MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA LA LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL POR PARTE DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA DE LA XVII EDICIÓN DE LA FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS, "FRUIT ATTRACTION 2025", A CELEBRAR EN MADRID DEL 30 DE SEPTIEMBRE AL 2 DE OCTUBRE 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 XVII Edición de la Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas, "FRUIT ATTRACTION 2025", que se celebrará en Madrid del 30 de septiembre al 2 de octubre de 2025.

2. CÓDIGO GEXAP: 2025 478351

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:

- Laura Rivas Rodríguez. Técnica del Departamento de Promoción.
- Eva María Bernal Vela. Técnica del Departamento de Promoción.
- Inmaculada González González. Jefa del Departamento de Promoción.

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 de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural (en adelante, la Consejería), a la que se encuentra adscrita. Para ello, la Agencia, en el marco de la planificación y coordinación definido por la Consejería, 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. El presente proyecto se encuentra recogido dentro del Objetivo Estratégico 1. “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 especializado", concretamente en el Objetivo Operativo 3 “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 2024 incluye, en el marco del citado objetivo, dentro de la actuación "Asistencia técnica a la planificación, organización y participación en actividades de promoción, principalmente en materia agroalimentaria", un proyecto denominado, de forma específica, "Asistencia técnica a las acciones de promoción de la industria agroalimentaria y otras actuaciones, excepto las relacionadas con la ecológica".

El Servicio de Calidad y Promoción Agroalimentaria y Pesquera, a través del Departamento de Promoción, es el responsable, entre otros, del citado proyecto, que recogerá todas las tareas relacionadas con el “Plan de la DG Industrias, Innovación y Calidad 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 XVII Edición de la Feria FRUIT ATTRACTION, que se celebrará en Madrid del del 30 de septiembre al 2 de octubre de 2025., bajo la dirección, coordinación y supervisión de dicha Dirección General.

La Feria FRUIT ATTRACTION es una cita de referencia en el sector de frutas y hortalizas, un punto de encuentro profesional y el mejor foro de novedades y tendencias para todos los agentes del mercado hortofrutícola a nivel tanto nacional como internacional. Esta feria monográfica del sector hortofrutícola, organizada por FEPEX (Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas vivas) e IFEMA (Institución Ferial de Madrid), acoge anualmente a las asociaciones y empresas más importantes del sector, siendo una convocatoria ineludible para los operadores hortofrutícolas de todo el mundo y consiguiendo reunir en su cita anual en Madrid a toda la cadena de valor.

En sus dieciséis ediciones celebradas, FRUIT ATTRACTION se ha convertido en una herramienta comercial fundamental al servicio de la comercialización mundial de frutas y hortalizas.

Al celebrarse en el mes de octubre, un mes clave para la interacción entre la oferta y la demanda profesional de frescos a nivel mundial, permite planificar las campañas del siguiente año. Además, su situación geográfica en el sur de Europa posiciona estratégicamente a la feria como la puerta de entrada a Europa desde Hispanoamérica y África, convirtiéndola en la plataforma de comercialización hortofrutícola por excelencia del hemisferio norte, con una presencia cada vez mayor de comercializadores europeos.

Su crecimiento sostenido en dimensión, internacionalización e innovación la sitúa por encima de otras ferias competidoras, tanto en capacidad de negocio como en retorno institucional y visibilidad para las regiones participantes. Más del 90% de los expositores y del 95% de los visitantes repiten cada año; por ello FRUIT ATTRACTION se afianza como uno de los principales eventos mundiales del sector hortofrutícola.

En resumen, FRUIT ATTRACTION no es solo una feria, sino una plataforma de negocio, posicionamiento institucional e innovación transversal, lo que la convierte en la mejor opción para canalizar la inversión pública orientada a la promoción internacional del sector hortofrutícola.

