

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 X EDICIÓN DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS, A CELEBRAR EN HUELVA DEL 18 AL 19 DE JUNIO DE 2025.

La presente memoria justificativa sustituye a la firmada con fecha 21 de marzo de 2025, tras incorporar las consideraciones jurídicas del INFORME AJ-GAPA 2025/27, emitido por el Gabinete Jurídico de la Agencia, en relación con el Pliego de cláusulas administrativas particulares del contrato denominado “CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL POR PARTE DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA DE LADE LA X EDICIÓN DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS, A CELEBRAR EN HUELVA DEL 18 AL 19 DE JUNIO DE 2025.”

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato al que corresponde la presente Memoria Justificativa es el Patrocinio Institucional por parte de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía (en adelante la Consejería), al amparo del art. 22 de la Ley 34/1988 de 11 de noviembre General de Publicidad, de la X edición del Congreso Internacional de Frutos Rojos, que se celebrará en Huelva del 18 al 19 de junio de 2025.

2. CÓDIGO GEXAP.

CONTR2025 187137

3. CÓDIGO CPV.

- 79950000-8 Servicios de organización de exposiciones, ferias y congresos

4. SERVICIO PROPONENTE.

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

Personal de Contacto:

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

5. JUSTIFICACIÓN DEL CONTRATO: NATURALEZA Y EXTENSIÓN DE LAS NECESIDADES QUE SE PRETENDEN SATISFACER, ASÍ COMO, RELACIÓN CON EL OBJETO DEL CONTRATO.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 1 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kl7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 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 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 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.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 2 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kI7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 Calidad y Promoción Agroalimentaria y Pesquera, y que recogerá dentro del subproyecto 25-01-01.03.01.248.01, todas las tareas relacionadas con el 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 la X edición del CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS (en adelante el Congreso), que se celebrará en Huelva los próximos días 18 a 19 de junio de 2025.

La presencia de Andalucía en eventos regionales, nacionales, europeos e internacionales, vinculados a la formación e información del sector agroalimentario, a través de su marca “Gusto del Sur”, es un instrumento de valor para mejorar el modelo de negocio de las empresas andaluzas y 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, las convierte en protagonistas de estas acciones y pone de manifiesto su estrecha simbiosis con la Innovación y competitividad del sector agroalimentario andaluz y, por ende, con la riqueza y el empleo de nuestra Comunidad Autónoma.

De ahí que eventos como el Congreso Internacional de Frutos Rojos sean en realidad un punto de encuentro inigualable para el fomento de relaciones comerciales y de negociaciones encaminadas a la mejora de la competitividad y crecimiento del sector. Espacio donde coinciden productores, comercializadores, exportadoras de frutos rojos y Pymes del sector, así como las que prestan sus servicios para el desarrollo de todas las áreas de actividad relacionadas con éste, tanto a nivel nacional como internacional. Un año más, todos estos actores acuden a Huelva que se consolida internacionalmente como epicentro del debate y del análisis del presente y el futuro de un sector eminentemente exportador, de unos berries, como la fresa, el arándano, la frambuesa o la mora que, además, destacan por sus cualidades saludables y por un potencial mercado internacional en crecimiento. La apuesta por la salud a través del consumo de frutos rojos será uno de los temas de esta convocatoria, junto a otras cuestiones que preocupan al sector, tales como el agua, la desinfección, la comercialización con nuevos mercados y el valor socio-económico de la actividad productiva.

Huelva concentra el espacio más importante de producción de frutos rojos (fresas, frambuesas, moras y

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 3 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kl7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



arándanos) en la Unión Europea, destacando de forma especial la comercialización y exportación de estos cultivos. Por ello, Freshuelva organiza el Congreso Internacional de Frutos Rojos que en 2025 alcanzará su décima edición. Este Congreso se ha convertido ya en el encuentro internacional más importante que celebra el sector de los berries uniendo en un mismo espacio de la Casa Colón de Huelva a las empresas productoras, comercializadoras y exportadoras, así como a empresas proveedoras y de servicios que interactúan dentro de este sector.

Los días 18 y 19 de junio de 2025 el Congreso acogerá un amplio programa de actividades para analizar la situación actual y los retos de futuros del sector de los frutos rojos, así como para favorecer los encuentros e intercambios empresariales y la presentación de servicios y productos ligados al sector de los berries.

