

**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 DEL “ESCENARIO ANDALUCÍA – GUSTO DEL SUR” EN EL 38 SALÓN GOURMETS - FERIA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS DE CALIDAD, A CELEBRAR EN MADRID DEL 7 AL 10 DE ABRIL DE 2025.**

La presente memoria justificativa sustituye a la firmada con fecha 14 de marzo de 2025, tras incorporar las consideraciones jurídicas del INFORME AJ-GAPA 2025/13, emitido por el Gabinete Jurídico de la Agencia, en relación con el Pliego de cláusulas administrativas particulares del contrato denominado “PATROCINIO INSTITUCIONAL POR PARTE DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA DEL “ESCENARIO ANDALUCÍA – GUSTO DEL SUR” EN EL 38 SALÓN GOURMETS – FERIA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS DE CALIDAD, A CELEBRAR EN MADRID DEL 7 AL 10 DE ABRIL 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, del “Escenario Andalucía – Gusto Del Sur” en la 38 edición de la Feria Internacional de Alimentación y Bebidas de Calidad, que se celebrará en Madrid del 7 al 10 de abril de 2025.

**2. CÓDIGO GEXAP:** CONTR 2025 34126

**3. CÓDIGO CPV:**

- 79952000-2 Servicios de eventos.

**4. SERVICIO PROPONENTE.**

**Servicio Proponente:** Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia / Subdirección de Promoción, Consultoría y Actuaciones SIG

**Personal de Contacto:**

- Sara Romero Amat. Técnica del Departamento de Promoción.
- Inmaculada González González. Jefa del Departamento de Promoción.



GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		27/03/2025 11:11:28	PÁGINA: 1 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGw35N1Arxf81q15k4tSL294a3SF	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	

**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, autoriza en su artículo 11.1 la creación de la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía (en adelante, la Agencia o 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 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 CPG) de AGAPA, aprobado según Acuerdo de 21 de diciembre de 2020 del Consejo de Gobierno para el período 2021-2024.

De las funciones y competencias generales que se relacionan en el apartado 1.2 del citado CPG, 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 CPG 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 *OE 01-01-Contribuir a la modernización del sector agrario y pesquero y de su tejido socio-económico asociado, a través de la prestación de servicios innovadores, la digitalización, el conocimiento y el asesoramiento*, dentro del cual se contempla el *OO 01-01.03-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 CPG se realizarán con arreglo al Plan de Acción Anual (en adelante el Plan o PAA) 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 PAA 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, y que

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		27/03/2025 11:11:28	PÁGINA: 2 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGw35N1Arxf81q15k4tSL294a3SF	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	

recogerá, dentro del *subproyecto 25-01-01.03.01.248.01*, todas las tareas relacionadas con el *Desarrollo del plan de la Dirección General de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria (en adelante DGIICA) en materia de Promoción Agroalimentaria para la anualidad 2025*. Entre las acciones previstas, el citado Plan contempla la participación en el 38 SALÓN GOURMETS – FERIA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS DE CALIDAD, a celebrar en Madrid del 7 al 10 de abril de 2024, bajo la dirección, coordinación y supervisión de dicha Dirección General.

La presencia de Andalucía en eventos internacionales vinculados con la promoción del producto gourmet, es un instrumento de valor para el modelo de negocio de las empresas andaluzas y para su visualización en los mercados, en tanto en cuanto supone estar presentes en el escaparate anual más importante de alimentos y bebidas de alta gama a nivel europeo y global, donde se dan cita profesionales nacionales e internacionales del ámbito gastronómico.

La promoción y difusión de los valores diferenciadores 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. En este sentido, es importante destacar que Andalucía cuenta con más de 65 denominaciones de calidad DOPs e IGP, es líder en producción ecológica, sobresale en producción integrada y tiene productos agroalimentarios y pesqueros artesanos únicos, lo que la convierte en una de las regiones europeas más representativas en cuanto a sellos de calidad, que protegen y promueven los orígenes, las tradiciones y las características únicas de muchos productos típicos de la UE. Además, desde la publicación del Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «**gusto del Sur**» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el Sistema de Información del uso de la marca, la Consejería pretende darle un nuevo impulso a los alimentos y bebidas andaluces de calidad diferenciada para que sean aún más competitivos, potencien su imagen y se incremente su comercialización aquí y más allá. De ahí que estos eventos especializados y de vanguardia, sean considerados soportes promocionales y de comunicación del máximo interés.

El **Salón Gourmets** nació en 1987 como un evento pionero en el ámbito de la gastronomía de calidad en España. Su objetivo inicial fue reunir a los profesionales del sector alimentario para promover los productos gourmet y proporcionar una plataforma para el intercambio de ideas y la innovación. Desde sus primeros pasos, el evento ha experimentado un crecimiento exponencial, consolidándose como la feria más importante de Europa dedicada a la gastronomía, con la participación de expositores y visitantes de todo el mundo. Su evolución ha ido de la mano con la transformación del mercado agroalimentario, convirtiéndose en un referente donde se dan cita las últimas tendencias en calidad, sostenibilidad e innovación en productos gourmet.