Destacamos algunas de las cifras de **FRUIT ATTRACTION 2024**:

FERIA INTERNACIONAL DE FRUTAS Y HORTALIZAS 2024	
Expositores	**2.201**
Expositores internacionales	**990**
Países de origen expositores	**59**
Superficie de exposición	**70.254 m²**
Visitantes	**117.370**
Visitantes internacionales	**57.511**
Países de origen visitantes	**135**
Compradores	**Más de 700**
Compradores internacionales	**683**
Países de origen compradores	**64**

FRUIT ATTRACTION 2024 se desarrolló con cifras récord, superando las ediciones anteriores: más de 2.200 expositores (10% más que la edición 2023), más de 70 mil metros ocupados (10% más que la edición 2023) y una afluencia de 117.370 visitantes (13% más que en la edición 2023).

La presencia internacional fue especialmente destacada: Participaron 990 expositores internacionales (45% del total de expositores) provenientes de 59 países. Asimismo, el número de visitantes internacionales tuvo un incremento del 24% respecto a la edición anterior, llegando a los 57.511 visitantes extranjeros originarios de más de 130 países. En cuanto a los compradores, destacar que el 97,57% de la edición 2024 fueron extranjeros

La atención mediática puso de manifiesto la relevancia de este evento, con un total de 669 periodistas acreditados, procedentes de medios nacionales (565) e internacionales (104).

Atendiendo al retorno de la comunicación del evento, los datos de la pasada edición ponen de manifiesto que FRUIT ATTRACTION tiene una importante presencia en los diferentes medios, destacando en la edición 2024:
- Hubo 891 menciones en prensa, 24 menciones en televisión 23 menciones en radio y 5.174 visitas a la web. Con todo ello se alcanzó una audiencia de 30.540.390.
- Respecto a las redes sociales (Facebook, Instagram, X y Linkedin), se consiguieron 1.554.230 impresiones, aumentando las interacciones en un 894,73% respecto a la edición anterior.
Todos estos impactos en medios alcanzaron un valor económico de 29.203.100 €, lo que representa un incremento del 10,2% respecto al de 2023.

A la hora de valorar la conveniencia de patrocinar la XVII Edición de FRUIT ATTRACTION, 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 su marca, tanto con su presencia en un evento que, al ser uno de los escaparates agroalimentarios del sector hortofrutícola 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 todas sus comunicaciones.

Se trata además de un público altamente segmentado. El público asistente a FRUIT ATTRACTION es muy especializado, lo que garantiza un mayor impacto en el retorno publicitario del patrocinio.

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 publicitarios contratados, la marca Andalucía estará presente de forma constante durante la feria, llegando a un público altamente especializado y potencialmente interesado en los productos hortofrutícolas que ofrece la región.

- 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 hortofrutícola, generar empleo de calidad y fortalecer la posición de los productos andaluces en el mercado exterior.

Por lo tanto, nos encontramos en un escenario inmejorable para dar visibilidad a Andalucía y, a las empresas andaluzas expositoras en la feria entre los profesionales del sector.

Para ello, la Consejería plantea el patrocinio Institucional de la XVII Edición de la Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas, FRUIT ATTRACTION 2025. Las contraprestaciones del patrocinio implican, entre otros, la presencia en los diferentes espacios y soportes, tanto físicos como digitales, con los que cuenta el evento, asegurando la correcta difusión de los mensajes publicitarios a lanzar.

FICHA TÉCNICA DE LA FERIA:

Nombre	XVII Edición de la Feria Internacional del Sector de Frutas y Hortalizas, FRUIT ATTRACTION 2025.
Lugar de celebración	IFEMA (Institución Ferial de Madrid). Pabellones 2 a 14/ Plataforma Tecnológica FRUIT ATTRACTION LIVECONNECT
Fecha	Del 30 de septiembre al 2 de octubre de 2025
Periodicidad	Anual
Modalidad	Modalidad: Formato híbrido Presencial y On line

Carácter	Profesional, nacional e internacional.
Sector	Frutas, hortalizas, industria auxiliar y floricultura
Perfil del expositor	Empresas y entidades profesionales del sector hortofrutícola
Página web	https://www.ifema.es/fruit-attraction

IFEMA, INSTITUCIÓN FERIAL DE MADRID, (en adelante IFEMA) con **CIF Q-2873018-B**, es la entidad organizadora y única comercializadora de todos los espacios y soportes publicitarios tanto presenciales como virtuales de la Feria FRUIT ATTRACTION. Dicha circunstancia se acredita por parte de la citada entidad mediante certificación de fecha 17 de julio de 2025, incorporada como Anexo I a la presente Memoria.