El Congreso contará con un programa oficial, que se complementará con la participación de diferentes empresas en las conferencias técnicas que también tendrán lugar en la Casa Colón de Huelva capital, durante las dos jornadas del Congreso. Contará con 4 áreas de actividades:

1. Palacio de Congresos: En el interior de la Casa Colón , dónde se desarrollará el programa oficial de conferencias (con capacidad para 850 pax).
2. Espacio expositivo. Conformado por las Salas Tinto y Odiel, el Patio de las Bolas, los salones y jardines de la Casa Colón, y que se destinará a las empresas y expositores especializados en actividades, productos y servicios relacionados con el cultivo de frutos rojos.
3. Ponencias y presentaciones técnicas de productos y servicios: A desarrollar en el Palacio de Congresos y la Sala A, ubicada en Pabellón de Poniente de la Casa Colón, espacios que acogerán los actos organizados por las empresas miembros de Freshuelva Partner que participen en el Congreso Internacional de Frutos Rojos como patrocinadores.
4. Encuentros y reuniones empresariales. El Pabellón de Levante será el espacio que albergará las reuniones, encuentros y sesiones de intercambios empresariales.

Como novedad de esta edición se incluirán la entrega de Premios Fresa(otorgado desde el 2023) para premiar a empresas y personalidades que trabajan en defensa del sector y se celebraran encuentros BE TO BE por medio de Andalucía Trade para internacionalización del sector .

El éxito de su anterior edición, en cuanto a participación, alcance e impacto mediático, lo avalan las siguientes cifras:

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 4 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kI7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



PARTICIPACIÓN EN EL CONGRESO INTERNACIONAL FRUTOS ROJOS 2024

VISITANTES PROFESIONALES	MARCAS EXPOSITORAS	MEDIA PARTNERS	ASOCIACIONES Y STAKEHOLDERS
1.600 *	50	14	23

*Esta cifra no contempla los visitantes no inscritos, entre los que se hallan ponentes y autoridades. Los datos referidos en la tabla, han sido extraídos de la memoria de resultados de la edición 2024 del Congreso (Anexo 1_Informe AGAPACongreso 2024)

- **Las empresas expositoras participantes fueron 56,87% de procedencia regional 31,37 % nacional y 11,76% internacional.**

En la siguiente tabla se resumen los resultados de publicaciones en medios correspondientes a la edición 2024 y que se recogen detalladamente en el Anexo 1_ Informe AGAPACongreso 2024.

IMPACTOS MEDIÁTICOS

PRENSA	IMPACTOS EN MEDIOS(*)	VALOR DE LA PUBLICIDAD
700 aplicaciones en prensa 86,7% digital, 10% papel, 1,8% radio,0,3% TV	66M*	2.561.754€

(*) medios locales, regionales y nacionales tanto de carácter generalista como especializados en el sector Agro.

APARICIONES EN MEDIOS DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS 2024

PUBLICACIONES	MEDIOS (*) COLABORADORES
59 publicaciones en 24 cabeceras diferentes (entre digital y prensa escrita), de ámbito provincial, regional y nacional	24 (+26% respecto al 2023)

El éxito de las nueve ediciones celebradas hasta ahora, tanto en número de participantes como de empresas del sector, ha llevado a la empresa organizadora de este Congreso, a reforzar su compromiso con la continuidad de este evento, consolidando su celebración con carácter anual y a Huelva como su sede permanente. En la edición de este año se estima un crecimiento en su alcance, impacto y repercusión. Según unas estimaciones iniciales aportadas por el proveedor ante un contexto favorable

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 5 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kl7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



que indica una tendencia al alza en sus indicadores:

- **Cobertura mediática:** Se proyecta un incremento del 10-15% en el número de noticias publicadas, alcanzando aproximadamente 800 referencias.
- **Valor publicitario:** Se estima un crecimiento del 15%, con un valor cercano a los 2,8 millones de euros.
- **Audiencia:** Se prevé superar los 70 millones de personas, con un aumento significativo en redes sociales y medios nacionales.
- **Área ocupada:** Expansión del espacio dedicado en prensa escrita, consolidando el interés de los medios especializados.