En la actualidad, el Salón Gourmets sigue siendo un evento de referencia para el sector alimentario y gastronómico, con un enfoque en la promoción de la calidad, la excelencia y la innovación. Para la próxima edición, se espera que el evento reúna a miles de profesionales de la industria de la alimentación, bebidas y productos gourmet, destacando la sostenibilidad, la internacionalización y las nuevas tendencias del mercado.

La Consejería, que ha estado participando en el Salón Gourmets de manera ininterrumpida desde sus inicios hasta el año 2010 y que retomó su participación en la edición de 2016, considera de interés estar presente un año más con un stand institucional para continuar dando cabida al máximo número de entidades y empresas

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		27/03/2025 11:11:28	PÁGINA: 3 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGw35N1Arxf81q15k4tSL294a3SF	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	

andaluzas en este gran escaparate e incorporar un Patrocinio Institucional al amparo del art. 22 de la Ley 34/1988 de 11 de noviembre General de Publicidad como valor añadido a la visibilidad del sector agroalimentario y pesquero andaluz y la promoción de la marca de calidad alimentaria de Andalucía “Gusto del Sur”.

Para este planteamiento de participación de la Consejería en la edición 2025 se han tenido en consideración los antecedentes de esta feria, que con una trayectoria de 37 ediciones consecutivas, ha ido creciendo exponencialmente tanto en el número de expositores, profesionales y servicios ofrecidos, como en el de visitantes que recorren sus instalaciones. Así, con cifras crecientes y un espíritu netamente comercial, esta feria profesional donde se reúnen los productos más innovadores y vanguardistas de la gastronomía mundial, dando cabida a sectores tan diversos como la hostelería, restauración, distribución agroalimentaria, catering, comercio especializado, etc., es una de las más visitadas por profesionales nacionales e internacionales de los sectores anteriormente citados y de las más valoradas históricamente por la agroindustria andaluza.

A todo ello, cabe sumar el valor añadido que aporta a este evento tener detrás un aliado fundamental como el Grupo Gourmets, líder en el sector de la alimentación y la gastronomía con casi 50 años de historia. Su presencia no solo está centrada en España, donde tiene una sólida influencia, sino que también se extiende a nivel internacional, conectando a productores, distribuidores, chefs y expertos del sector a través de múltiples canales. Además, el Grupo Gourmets mantiene estrechas relaciones con asociaciones, instituciones y organismos internacionales, lo que amplifica su impacto y la visibilidad de sus iniciativas. Por tanto, su apoyo no solo respalda la organización del evento, sino que también garantiza la calidad y el prestigio de esta feria.

Del mismo modo, al contar con el respaldo de una entidad de tan alto perfil, el Salón Gourmets no sólo se beneficia de un profundo conocimiento del mercado y una capacidad logística incomparable, también de una red amplísima de contactos que actúa como un puente para la internacionalización de productos, permitiendo a empresas de todos los tamaños acceder a nuevos mercados y potenciales socios comerciales. Esta vasta red es clave para la creación de alianzas estratégicas, el impulso de la innovación y la promoción de la excelencia en la industria alimentaria.

En resumen, esta colaboración asegura que el Salón sea una plataforma ideal para la innovación, la excelencia y el networking, posicionándose como el evento clave para los profesionales del sector. Al mismo tiempo, la reputación y el reconocimiento del Grupo Gourmets aportan una valiosa visibilidad y confianza entre los expositores y los visitantes. Se prevé por tanto un alto alcance y repercusión en las acciones objeto de patrocinio en la edición de 2025, contribuyendo de este modo a un mayor retorno de la inversión.

Destacamos algunas de las cifras de la **37 edición del SALÓN GOURMETS**:

<b>Feria Internacional de Alimentación y Bebidas de Calidad</b>	
Expositores	<b>1.980</b>
Países representados (expositores)	<b>Argentina, Austria, Bélgica, Brasil, Canadá, Colombia, Costa Rica, croacia, Dinamarcra, EEUU, Finlandia, Francia, Grecia, Irán, Italia, Irlanda, Japón, Marruecos, México, Noruega, Países Bajos, Perú, Portugal, Reino Unido, Suiza, Tailandia, Ucrania</b>

Superficie de exposición	<b>62.700 m<sup>2</sup></b>
Productos	<b>Más de 50.000</b>
Nuevos productos	<b>Más de 1.300</b>
Visitantes profesionales	<b>106.923</b>
Compradores extranjeros	<b>15.825</b>
Países representados (compradores extranjeros)	<b>90</b>
Volumen de negocio (directo e indirecto)	<b>231 Mill. €</b>
Actividades	<b>Más de 1.200</b>
Repercusión mediática (valoración económica)	<b>23.614.327 €</b>
Medios de comunicación y periodistas acreditados	<b>1.151</b>
Audiencia en medios	<b>4.013.010.445</b>

En 2024 el Salón Gourmets ha visto incrementado sus resultados económicos significativamente, **pasando de los 12,5M€ de impacto de 2023 (Anexo 1\_Ficha Técnica 37SG) a los 23,6M€ de 2024**. Asimismo, la repercusión de este evento también se pone de manifiesto con cifras tan destacadas como las de su impacto de audiencia, que superó los **4 millones en su 37 edición**, tal como se indica en los Informes de Evaluación de Medios realizado por la consultora Onclusive (Anexo 2\_Informes de Evaluación de Medios 37SG).

