrollo de los contenidos de la programación del congreso.
 - 1 Jefe de Proyecto con categoría profesional Ingeniero Informático
 - 1 Técnico de mantenimiento y control audiovisual para la atención de la correcta emisión de spot de la marca en las pantalla de las salas/espacios donde se desarrollen las citadas actividades.
 - 1 Técnico especialista multimedia para la atención de la correcta emisión de los contenidos en streaming.

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 del contrato. 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 demostraciones gastronómicas y demás actividades en las que se realice cocina en vivo en las que estará

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 17 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



presente la Consejería a través de la marca “Gusto del Sur”, 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 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 sobreimpresión 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 a 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.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 18 / 22
VERIFICACIÓN	NjyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



21. PROPUESTA DE CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Al tratarse de un contrato negociado sin publicidad por razón de exclusividad, a pesar de ser un contrato de financiación europea, no sería de aplicación lo establecido en el artículo 26 del Decreto Ley 3/21, de 16 de febrero, en el que se dice lo siguiente:

"serán criterio de adjudicación, entre otros, la evaluación de la calidad a partir de las características intrínsecas de los equipos y la adecuación entre los equipos ofertados y el parque de equipos destinado a realizar idénticas tareas analítica en el laboratorio de destino, así como de los medios personales adscritos al mismo contrato, que tendrá en cuenta la idoneidad del personal, vinculado directamente con la Dirección Técnica, la formación y los mantenimientos de los equipos objetos del presente contrato, en atención a su titulación y especialización, así como los programas de formación y control de calidad."

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.

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

$$X = (OMB \times Max) / Of$$

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:**

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 19 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



En el supuesto que se produzca incumplimiento defectuoso y se cumplan solo parte de las obligaciones 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 “Vestial-Gusto del Sur” ubicado en la zona más visible de la sede del Congreso; en su calidad de patrocinador exclusivo del espacio.
- 2) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en cualquiera de los escenarios durante el desarrollo de las actividades diarias patrocinadas en la programación general del evento, en el comedor de Experiencias Vestial, en el Concurso de Cocina Verde Vestial, en los premios SAKATA y/o durante el acto de clausura.
- 3) **10 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO emisión de spot publicitario de la marca (20”) y de las actividades patrocinadas dentro de la programación general del evento en el comedor de Experiencias Vestial, en el Concurso de Cocina Verde Vestial, en los premios SAKATA y/o durante el acto de clausura.
- 4) **5 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de las actividades patrocinadas con carácter exclusivo dentro de la programación general del evento, en el comedor de Experiencias Vestial, en el Concurso de Cocina Verde Vestial y/o durante el acto de clausura. y/o en los vídeos que se pudieran editar de estas.
- 5) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la presencia en pantalla, durante el desarrollo de las actividades patrocinadas con carácter exclusivo dentro de la programación general del evento, así como durante el desarrollo del acto de clausura del congreso de una marca distinta de la marca “Gusto del Sur”.
- 6) **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, que hagan referencia a las actividades patrocinadas con carácter exclusivo dentro de la programación general del evento, en el comedor de Experiencias Vestial y/o en el Concurso de Cocina Verde Vestial.
- 7) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO publicación de contenidos en las redes sociales de VESTIAL (Facebook e Instagram) con mención a la marca sobre las actividades patrocinadas con carácter exclusivo dentro de la programación general del evento en el comedor de Experiencias Vestial, en el Concurso de Cocina Verde Vestial, en los premios SAKATA y/o durante el acto de clausura.
- 8) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO vinculación de la marca a las actividades patrocinadas con carácter exclusivo dentro de la programación general del evento, en el comedor de Experiencias Vestial, en el Concurso de Cocina Verde Vestial, en los premios SAKATA y/o durante el acto de clausura.
- 9) **3%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca como patrocinador principal en todos los soportes y publicaciones físicos y digitales (programa, Web, etc) que serán editados con

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 20 / 22
VERIFICACIÓN	NjyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



motivo del congreso o en soportes adicionales de gran visibilidad y ubicación estratégica en el espacio donde se desarrolle la programación del congreso.

- 10) **3%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de marca, en todas las comunicaciones oficiales Offline y Online (programa, notas de prensa, cartelería, RRSS etc) y en la publicación de la revista AENVERDE.
- 11) **3%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en todas las actividades de presentación y actos públicos, así como en los soportes que se produzcan con motivo de los mismos (invitaciones, cartelería, folletos, etc).
- 12) **3%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en todos los vídeos previos a la celebración del congreso para su promoción y en los que se producirán durante y después del congreso para su difusión.
- 13) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en plan de comunicación y publicidad del congreso.

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.

- 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.

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 25%, el Órgano de Contratación podrá optar por la resolución del contrato.

• **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 exclusiva 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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 21 / 22
VERIFICACIÓN	NjyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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^º Gemma Enríquez San Nicolás.

Vinculada a AGAPA: SI

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

Victoria Lindsay, Paqui Vazquez y Manuel Martínez, técnicos 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		24/01/2025 13:53:30	PÁGINA: 22 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGw85x7bhDmo5B6t833NDB9tWJds	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	