Resumimos esta información facilitada por el proveedor en este cuadro:

PREVISIONES IMPACTO EN MEDIOS DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS 2025

Cobertura Mediática	Valor publicitario	Audiencia(RRSS Y Medios)
800 Referencias (+10-15%)	2.8M€ (+15)	+70M pax

Una previsión fundamentada en los siguientes factores y parámetros:

- Tendencias de crecimiento: Análisis comparativo de las métricas de las ediciones previas (2022-2024) para identificar patrones de evolución.
- Incremento previsto de participantes: Estimación basada en las inscripciones anticipadas y el creciente interés de nuevos expositores.
- Expansión mediática: Estrategias dirigidas a fortalecer la presencia en medios, aumentando tanto el número de impactos como la inversión publicitaria.
- Optimización en redes sociales: Uso avanzado de herramientas de análisis, como MetaBusiness Suite, para maximizar la interacción y el alcance. Además, el crecimiento de los perfiles de Freshuelva en el último año, especialmente en LinkedIn, anticipa un aumento en el número de interacciones y en la visibilidad del evento.

(ver **Anexo 2**_Dossier Congreso Internacional de Frutos Rojos 2025)

Con respecto a las RRSS y según los datos de previsión del Dossier del Congreso , **Anexo 2**, se estima un alcance :

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 6 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kl7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Lidkedin	Facebook	X	Instagram
12.600 impresiones	20.000 usuarios alcanzados	3.900 impresiones	10.500 cuentas alcanzadas

De este modo, Andalucía se convertirá de nuevo en un punto de encuentro clave para profesionales, expertos y líderes del sector agroalimentario en general, y de los berries de la Unión Europea en particular.

Esta nueva edición del Congreso se dirige, por tanto, a consolidar a Andalucía, y más concretamente a Huelva, como punto neurálgico para el impulso permanente de un sector clave para la economía andaluza, mediante el refuerzo de la formación e información de las pymes del sector y de sus profesionales, en aras a mejorar la competitividad de su actividad económica. Esta edición, contará con dos novedades relevantes que ofrecerán un carácter diferencial; Entrega de los premios Fresa que nacieron en 2023 para premiar y reconocer a empresas y personalidades que han trabajado en defensa del sector desde distintos ámbitos y sectores. Además se celebrarán Encuentros Be to Be de la mano de Andalucía Trade y a través de un ambicioso programa de internacionalización del sector, el Congreso servirá de escenario para facilitar el networking y fomentar las relaciones internacionales de las pymes y otras empresas del sector con clientes y compradores internacionales.

Una competitividad que se ve favorecida por la contribución de este evento a una mayor proyección exterior de nuestras producciones de frutos rojos y, por tanto al refuerzo de su imagen fuera de nuestras fronteras. Todo ello mediante la difusión y promoción de sus valores más distintivos como el sabor, la calidad y la sostenibilidad, representados por la marca “Gusto del Sur” para los productos agroalimentarios y pesqueros de Andalucía, cuyo uso queda regulado a través del Decreto 153/2023, de 27 de junio (BOJA 30 junio de 2023).

El Congreso constituye asimismo un excelente escaparate para el análisis continuo de factores determinantes para el desarrollo y avance del sector, comportamiento de los precios, rentabilidad, competencia de terceros y nuevos países productores, la elección de variedades,...etc. Así como para un estudio riguroso del nuevo marco socioeconómico que representa la producción de fresas, frambuesas, moras y arándanos, a nivel de ventas, exportaciones y rentabilidad.

Con esta acción concreta, por tanto, la Consejería busca la mejora continua en la gestión y competitividad de las pymes agroalimentarias andaluzas a través del incremento del grado de formación e Información de las pymes de este sector. Para que éstas puedan a su vez, aumentar su volumen de negocios en el ámbito internacional, fortaleciendo así sus relaciones comerciales con empresas del extranjero, mejorando su competitividad, generando empleo de calidad y fortaleciendo la

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 7 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kl7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



posición de los productos andaluces en el exterior.

El gran interés del Congreso internacional de Frutos Rojos como plataforma idónea para la mejora de los resultados económicos de nuestras empresas agroalimentarias y pesqueras (PYMES) favorecer su modernización mediante divulgación de nuevas técnicas y tecnologías y, por tanto, de su competitividad en los mercados, se halla en clara sintonía con las necesidades, las prioridades y los objetivos de la Consejería.