En cuanto a la asistencia física, también se batieron récords en lo que respecta a prensa acreditada, llegando a los **1.151 medios y periodistas** procedentes de países de los 5 continentes, lo que ofreció un contacto directo con líderes de opinión y medios de comunicación. Igualmente, se lograron grandes números en cuanto a la participación: sus **casi 2.000 expositores, más de 50.000 productos** y cinco pabellones, con **más de 60.000 m<sup>2</sup>** que se superarán para esta nueva edición (Anexo 3\_Dossier 38SG\_Resultados 2024), demuestran que el Salón Gourmets se consolidó en la pasada edición como una de las ferias de referencia del sector.

La presencia internacional fue especialmente destacada. Visitaron la feria **15.825 compradores** provenientes de **90 países** distintos como Argentina, Austria, Bélgica, Brasil, Canadá, China, EEUU, Finlandia, Francia, Grecia o Japón, entre otros, reforzando la hegemonía del Salón Gourmets como una de las principales ferias internacionales del sector de los productos alimentarios de alta gama (Anexo 3\_Dossier 38SG\_Resultados 2024).

Networking y misiones comerciales del sector de los productos de alimentación y bebidas delicatessen. Con casi 1.000 m<sup>2</sup> el **Business Center**, donde se llevaron a cabo **más de 5.000 reuniones comerciales**, contó con **252 compradores invitados procedentes de 60 países**, invitados por la Organización a través del Hosted Buyers Program (HBP) (Anexo 4\_Dossier 38SG\_Misión comercial 2024).

Atendiendo al retorno de la comunicación del evento, los datos de la pasada edición ponen de manifiesto la relevancia del Salón Gourmets desde el punto de vista de la atención mediática. Son datos representativos las **3.380 referencias en medios de comunicación**, con 561 artículos de prensa, 2.737 artículos web, 61 apariciones en televisión y en 63 programas de radio (Anexo 2\_Informes de Evaluación de Medios 37SG). Fruto de este interés, cabe destacar una notoria crecida de las visitas a la web durante el período de celebración del

Salón, con un total de **200.611 sesiones orgánicas** (visitas obtenidas a la página web desde los motores de búsqueda) y más de **92,6k clic**; casi el 60% de los usuarios acceden a la web por la vía orgánica (*Anexo 5\_InformeSEO 37SG*).

En lo relativo al alcance en las RRSS del evento, se contabilizaron 323.094 impresiones de las publicaciones orgánicas en LinkedIn, 376.678 en Instagram, 133.642 en Facebook, 133.642 en Twitter y 34.252 visualizaciones en TikTok, lo que supuso un total de **más de 700.000 impresiones/visualizaciones** en las distintas RRSS (*Anexo 6\_Resumen ejecutivo RRSS 37SG*).

En términos generales, la edición 2024 del Salón Gourmets generó un volumen de negocio e impacto económico que alcanzó los **231 millones de euros**.

La previsión para 2025 es además muy alentadora. La organización de la feria ha invitado a **300 compradores procedentes de 100 países** para participar en el Business Center y la superficie de exposición superará esta edición los **90.000 m<sup>2</sup>** con la incorporación de un sexto pabellón, lo que sin duda contribuirá a superar las cifras de impacto del año anterior.

Por todo ello, a la hora de valorar la conveniencia de realizar un patrocinio institucional en el marco del Salón Gourmets 2025, se ha atendido a lo que dicha participación reporta en términos de reputación e imagen, contribuyendo a una mayor visibilidad y alcance de la Junta y la marca 'Gusto del Sur', tanto con su presencia en un evento que, al ser uno de los escaparates agroalimentarios más potentes a nivel mundial, atrae la atención de los medios de una forma orgánica y natural, como a través del uso de la imagen corporativa en las acciones patrocinadas.

Estamos además ante un público altamente segmentado. El público asistente al Salón Gourmets es muy especializado, lo que garantiza un mayor impacto en el retorno publicitario del patrocinio. Igualmente, se ha estimado la mejora cualitativa que ha venido experimentando el contenido de este certamen, con propuestas más experienciales dirigidas a poner el foco en las empresas y entidades participantes, y a atraer la atención de la opinión pública. Escaparates como Salón Gourmets hacen que el público objetivo recuerde a la entidad patrocinadora. Ofrece experiencias a su audiencia, permaneciendo así más tiempo en su retina dicha marca.