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.

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

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

Plazos parciales:

1. Patrocinio del evento: Desde la firma del contrato hasta la finalización del evento patrocinado, el 2 de octubre de 2025, y cumplidas las contraprestaciones previstas.
2. Presentación de la memoria final: Desde la finalización del evento hasta el 3 de noviembre 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 **DOSCIENTOS MIL EUROS (200.000,00 €)**, 10% IVA incluido.

CONCEPTO	BASE IMPONIBLE (EUROS)
COSTES DIRECTOS ESTIMADOS	
1. Contraprestaciones generales	**65.000,00 €**
Fomento de la participación de las empresas andaluzas. Plan Conecta.	*44.000,00 €*
Generación y publicación de notas de prensa	*6.000,00 €*
Promoción especial de productos andaluces: Campaña en Redes Sociales para la promoción de la patata	*5.000,00 €*
Promoción especial de productos andaluces: Campaña en Redes Sociales para la promoción de la fresa	*5.000,00 €*
Promoción especial de productos andaluces: Acción especial promoción del tomate: "Degustación de variedades" en el Buyer's Lounge.	*5.000,00 €*
2. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de Andalucía en el Buyers Lounge.	**3.800,00 €**
Protagonismo en la sala de compradores internacionales "Buyers Lounge sponsored by Andalucía"	*2.000,00 €*
Presencia de la marca de la Junta de Andalucía como patrocinadora, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER, en toda la señalética que indique la ubicación de la sala de compradores	*1.000,00 €*
Presencia de la marca de la Junta de Andalucía como patrocinadora, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER en la entrada al pabellón para indicar la ubicación de la sala de compradores	*800,00 €*
3. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de Andalucía en Plató de TV – Actividades del Tomate.	**5.000,00 €**
Presencia destacada de la marca de la Junta de Andalucía como patrocinadora, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER, en la decoración del Plató de TV.	*1.000,00 €*
Denominación de la sección como "Fruit TV sponsored by Andalucía".	*2.000,00 €*
Presencia de la marca de la Junta de Andalucía como patrocinadora, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER, en dos grandes carteles en las entradas desde los pabellones 7 y 9.	*2.000,00 €*
4. Contraprestaciones relacionadas con la presencia destacada de Andalucía en Charging Station.	**4.000,00 €**
Naming de la Charging Station "Charging station sponsored by Andalucía"	*2.000,00 €*
Personalización del espacio con los colores y la imagen de marca de Andalucía	*500,00 €*
Presencia de la marca de la Junta de Andalucía, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER, en la señalética del área	500,00 €
Presencia de la marca de la Junta de Andalucía como patrocinadora, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER, en lona colgada del techo	1.000,00 €
5. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de Andalucía en la Sala de Prensa.	**3.000,00 €**
Protagonismo en el espacio como "International Press Center sponsored by Andalucía".	*2.000,00 €*
Personalización de la Sala de Prensa con los colores y la imagen de marca de Andalucía	*1.000,00 €*
6. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de Andalucía en Taxis en Madrid.	**6.000,00 €**
Cubre-cabeceros con presencia de la marca de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER en flota de 800 taxis	*6.000,00 €*
7. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de Andalucía en soportes físicos de la feria.	**52.022,00 €**
Pantalla gigante de proyección en el acceso principal (proyección de vídeo promocional)	*12.910,00 €*
Pantallas de proyección situadas en accesos Norte y Sur (proyección de vídeo promocional)	*2.712,00 €*
Cartel en acceso Sur	*7.000,00 €*
Cartel en arco de entrada de acceso Este y Sureste	*7.000,00 €*
Columnas en el acceso Sur (4)	*4.000,00 €*
Columnas en el acceso Norte (4)	*4.000,00 €*
Vinilo gigante personalizado sobre la entrada del pabellón 9	*3.500,00 €*
Vinilos en el pasillo central del pabellón 9 (4)	*2.400,00 €*
Vinilos pasillo rodante (4)	*4.000,00 €*
Escaleras mecánicas que dan acceso al Business Center (2)	*2.000,00 €*
Cartel destacado en el hall de acceso Norte	*2.000,00 €*
Cartelería general	*500,00 €*
8. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de Andalucía en soportes digitales de la feria	**14.326,74 €**
Masterhead: Banner personalizado con la marca de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER	*3.500,00 €*
Logo de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal en la Home	*500,00 €*
Módulo en la web de Fruit Attraction con información e imagen proporcionada por la Junta de Andalucía	*1.500,00 €*
Banner de Andalucía personalizado en, al menos, 4 Newsletters enviadas a la base de datos de FRUIT ATTRACTION.	*2.000,00 €*
Fruit Attraction Live Conect	*826,74 €*
Presencia de Andalucía en invitación digital de expositores y visitantes	*4.000,00 €*
Anuncio a color de Andalucía en guía del visitante	*2.000,00 €*
COSTES INDIRECTOS ESTIMADOS	**9.188,92 €**
Gastos generales de estructura (suministros, materias primas, arrendamientos, etc)	9.188,92 €
BENEFICIO INDUSTRIAL (estimado 12%)	**19.480,52 €**
TOTAL BASE IMPONIBLE (€)	**181.818,18 €**
IVA (10%)	**18.181,82 €**
TOTAL (€)	**200.000,00 €**