La participación en jornadas, talleres, seminarios, encuentros, y las exhibiciones/demostraciones y espacios expositivos en ferias o eventos relacionados con el sector agroalimentario, como es el caso de este Congreso, que incidan, especialmente, en la calidad, innovación, transformación y comercialización, a fin de mejorar la sostenibilidad y competitividad del sector agroalimentario, añadiendo valor a sus producciones, resultan de interés prioritario.

Conforme a todo lo expuesto, la presencia en ferias y congresos vinculados a la formación e información de la agroindustria, como es el caso del Congreso Internacional de Frutos Rojos, se perfila como una excelente oportunidad para generar nuevas oportunidades de negocio para las pymes del medio rural, que fomenten la innovación, la sostenibilidad del sector y la competitividad, estrechen la asociación entre productores y comercializadores y refuerzan la simbiosis de muchos de nuestros productos agroalimentarios con otros sectores prescriptores de sus valores y cualidades.

La participación de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía en el 10º Congreso Internacional de Frutos Rojos, que se celebrará en junio de 2025 en Huelva, responde a múltiples razones estratégicas que refuerzan su compromiso con el sector agrícola y agroalimentario de la región entre las que cabe destacar:

- Andalucía y con Huelva como protagonista es la principal comunidad autónoma productora de frutos rojos, con más del 90% de cuota de mercado.
- El Congreso es el único evento de su categoría que promociona el cultivo de frutos rojos andaluces, como protagonistas, en un foro internacional. Especialmente fresas, frambuesas, moras y arándanos. Sector no solo clave en términos de producción, sino también en exportaciones y generación de empleo, especialmente en zonas rurales.
- La celebración del Congreso en Huelva posiciona a la provincia como un centro de excelencia en la producción de frutos rojos. La Consejería apoya este posicionamiento para atraer inversiones, talento a nuestro territorio y fortalecer la imagen de Andalucía como líder en este segmento agrícola.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 8 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kl7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- Esta participación refuerza la colaboración entre administraciones públicas, asociaciones sectoriales como Freshuelva, entidades financieras y empresas del sector. Esta sinergia es crucial para abordar desafíos comunes y promover el desarrollo integral del sector.
- Resulta un espacio de visibilidad y relaciones profesionales, la conexión de las empresas andaluzas con mercados internacionales que reúne a expertos, productores, chefs y otros profesionales del sector, facilitando alianzas estratégicas, intercambio de conocimientos y la difusión de las acciones de la Consejería en un entorno especializado de alto impacto. Este apoyo es esencial para posicionar los frutos rojos de la región en mercados clave y diversificar sus destinos comerciales.
- Destaca por haberse consolidado a través de 9 ediciones, como un foro de referencia para debatir sobre los retos y oportunidades del sector, incluyendo la sostenibilidad, la innovación tecnológica y la adaptación al cambio climático. La Consejería participa activamente en estos espacios para promover prácticas agrícolas responsables y apoyar la transición hacia modelos productivos más sostenibles.
- Resulta además un evento único en España en esta materia, pues a diferencia de otros eventos relacionados con el sector hortofrutícola en Andalucía y España, tiene un carácter muy específico y especializado en los berries, lo que lo hace especialmente relevante y diferenciado.
- Sabiendo que su organizador prevé nuevamente un crecimiento en lo referido a valor publicitario de más del 15% esto implicaría un incremento del impacto económico del evento de casi 3 M de Euros. :

Por todo lo expuesto, la Consejería valora participar en la X edición de este evento de dimensión internacional y especializado en el sector de las berries, a través de la fórmula de Patrocinio Institucional, al amparo del art. 22 de la Ley 34/1988 de 11 de noviembre General de Publicidad.

Una fórmula de participación que implica su participación bajo la categoría “PATROCINADOR INSTITUCIONAL”.

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

Ficha técnica:

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 9 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kl7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Nombre	XI CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS 2025
Organiza	Organizado en exclusiva por GESTO CONSULTORES EN COMUNICACIÓN SL, con CIF B21394184
Carácter	Profesional internacional
Periodicidad	Anual
Modalidad	Formato Presencial
Lugar	Casa Colón -Huelva(España)
Fecha	18-19 de junio de 2025
Sectores	Sector de las berries de la UE(fresas, moras, frambuesas y arándanos...)
Perfil del visitante	Productores del sector berries y profesionales de la comercialización agroalimentaria del sector de frutos rojos frescos y transformados e industria derivada; organizaciones profesionales, comercializadoras y exportadores de frutos rojos de Andalucía, gran distribución, instituciones, medios de comunicación y otros profesionales del sector nacional e internacional.