Los resultados de asistencia y de impacto global en medios que la feria ofrece con respecto a ediciones anteriores, su ámbito internacional, el marcado carácter diferencial del público destinatario distingue al Salón Gourmets dentro del amplio espectro de eventos del sector agroalimentario. Además, lo interesante es que asociarse a esta feria permite llevar el contenido de la marca allá donde el público objetivo está, incrementado así la lealtad y confianza del cliente final gracias a la exposición que tiene la marca y su notoriedad. Ferias de referencia como Salón Gourmets se han convertido en los lugares idóneos para hacerse visibles. Son puntos esenciales de búsqueda de tendencias y fuentes de formación. En ellas se exponen las últimas novedades y tienen lugar conferencias, seminarios y actividades. Esto hace que las marcas que patrocinan sean bien recibidas porque posibilitan recibir formación/información del sector, lo que crea una vinculación entre la marca y la audiencia.

En definitiva, el patrocinio de este evento, permitirá a la Consejería alcanzar los siguientes objetivos:

- Visibilidad de la marca Andalucía: A través de los diversos soportes y acciones patrocinadas, la marca Andalucía estará presente de forma constante durante la feria, llegando a un público altamente especializado y potencialmente interesado en los productos y servicios que ofrece la región.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		27/03/2025 11:11:28	PÁGINA: 6 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGw35N1Arxf81q15k4tSL294a3SF	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	

- Posicionamiento como destino de inversión: La asociación de la marca Andalucía con un evento de prestigio como Salón Gourmets contribuirá a fortalecer la imagen de la región como un destino atractivo para la inversión en el sector agroalimentario.
- Promoción de las empresas andaluzas: El patrocinio permitirá apoyar y dar visibilidad a las empresas andaluzas expositoras, a fin de fortalecer sus relaciones comerciales con potenciales clientes extranjeros y aumentar su volumen de negocio en el ámbito internacional, lo que a su vez contribuirá a 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 lo tanto, nos encontramos en un escenario sin duda inmejorable para dar visibilidad a Andalucía y, consecuentemente, a las empresas y entidades andaluzas expositoras en la feria, así como para dar a conocer entre los profesionales del sector los valores saludables y sostenibles de los productos agroalimentarios y pesqueros, y muy especialmente los reconocidos dentro de alguna de las diferentes figuras de calidad diferenciada existentes en Andalucía, a través de la marca de calidad y promoción “Gusto del Sur”.

Por todo lo anteriormente mencionado, la Consejería plantea su presencia en la Feria incorporando el patrocinio Institucional, una fórmula de participación que implica:

- Patrocinio con carácter exclusivo del espacio “Escenario Andalucía - Gusto del Sur”: Ubicado en el área expositiva del Pabellón 5, anexo al stand de Andalucía, y destinado a convertirse en una plataforma excepcional para poner en valor los productos agroalimentarios y pesqueros de las empresas andaluzas presentes en el stand, especialmente, de los reconocidos dentro de alguna de las figuras de calidad diferenciada existentes en Andalucía, así como a difundir los valores de la marca de calidad alimentaria de Andalucía “Gusto del Sur”.
- Patrocinio exclusivo del contenido del espacio “Escenario Andalucía - Gusto del Sur”: Concretándose en un amplio programa de actividades que se desarrollará en cuatro jornadas, tres de las cuales estarán dedicadas a la promoción de los productos agroalimentarios y pesqueros de las empresas y entidades presentes en el stand de Andalucía y una, en exclusiva, a los productos amparados por alguna figura de calidad diferenciada ligada al origen (DOP, IGP o ETG). En ambos casos, las actividades estarán destinadas a reforzar la imagen en el exterior de nuestras producciones agroalimentarias y pesqueras, dando a conocer y promocionando, a través de su simbiosis con la alta gastronomía más allá de su concepto como meros ingredientes, sus valores de sabor, calidad y sostenibilidad integrados en la marca de calidad alimentaria de Andalucía “Gusto del Sur”.

La puesta en marcha de este patrocinio de manera complementaria al contrato basado en el Acuerdo Marco para la participación de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía (en adelante, la Consejería) en la XXXVIII Edición de la Feria Internacional de Alimentación y Bebidas de Calidad “SALÓN GOURMETS 2025”, nace de la búsqueda de fórmulas de participación que nos permitan desarrollar prestaciones sustancialmente diferentes a los trabajos que implica un contrato de diseño, montaje, ejecución y desmontaje de stand dentro del citado Acuerdo Marco. Así, con esta iniciativa se pretende promocionar de una manera destacada y efectiva, a través de la amplificación del impacto del objeto del propio contrato basado, la presencia expositiva de Andalucía dentro de un evento de tal magnitud que sigue creciendo año tras año a nivel de superficie, arrancando esta edición con un nuevo pabellón.