El presupuesto base de licitación ha sido obtenido a partir de las tarifas que la entidad propietaria y organizadora del 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.

Asimismo, se han aportado al expediente de contratación del que es objeto esta memoria, datos y 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 de a los precios de mercado habituales para este tipo de acciones. (Anexo II: Informe de prensa FRUIT ATTRACTION 2024 y Anexo III: Informe Dimensión y retorno publicitario FRUIT ATTRACTION 2024).

Cabe destacar que la valoración del impacto económico total del evento para 2024 que se señala en uno de los informe anteriormente citados superó los 29M€, muy superior al del valor estimado del patrocinio del que es objeto la presente memoria justificativa.

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

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 OCHENTA Y UN MIL OCHOCIENTOS DIECIOCHO EUROS CON DIECIOCHO CÉNTIMOS DE EURO** (181.818,18 €).
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, tras la recepción de la correspondiente factura, una vez finalizado el evento patrocinado cumpliendo las contraprestaciones previstas y entregada 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.

Ejerc Efec Caja	Posición Presupuestaria	Importe (€)
2025	1439172000.G/71X/22616/00.A411CD21AR	200.000,00€

Operación: A411CD21AR0012

15. PUBLICIDAD.

No procede.

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

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

1. Volumen anual de negocios, de la persona licitadora o candidata que, referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos concluidos deberá ser al menos igual al valor estimado del contrato, esto es, **CIENTO OCHENTA Y UN MIL OCHOCIENTOS DIECIOCHO EUROS CON DIECIOCHO CÉNTIMOS DE EURO (181.818,18 €) (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: **TREINTA Y SEIS MIL TRESCIENTOS SESENTA Y TRES EUROS CON SESENTA Y CUATRO CÉNTIMOS DE EURO (36.363,64 €) (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 del personal técnico cualificado para realizar la elaboración de newslettter, difusión de

contenido sobre el patrocinio institucional en la web de FRUIT ATTRACTION y la realización de las campañas de promoción en redes sociales sobre los segmentos de público objetivo. El equipo técnico deberá contar con al menos un profesional con titulación superior con experiencia y formación en periodismo o Publicidad y RRPP.

El anterior criterio se justifica en función de la naturaleza el objeto del contrato, el cual requiere de una necesaria especialización y experiencia por parte de la empresa adjudicataria, de cara a la buena 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 en la sala de compradores y sala de prensa, 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 mediante fotografías u otros justificantes. 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, logrando una mayor concienciación de los proveedores y mejorando, en definitiva, la imagen que se proyectará en los destinatarios finales de la acción.

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.