La entidad FRESH HUELVA, con C.I.F. núm.G-21035324 y domicilio social en C/ Manuel Sánchez Rodríguez, 1 de Huelva, es propietaria única del evento CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS. Como tal y en virtud de acuerdo formalizado con la entidad denominada GESTO CONSULTORES EN COMUNICACIÓN SL, con C.I.F. núm. B21394184 y domicilio C/ Alonso Sánchez, 11 1ª 21003 de Huelva, tiene encomendada a la gestión con carácter de exclusividad tanto del espacio de suelo, de los servicios feriales y de la comercialización de todos los espacios y soportes publicitarios tanto presenciales como virtuales de dicho evento, a celebrar en Huelva con carácter anual. Dicha circunstancia se acredita por parte de la citada empresa mediante certificación – declaración responsable que queda incorporada como documento adicional no firmable **Anexo 3** al expediente de contratación del que es objeto esta Memoria.

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:

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 10 / 23
VERIFICACIÓN	NJyGwUT77274FblZQ13kl7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 "intuitu 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.

9. PLAZO DE EJECUCIÓN :

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 11 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kl7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



El plazo de ejecución se extenderá desde la fecha de formalización del contrato hasta el próximo 21 de julio 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 julio 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 **CUARENTA Y OCHO MIL CUATRO CIENTOS EUROS (48.400,00 €) 21% IVA INCLUIDO.**

CONCEPTOS DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL	IMPORTE
COSTES DIRECTOS ESTIMADOS DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL	
Patrocinio de una ponencia en Auditorio principal	14.000,00
1. Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de ésta	3.000,00
1.1 Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad	3.000,00
2. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	1.200,00
3. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales del evento, con mención a la marca	3.000,00
4. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	3.800,00
4.1 Vinculación de la marca al espacio patrocinado	1.800,00
4.2 Mención de la misma en todos los soportes del evento	2.000,00
5. Emisión de spot publicitario y mención de la marca por parte del conductor al inicio y al final de la actividad	3.000,00
5.1 Emisión de spot publicitario	2.500,00
5.2 Mención de la marca por parte del conductor de la actividad	500,00
Patrocinio de espacio Casa Colón de Huelva	16.000,00
1. Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de ésta	4.000,00
2. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	5.000,00
3. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la	7.000,00

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 12 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kl7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



misma en todos los soportes del evento

3.1 Vinculación de la marca al espacio patrocinado	2.000,00
3.2 Mención de la misma en todos los soportes del evento	5.000,00

Contraprestaciones Generales 6.000,00

1. Visibilidad e imagen de marca 2.000,00

2. Comunicación y difusión de actividades patrocinadas 3.000,00

3. Invitaciones y actos protocolarios 1.000,00

COSTES INDIRECTOS ESTIMADOS 1.600,00

Gastos generales de estructura (suministros, materias primas, arrendamientos, gastos de administración, etc) (estimado 4%) 1.600,00

BENEFICIO INDUSTRIAL (estimado 6%) 2.400,00

TOTAL BASE IMPONIBLE (€) 40.000,00

IVA 21% (€) 8.400,00

TOTAL (€) 48.400,00

El presupuesto base de licitación ha sido obtenido a partir de las tarifas que la entidad GESTO CONSULTORES EN COMUNICACIÓN SL, con CIF B21394184, en virtud del derecho de exclusiva que tiene sobre la organización y comercialización de todos los espacios y soportes publicitarios de dicho evento, 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.

Junto a lo anterior, cabe resaltar que el 10º Congreso Internacional de Frutos Rojos, se constituye como una acción estratégica para reforzar el apoyo al sector agroalimentario, motor de desarrollo económico de nuestra Comunidad Autónoma, al tratarse de un evento de referencia dentro de su sector. Si además tenemos en cuenta los resultados obtenidos en su edición 2024 (ver **Anexo 1**), con altísima presencia en medios tal como se puede observar en el Clipping de prensa (ver **Anexo 2**), podemos considerar que las previsiones de participación e impacto en medios y RRSS, referidos en el apartado quinto de la presente memoria justificativa y en el **Anexo 3**, están ampliamente respaldadas y hacen considerar su presupuesto como ajustado a los precios de mercado habituales para este tipo de acciones.