La coexistencia de estos dos procedimientos relacionados con el mismo evento, lejos de solaparse, nos permitirá alcanzar objetivos que el en virtud del contrato basado en Acuerdo Marco exclusivamente no serían

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		27/03/2025 11:11:28	PÁGINA: 7 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGw35N1Arxf81q15k4tSL294a3SF	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	

posibles. Las acciones de promoción amparadas por el Patrocinio, suelen ser ampliamente cubiertas, creando un ecosistema mediático que se extiende mucho más allá del evento mismo.

Entre otras prestaciones, mientras que la planificación y programación de publicaciones en redes sociales del mencionado Acuerdo Marco están dirigidas a difundir la participación de la Consejería en la feria en cuestión a través de los perfiles de AGAPA, en el caso del Patrocinio, se incluye la publicación de contenidos relacionados con la promoción de la marca y el programa de actividades del Escenario, en los perfiles de redes sociales del Salón Gourmets, las cuales atraen a un público altamente especializado, lo que incrementa el valor de cualquier mensaje institucional transmitido. La atención de este público es mucho más cualificada, lo que incrementa la posibilidad de generar repercusiones a largo plazo tanto en los medios como en la percepción del público objetivo.

Del mismo modo, con las prestaciones del Acuerdo Marco se da cumplimiento a la identificación y visibilidad del stand, logrando una eficaz localización del mismo dentro del pabellón, a través de la visualización de elementos identificativos de la Junta de Andalucía y de la marca 'Gusto del Sur'. Sin embargo, con el Patrocinio, se consigue amplificar el impacto de dicha presencia gráfica. Este espacio exclusivo es una plataforma ideal para captar la atención de medios de comunicación, profesionales del sector y público especializado. La repercusión de disponer de este escenario no se limita a los asistentes físicos, sino que se extiende a través de una amplia cobertura mediática que ofrece a nuestros expositores una visibilidad masiva, con la posibilidad de llegar a una audiencia mucho mayor a través de los medios de comunicación. Se trata de un espacio diferenciado donde mostrar la diversidad y poner en valor los productos agroalimentarios y pesqueros de las empresas y entidades andaluzas presentes en el stand, especialmente, de los reconocidos dentro de alguna de las figuras de calidad diferenciada existentes en Andalucía, así como a difundir los valores de la marca de calidad alimentaria de Andalucía 'Gusto del Sur', a través de una programa de contenidos exclusivo y altamente experiencial.

Al igual que el stand de Andalucía el Escenario estará ubicado en el pabellón 5, anexo al mismo, y ocupará un espacio no inferior a 400 m<sup>2</sup> recogido dentro de las contraprestaciones del Patrocinio. Así, se trata de un metraje independiente y adicional a los 2.250 m<sup>2</sup> de superficie expositiva que se va a contratar en virtud del diseño, montaje, desmontaje y asistencia integral del stand objeto del contrato basado antes referido, el cual precisa del alquiler del espacio y los servicios inherentes al mismo.

En resumen, la participación de la Junta de Andalucía en un escenario exclusivo del Salón Gourmets no sólo genera visibilidad mediática inmediata, sino que también establece una presencia institucional duradera, posicionando a la región como un líder en el sector objeto de la feria. La repercusión de esta presencia se extiende en los medios, las redes sociales y las plataformas digitales, impactando positivamente en la percepción de Andalucía a nivel nacional e internacional.

#### FICHA TÉCNICA DE LA FERIA:

<b>Nombre</b>	XXXVIII Edición de la Feria Internacional de Alimentación y Bebidas de Calidad "SALÓN GOURMETS 2025"
<b>Lugar de celebración</b>	Recinto Ferial Juan Carlos I, IFEMA (Madrid)
<b>Fecha</b>	Del lunes 7 al jueves 10 de abril de 2025
<b>Periodicidad</b>	Anual
<b>Modalidad</b>	Presencial

<b>Carácter</b>	Profesional
<b>Sector</b>	Multisectorial. Alimentación y Bebidas de Calidad
<b>Perfil del expositor</b>	Perfil del expositor: Cooperativas y almazaras, comercializadores, empresas de abonos y fertilizantes, fitosanitarios, maquinaria agrícola, envasadoras y distribuidoras, empresas de servicios y plantación, de dotación de planta y elementos necesarios para el inicio del cultivo, proveedores de tecnología aplicada al olivar, drones, big data, servicios medioambientales, envases y packaging, organizaciones agrarias, organismos públicos, interprofesionales, centros de investigación, conocimiento y universidades, entidades financieras, aseguradoras, medios de comunicación...
<b>Perfil del visitante</b>	Profesionales, nacionales e internacionales, de la hostelería, restauración, distribución agroalimentaria, hotelería, catering, comercio especializado, prensa y medios de comunicación.
<b>Página web</b>	<a href="https://www.gourmets.net/salon-gourmets">https://www.gourmets.net/salon-gourmets</a>

**PROGOURMET S.A.** con CIF A78293537, es el operador privado de ferias del Grupo Gourmets que organiza en exclusiva la Feria Internacional de Alimentación y Bebidas de Calidad, siendo la única empresa con capacidad para gestionar el espacio de suelo y servicios feriales del Salón, así como la comercialización de todos los espacios, los contenidos de su programa oficial y los soportes publicitarios tanto presenciales como virtuales de dicho evento. Dicha circunstancia se acredita por parte de la citada entidad mediante certificación-declaración responsable que queda incorporada como **Anexo 7**, al expediente de contratación del que es objeto esta Memoria Justificativa.