Dicha garantía definitiva se constituirá preferentemente mediante retención en el precio, 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**

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 3 del Pliego de Prescripciones Técnicas por causas imputables al adjudicatario, se penalizará conforme a lo siguiente:

1) **2%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la **NO generación y publicación de dos notas de prensa** sobre la participación de Andalucía como patrocinadora principal de FRUIT ATTRACTION 2025.
2) **10%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la **NO realización de las acciones de promoción especial de productos andaluces** (campañas de comunicación y promoción de la patata y la fresa y acción especial de la promoción del tomate en el Buyer's Lounge)
3) **10%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la **NO realización de la acción promocional de visibilidad de de Andalucía en Taxis en Madrid.**
4) La falta de aparición de la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora y/o de los Fondos FEDER (salvo imposibilidad de aplicación de todos los logos juntos en algunos soportes por tamaño y previo acuerdo con AGAPA), en los soportes o acción devendría en el **"No" pago de la totalidad del soporte/s publicitario/s o acción patrocinada en cuestión.**

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 marca de la Junta de Andalucía como patrocinadora, y/o la de los Fondos FEDER como cofinaciadora, no apareciera en cinco o más de los soportes establecidos en el contrato (salvo imposibilidad de aplicación de todos los logos juntos en algunos soportes por tamaño y previo acuerdo con AGAPA), o si la NO presencia o vinculación de "la marca" diera lugar a una penalidad superior al 20%, **el Órgano de Contratación podrá optar por la resolución del contrato.**

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.

PUEF (Punto General de Entrada de Facturas Electrónicas de la Comunidad Autónoma de Andalucía):

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 Calidad y Promoción Agroalimentaria y Pesquera.

29. PROPUESTA DE LA PERSONA RESPONSABLE DEL CONTRATO.

Se propone como responsable del contrato a la Jefa de Servicio de Calidad y Promoción Agroalimentaria y Pesquera, Dª Gemma Enríquez San Nicolás.

Vinculada a AGAPA:

☒**SÍ**

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.
- Laura Rivas Rodríguez. Técnica del Departamento de Promoción.
- Eva María Bernal Vela. Técnica del Departamento de Promoción.

EL SUBDIRECTOR DE PROMOCIÓN, CONSULTORÍA Y ACTUACIONES SIG

Fdo: Leopoldo Gómez de Lara Caro

ANEXO I

CERTIFICADO DE EXCLUSIVIDAD. FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE FRUTAS Y HORTALIZAS, ATTRACTION

Daniel Martínez Rodríguez
Vicepresidente Ejecutivo

D. Daniel Martínez Rodríguez, con D.N.I. núm. 50.746.169-G, en representación de la Institución Ferial de Madrid, en lo sucesivo "IFEMA MADRID", en su calidad de Apoderado; según poder otorgado ante el Notario de Madrid D. Vicente de Prada Guaita, de fecha 19 de abril de 2024, con los números 488 y 489 de orden de su protocolo.

CERTIFICA:

Que Institución Ferial de Madrid - IFEMA MADRID, con número de N.I.F. Q2873018B, es la única organizadora y comercializadora del espacio de la Feria FRUIT ATTRACTION, que se celebra con carácter anual en las instalaciones de que dispone IFEMA MADRID, y cuya próxima edición está previsto celebrar durante los días 30 de septiembre a 2 de octubre de 2025.

Y para que así conste, y a petición de la Junta de Andalucía, se expide el presente certificado en Madrid a fecha de firma electrónica

Firmado por ***4616** CARLOS DANIEL MARTINEZ (R: ****3018*) el día 17/07/2025 con un certificado emitido por AC CAMERFIRMA FOR NATURAL PERSONS - 2016

Daniel Martínez Rodríguez

ANEXO II

INFORME DE PRENSA DE FRUIT ATTRACTION 2024

Se adjunta al expediente como documento independiente a la presente memoria por su tamaño

ANEXO III

INFORME DIMENSIÓN Y RETORNO PUBLICITARIO FRUIT ATTRACTION 2024

Se adjunta al expediente como documento independiente a la presente memoria por su tamaño