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:

1-Patrocinio de una ponencia en Auditorio principal (35,7%) Supone un 35,71% del presupuesto total.

El patrocinio exclusivo de esta ponencia asegura una plataforma de alto impacto para la promoción de los productos andaluces y la marca “Gusto del Sur”. Centrada en la realidad del sector y en la problemática an-

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 13 / 23
VERIFICACIÓN	NJyGwUT77274FblZQ13kI7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



te un escenario de subida de aranceles, problemas de incremento de costes, agua, insumos y otras problemáticas para abrirse a nuevos mercados .Así como ocasión para el debate y el análisis de las principales inquietudes, preocupaciones y retos del sector de los berries y una ocasión para visibilizar la fortaleza, unidad y la firme apuesta de todos sus actores por la sostenibilidad, la innovación y el compromiso social y económico con la provincia de Huelva. Se convertirá en una ocasión única para medios de comunicación, profesionales del sector y asistentes. La elección de dicha ponencia será consensuada previamente con AGAPA .Por su parte la atención de los asistentes, los medios de comunicación participantes e instituciones nacionales internacionales , 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 pymes andaluzas del sector de los berries.

2.Patrocinio de espacio | Casa Colón de Huelva Supone un 40% del presupuesto total. se consolida de esta forma como el principal evento en torno a los frutos rojos, con la asistencia de más de 1.600 personas, así como por la alta ocupación de su espacio expositivo, con más de medio centenar de firmas, que han nutrido con las principales novedades de sus productos y servicios las dos jornadas del evento.

Este espacio expositivo: con una previsión de ocupación de unos 50 stands de empresas expositoras proveedoras del sector: obtentores de variedades, maquinaria, I+D+i, transporte y logística, sistemas de innovación y un largo etcétera de firmas comerciales que encuentran en esta cita un espacio para la difusión de su productos y actividad y un punto de encuentro exclusivo con los productores y exportadores de los frutos rojos.

Para esta finalidad se habilitarán zonas específicas en los mismos jardines de la Casa Colón así como en el Patio de Guirnaldas, el Patio de Bolas y la Sala Tinto. Contará así mismo con un Escenario principal: en el mismo auditorio de la Casa Colón, con un aforo de 800 butacas, se impartirán los contenidos de mayor relevancia del panel técnico del Congreso como la conferencia inaugural, el acto de inauguración o cualquier otro contenido de relevancia como los referidos premios Fresa.

Las salas a A y B: con capacidad entre ambos espacios para unas 150 personas, destinadas a acoger conferencias técnicas, presentaciones comerciales y otros contenidos de interés para el sector de la mano de partners, expositores y patrocinadores del evento.

La Sala Odiel: destinada a los encuentros Be to Be y al programa de internacionalización y el Salón de brazos habilitado como lugar para encuentros institucionales y reuniones de alto nivel.

Todo ello supone un escenario de vital importancia para el desarrollo del Congreso dónde la Marca “Gusto del Sur” una vez más respaldará la innovación del sector ,los esfuerzos de comercialización y la apertura de nuevos mercados internacionales .

3.Contraprestaciones Generales. Suponen un 15% del presupuesto total. Incluirán:

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 14 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kI7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



. la Presentación del acuerdo como patrocinador institucional con Freshuelva que podrá ser presentado en el transcurso de un acto oficial que incluirá convocatoria a los medios de comunicación. Dicho acto podrá celebrarse en las instalaciones de la propia institución patrocinadora, también se podrá optar por comunicar este acuerdo a través de un comunicado de prensa.

- La Participación Intervención, si procede, de un representante de la institución en los actos determinados para tal fin como presentaciones oficiales, acto inaugural o clausura.

- Aplicación de marca con colocación del logotipo en todos los soportes y espacios disponibles relacionados con

celebración del 10º Congreso Internacional de Frutos Rojos compartiendo línea visual con Freshuelva y con el resto de patrocinadores institucionales y de primer rango.

- Presencia de marca en espacios y soportes como en la documentación oficial de presentación y comercialización del 10º Congreso Internacional de Frutos Rojos, en el photocall oficial, en el escenario principal y secundarios, en las pantallas de seguimiento, en la web del evento, programa de contenidos, cartelería oficial, materiales de difusión, en las notas y convocatorias a la prensa y en las piezas publicitarias online y offline salvo en cuñas radiofónicas.