#### 6. TIPO DE CONTRATO.

**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.**

#### 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		27/03/2025 11:11:28	PÁGINA: 9 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGw35N1Arxf81q15k4tSL294a3SF	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	

## 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 12 de junio de 2025, no existiendo posibilidad de prórroga.

### Plazos parciales:

1. Patrocinio del escenario exclusivo: Desde la firma del contrato hasta la finalización del “Salón Gourmets 2025”, el 10 de abril de 2025, y cumplidas las contraprestaciones previstas.
2. Presentación de la memoria final: Desde la finalización del evento hasta el 12 de junio 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 CIENTO VEINTE MIL EUROS (120.000,00 €), 10% IVA incluido.

CONCEPTOS DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL	IMPORTE
<b>COSTES DIRECTOS ESTIMADOS DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL</b>	
<b>Patrocinio con carácter exclusivo del espacio “Escenario Andalucía - Gusto del Sur”</b>	<b>54.735,54 €</b>
<b>1. Personalización del escenario exclusivo: Diseño, dotación, producción, montaje y desmontaje del espacio.</b>	34.235,54 €
<b>2. Inclusión de la marca en el Panel de Patrocinadores, en calidad de patrocinador del escenario exclusivo e, igualmente, del 38 Salón Gourmets.</b>	5.000 €
<b>3. Mención a la marca en el Vídeo Oficial del 38 Salón Gourmets, en calidad de patrocinador del evento.</b>	500 €
<b>4. Newsletter exclusiva de la Junta de Andalucía en calidad de patrocinador del evento, para presentar cuestiones de interés para la Consejería. Protagonismo en las Newsletters del 38 Salón Gourmets de las actividades que se desarrollarán en el escenario exclusivo.</b>	5.000 €
<b>5. Entrevistas en GourmetsTV: Derecho a un mínimo de 2 entrevistas en calidad de patrocinador del evento, con presencia durante todo el año en <a href="http://www.gourmets.net/gourmetstv">www.gourmets.net/gourmetstv</a>.</b>	3.000 €
<b>7. Retransmisión en Streaming: Posibilidad de retransmitir en streaming la programación completa del escenario exclusivo de la Junta de Andalucía en el Canal GourmetsTV y el canal YouTube de AGAPA.</b>	7.000 €
<b>Patrocinio con carácter exclusivo del contenido del espacio “Escenario Andalucía - Gusto del Sur”</b>	<b>26.446,28 €</b>
<b>1. Personalización del programa de actividades del escenario exclusivo, durante los días de celebración del 38 Salón Gourmets.</b>	21.746,28 €
1.1. Diseño, ejecución y coordinación del programa de actividades, incluida las tareas de secretaría técnica.	4.500 €
1.2. Producción de “ <i>Actividades de las empresas y entidades andaluzas que asistan al Salón Gourmets dentro del stand de Andalucía</i> ” (mínimo 12 actividades).	2.600 €
1.3. Producción de “ <i>Actividades de los Consejos Reguladores que asistan al Salón Gourmets dentro del stand de Andalucía</i> ” (mínimo 6 actividades).	3.000 €
1.4. Producción de 3 actividades de “ <i>Showcooking a cargo de cocineros andaluces de reconocida trayectoria profesional y proyección mediática</i> ”.	7.646 €

1.5. Producción de actividades de interés para completar programación (“Desayuno Andaluz”, “Actividad de cata/degustación – maridaje diario” y “Otras actividades”).	4.000,28 €
<b>2. Emisión de spot publicitario de la marca a lo largo del desarrollo del programa de actividades del Escenario.</b>	2.000 €
<b>3. Producción de chaquetillas con presencia de marca para los chefs u otros profesionales que participen en el programa de actividades, a propuesta de la Organización.</b>	700 €
<b>4. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento que hagan referencia a las actividades diarias del Escenario.</b>	1.000 €
<b>5. Publicación de contenidos sobre las actividades del Escenario en las redes sociales del Salón Gourmets, antes, durante o después del desarrollo de las mismas, con mención a la marca.</b>	1.000 €
<b>Contraprestaciones generales. Presencia de marca en todos los elementos de comunicación del evento.</b>	<b>14.000 €</b>
<b>1. Visibilidad en la web del 38 Salón Gourmets: Logo en la Página principal, el Catálogo online y la sección de Actividades. Inclusión en el apartado de Actividades. Presencia en el Programa de Actividades, con enlace directo a las Newsletters (Notas de Prensa). Aparición en la versión online de la Revista Club de Gourmets. Inclusión en el Dossier de Prensa.</b>	1.000 €
<b>2. Promoción en formato impreso: Logo en la versión impresa del Catálogo Oficial del 38 Salón Gourmets. Inclusión en el Programa Oficial de Actividades del 38 Salón Gourmets.</b>	1.000 €
<b>3. Promoción en el evento: Presencia en la cartelería y señalización del 38 Salón Gourmets dentro del Panel de Patrocinadores. Inclusión en todos los elementos de comunicación relacionados con el Patrocinio. Espacio publicitario exclusivo (vinilo-pasarela pabellones 5-6 cara sur) en el Recinto Ferial Juan Carlos I, IFEMA (Madrid), incluidos los servicios de producción y montaje.</b>	10.000 €
<b>4. Comunicación continua: Logo en el Panel de Patrocinadores de las newsletters del Grupo Gourmets. Presencia en la revista Club de Gourmets, en el número dedicado al Salón y al post-Salón. Inclusión en las acreditaciones del 38 Salón Gourmets.</b>	1.000 €
<b>5. Promoción de la marca y la cofinanciación con Fondos FEDER en las redes sociales del 38 Salón Gourmets, en calidad de patrocinador del evento: Facebook, X, Instagram, YouTube y Vimeo.</b>	1.000 €
<b>COSTES INDIRECTOS ESTIMADOS</b>	<b>3.991,73 €</b>
Gastos generales de estructura (suministros, materias primas, arrendamientos, gastos de administración, etc)	3.991,73 €
<b>BENEFICIO INDUSTRIAL (estimado 10%)</b>	<b>10.909,09 €</b>
<b>TOTAL BASE IMPONIBLE (€)</b>	<b>109.090,91 €</b>
<b>IVA 10% (€)</b>	<b>10.909,79 €</b>
<b>TOTAL (€)</b>	<b>120.000,00 €</b>

La determinación del presupuesto base de licitación se ha realizado a partir de las tarifas que PROGOURMET S.A., como empresa organizadora del 38 SALÓN GOURMETS, ha facilitado al Servicio Proponente. 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 y de impacto global en medios y su marcado carácter internacional, referidos en el apartado quinto de la presente memoria justificativa, convierten al Salón Gourmets 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.

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 2\_ Informes de Evaluación de Medios 37SG*, 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 (+23M€) 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 más de 4 millones de personas.

Por todo lo anteriormente expuesto y teniendo en cuenta los datos de impacto de su pasada edición y al posicionamiento del evento como referencia para los profesionales del sector agroalimentario y de la gastronomía de alta calidad, 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 acciones patrocinadas en el marco del evento.

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”. El motivo de optar por la fórmula del patrocinio frente al contrato publicitario y de difusión tradicional, es que la inversión prevista no puede compararse 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 el Salón Gourmets, al que se suman las oportunidades comerciales y de internacionalización que de ello se derivan para las empresas agroalimentarias andaluzas. Este escenario de enorme interés estratégico y público, es punto de encuentro de nuestro 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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		27/03/2025 11:11:28	PÁGINA: 12 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGw35N1Arxf81q15k4tSL294a3SF	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	

generalista y especializada de ámbito nacional e internacional y críticos gastronómicos.....), con el que nos permite conectar 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 a través de una acción de publicidad y de difusión en medios exclusivamente.

**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 CIENTO NUEVE MIL NOVENTA EUROS CON NOVENTA Y UN CÉNTIMOS DE EURO (109.090,91 €), 10% 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 fraccionado. Se realizarán dos pagos:

- 80% a la finalización del evento patrocinado cumplidas las contraprestaciones previstas.
- 20% restante a la entrega de la memoria final de conformidad.

**14. FINANCIACIÓN.**

**OTROS FONDOS:** La financiación se realizará con Fondos del Programa FEDER de Andalucía 2021 – 2027, dentro de la Medida/Categoría de Gasto: A4111CD21AR - Apoyo a la internacionalización de la economía andaluza y captación de inversiones extranjeras, impulsando la internacionalización de las pymes andaluzas. La tasa de cofinanciación es del 85% UE. Operación: N.º Solicitud FE04 2024/0000001557 (en trámite).

Ejerc Efec Caja	Posición Presupuestaria	Importe (€)
2025	1239172000.G/71X/22616/00. A4111CD21AR	120.000,00€

**15. PUBLICIDAD.**

No procede.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		27/03/2025 11:11:28	PÁGINA: 13 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGw35N1Arxf81q15k4tSL294a3SF	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	

**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 igual al valor estimado del contrato, esto es, CIENTO NUEVE MIL NOVENTA EUROS CON NOVENTA Y UN CÉNTIMOS DE EURO (109.090,91 €), 10% 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: VEINTE UN MIL OCHOCIENTOS DIECIOCHO EUROS CON DIECIOCHO CÉNTIMOS DE EURO(21.818,18 €), 10% IVA EXCLUIDO.