Por todo lo anteriormente expuesto y teniendo en cuenta los datos de impacto de su pasada edición, 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

Todo ello y según unas estimaciones iniciales de un contexto favorable que indica una tendencia al alza en sus indicadores de cobertura mediática con un incremento del 10-15% en el número de noticias publicadas, alcanzando aproximadamente 800 referencias. Un valor publicitario con un crecimiento del 15%, con previsión de alcanzar casi los 2,8 millones de euros. Una audiencia que prevé superar los 70 millones de personas, con un aumento significativo en redes sociales y medios nacionales.

El motivo, por tanto, de optar por la fórmula del patrocinio institucional, frente al contrato publicitario y de difusión tradicional es que, a diferencia de éste, nos permite conectar con nuestro público objetivo (profesionales del sector de los berries con presencia de sus principales actores), a través de nuevas formas y canales de comunicación, 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, ya que la información es unilateral sin interacción entre cliente y marca. Interacción que se facilita con una presencia física y real en el propio evento que se desea apoyar, y que no podríamos alcanzar de ningún modo a través de una acción de publicidad y de difusión en medios exclusivamente.

En línea con el párrafo anterior cabe mencionar que, si bien son conocidas por este servicio proponente las conclusiones y recomendaciones que recoge el Informe de de Fiscalización de la actividad publicitaria y de

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 15 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kI7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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) 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 mantener y consolidar un evento como este Congreso Internacional de Frutos Rojos en Andalucía, no puede compararse, de ninguna manera, con el impacto que tendría invertir en una campaña publicitaria por el mismo importe, ya que el fin de esa campaña podría ser el de generar una marca, pero la reunión de más de 1.300 visitantes acreditados, entre profesionales productores, comercializadores, de los sectores de la distribución y HORECA, sin contar los no acreditados, como ponentes y autoridades, junto con las oportunidades comerciales y de internacionalización que de ello se derivan para las empresas expositoras andaluzas, sería algo completamente distinto. De igual modo, esta inversión también impacta directamente en el territorio y en la provincia de Huelva, al beneficiarse directamente, y en 2 días concretos, de la visita de estos profesionales y del gasto que realizarán durante su estancia. Este es el hecho diferencial por el cual, no se ha tenido en cuenta el realizar una comparativa entre ambos tipos de contrato que nos permitiera valorar cuánto costaría alcanzar el número de impactos previstos mediante contratos publicitarios y de difusión, a fin de poder apreciar una cierta proporción entre el coste del patrocinio y el valor del retorno publicitario.

11. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

El valor estimado del contrato asciende a **CUARENTA MIL EUROS (40.000,00 €), 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:

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 16 / 23
VERIFICACIÓN	NJyGwUT77274FblZQ13kl7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- 1 factura: correspondiente al 100% del importe de adjudicación, a la finalización del congreso patrocinado, cumplidas las contraprestaciones previstas y recibida la memoria final de conformidad.

14. FINANCIACIÓN.

OTROS FONDOS: La financiación se realizará con Fondos FEDER, dentro de la Medida/Categoría de Gasto Medida/Categoría de Gasto A411CD21AR - APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA ANDALUZA. Programa A4 PROGRAMA ANDALUCÍA FEDER 2021 - 2027. La tasa de cofinanciación es del 85% UE. Código de la operación: A411CD21AR0009, modificación del DECA en trámite.

Ejerc Efec Caja	Posición Presupuestaria	Importe (€)
2025	1239172000.G/71X/22616/00.A411CD21AR	48.400,00

15. PUBLICIDAD.

No procede.

16. PROPUESTA DE CRITERIOS DE SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA

La solvencia económica y financiera podrá acreditarse por los medios que se señalan en el apartado 1, que tendrán carácter alternativo:

1. Criterios de selección relativos a la solvencia económica y financiera del empresario

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 SESENTA MIL EUROS (60.000,00EUROS) (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.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 17 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kl7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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: NUEVE MIL SEISCIENTOS OCHENTA EUROS (9.680,00 EUROS) (21% IVA INCLUIDO).