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.**

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

Descripción de las instalaciones técnicas y 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 del espacio “ESCENARIO ANDALUCÍA – GUSTO DEL SUR” en el 38 SALÓN GOURMETS, que se utilizarán para el correcto desarrollo de los contenidos patrocinados. El equipo técnico deberá contar con al menos con:
  - 1 Técnico superior en Realización de Proyectos Audiovisuales y Espectáculos, o equivalente, responsable de organizar y supervisar la preparación, realización y montaje del proyecto, coordinando los medios técnicos y humanos y controlando el contenido, la forma y la calidad establecida para el correcto desarrollo de los contenidos patrocinados.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		27/03/2025 11:11:28	PÁGINA: 14 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGw35N1Arxf81q15k4tSL294a3SF	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	

El anterior criterio se justifica en función de la naturaleza el objeto del contrato, el cual requiere de una especialización y experiencia adecuada por parte de la empresa adjudicataria, que garantice la correcta ejecución de las contraprestaciones objeto del patrocinio.

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

**Sí. Condición de ejecución de tipo ambiental.** La empresa adjudicataria vendrá obligada a responsabilizarse de realizar una recogida selectiva de los residuos generados durante el desarrollo del programa de actividades del escenario exclusivo, 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.

**19. CLASIFICACIÓN DE LAS ENTIDADES PARTICIPANTES.**

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

**20. GARANTÍA.**

**Sí. Definitiva:** 5% del precio final ofertado (excluido el IVA), conforme establece el art. 107 LCSP.

La garantía podrá prestarse de acuerdo a cualquiera de los medios establecidos en el artículo 108 LCSP. Si bien, al tratarse de una acción cofinanciada con Fondos Europeos, el Decreto Ley 3/21 contempla la retención del precio como medio preferente para su constitución, a través de la retención en los documentos contables de pago de la única o varias facturas que se presenten, 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 estable como único criterio de adjudicación el precio.

**22. UMBRAL MÍNIMO PARA CONTINUAR CON EL PROCESO SELECTIVO.**

**NO**

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		27/03/2025 11:11:28	PÁGINA: 15 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGw35N1Arxf81q15k4tSL294a3SF	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	

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

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

### 24. SUBCONTRATACIÓN.

No procede.

### 25. PENALIDADES.

**SÍ.**

#### Penalidades por cumplimiento defectuoso:

En el supuesto que se produzca incumplimiento defectuoso y se cumplan sólo 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 NO personalización del espacio exclusivo “Escenario Andalucía – Gusto del Sur”, según las especificaciones recogidas en el punto 3, apartado 3.1 del Pliego de Prescripciones Técnicas (PPT) de la presente licitación.
- 2) **10%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO personalización del contenido del espacio exclusivo “Escenario Andalucía – Gusto del Sur”, según las especificaciones recogidas en el punto 3, apartado 3.2 del Pliego de Prescripciones Técnicas (PPT) de la presente licitación.
- 3) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO inclusión de la marca en el Panel de Patrocinadores, en calidad de patrocinador del escenario exclusivo e, igualmente, del 38 Salón Gourmets.
- 4) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO mención a la marca en el Vídeo Oficial del 38 Salón Gourmets, en calidad de patrocinador del evento.
- 5) **2%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO retransmisión en streaming de la programación del escenario de la Junta de Andalucía en el Canal GourmetsTV.
- 6) **2%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca y la cofinanciación FEDER, en su caso, en todos los elementos de comunicación del evento, conforme a lo especificado en el punto 4, apartado 4.3 del Pliego de Prescripciones Técnicas (PPT) de la presente licitación.

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 2 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		27/03/2025 11:11:28	PÁGINA: 16 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGw35N1Arxf81q15k4tSL294a3SF	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	

**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.

## 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 Promoción. Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia.

## 29. PROPUESTA DE LA PERSONA RESPONSABLE DEL CONTRATO.

Se propone como responsable del contrato a la Jefa de Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia, D<sup>a</sup> Gemma Enríquez San Nicolás.

Vinculada a AGAPA:

Sí

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		27/03/2025 11:11:28	PÁGINA: 17 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGw35N1Arxf81q15k4tSL294a3SF	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	

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

- Inmaculada González González. Responsable del Departamento Promoción.
- Sara Romero Amat. Técnica del Departamento de Promoción.

En Sevilla, a fecha de la firma electrónica.

LA JEFA DE SERVICIO DE PROMOCIÓN, CALIDAD Y ESTRATEGIA

Fdo: Gemma Enríquez San Nicolás

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		27/03/2025 11:11:28	PÁGINA: 18 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGw35N1Arxf81q15k4tSL294a3SF	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	