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

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

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

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

- Disponibilidad de personal técnico cualificado para el manejo de los medios audiovisuales de los espacios Palacio Congresos Casa Colón, Salas Tinto y Odiel, Sala A, ubicada en Pabellón de Poniente de la Casa Colón y Pabellón de Levante, que se utilizarán para dar visibilidad a la marca a la Consejería a través de su marca de calidad “Gusto del Sur”.
 - 1 Técnico superior en producción de audiovisuales y espectáculos, responsable de sonido y vídeo que coordinará todo el personal técnico que se describe a continuación, así como la realización de presentaciones y proyecciones de los contenidos – ponencias patrocinadas por la Consejería en los diferentes espacios.

Personal Técnico Palacio de Congresos

- Director técnico/coordinador
- 2 técnicos de sonido
- 1 técnicos de iluminación
- 2 operadores de cámara
- 1 realizador señal VTR
- 1 realizador pantalla LED

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 18 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kI7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Personal Técnico Salas Tinto y Odiel

- Supervisor técnico
- 1 técnico de sonido/iluminación

Personal Técnico Sala A (Pabellón de Poniente)

- Supervisor técnico

Personal Técnico Salón de Brazos (Pabellón de Levante)

- Supervisor técnico

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

18. PROPUESTA DE CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN

SI. Condición de ejecución de tipo medioambiental. La empresa adjudicataria vendrá obligada a responsabilizarse de realizar una recogida selectiva de los residuos generados durante las ponencias, demostraciones, 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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 19 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kI7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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. 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. Es por ello que se podrá optar también por prestarse mediante retención en el precio, mediante 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

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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 20 / 23
VERIFICACIÓN	NJyGwUT77274FblZQ13kl7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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:

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

siendo,

Max= Puntuación máxima de la proposición económica

OMB= Oferta económica Más Baja (en euros)

Of= Oferta económica de la empresa (en euros)

22. UMBRAL MÍNIMO PARA CONTINUAR CON EL PROCESO SELECTIVO.

NO

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

SI

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

24. SUBCONTRATACIÓN. No procede.

25. PENALIDADES.

SI

- **Penalidades por cumplimiento defectuoso:**

En el supuesto que se produzca incumplimiento defectuoso y se cumplan solo parte de las obligaciones y/o contraprestaciones previstas en los apartados 3 y 4 del Pliego de Prescripciones Técnicas por causas imputables al adjudicatario, se penalizará conforme a lo siguiente:

- 1) **10%** Por la NO presencia de la marca y cofinanciación de los fondos FEDER en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de ésta.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 21 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kl7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- 2) **10%** Por la NO mención a la marca y cofinanciación de los fondos FEDER en los posts/contenidos colgados en la web del evento.
- 3) **10%** Por la NO publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales del evento, con mención a la marca y cofinanciación de los fondos FEDER.
- 4) **10%** Por la NO vinculación de la marca y cofinanciación de los fondos FEDER al espacio patrocinado y mención de las mismas en todos los soportes del evento.
- 5) **10%** Por la no emisión de spot publicitario y mención de la marca y cofinanciación de los fondos FEDER por parte del conductor al inicio y al final de la actividad.

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 3 o más incumplimientos de los anteriormente citados, el Órgano de Contratación podrá optar por la resolución del contrato a los efectos del artículo 211 f) LCSP

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

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.

- **Otros supuestos:**

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

26. PARÁMETROS OBJETIVOS PARA CONSIDERAR UNA OFERTA ANORMALMENTE BAJA.

No procede.

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

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

Están obligadas al uso de la factura electrónica las entidades relacionadas en el artículo 4 de la Ley 25/2013, de 27 de diciembre, que hayan entregado bienes o prestado servicios a la Administración de la Junta de Andalucía y a los entes indicados en el artículo 2.1 a), b), c) y d) de la presente Orden, sin perjuicio de lo regulado en la disposición transitoria. Se excluyen de dicha obligación las facturas cuyo importe sea de hasta 5.000 euros, y las emitidas por las personas o entidades proveedoras a los servicios

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 22 / 23
VERIFICACIÓN	NjyGwUT77274FblZQ13kI7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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/>.

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

Las facturas deberán ser remitidas al siguiente código DIR3:

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

Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible.

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^a 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):

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

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		08/05/2025 11:54:26	PÁGINA: 23 / 23
VERIFICACIÓN	NJyGwUT77274FblZQ13kI7O4U9zZ2H	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	