

MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL POR PARTE DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL DE LA FERIA INTERNACIONAL DE PLANTA Y FLOR, PAISAJISMO, TECNOLOGÍA Y BRICOJARDÍN (IBERFLORA 2025), A CELEBRAR EN VALENCIA DEL 14 AL 16 DE OCTUBRE DE 2025.

La presente memoria justificativa sustituye a la firmada con fecha 9 de julio de 2025, tras incorporar las consideraciones jurídicas del INFORME AJ-GAPA 2025/59, 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 FERIA INTERNACIONAL DE PLANTA Y FLOR, PAISAJISMO, TECNOLOGÍA Y BRICOJARDÍN (IBERFLORA 2025), A CELEBRAR EN VALENCIA DEL 14 AL 16 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 Feria Internacional de Planta y Flor, Paisajismo, Tecnología y Bricojardín IBERFLORA 2025, que se celebrará en el Recinto Ferial Avenida de las Ferias s/n de Valencia, del 14 al 16 de octubre de 2025.

2. CÓDIGO GEXAP.

CONTR 2025 338103

3. CÓDIGO CPV.

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

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. Técnica del Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible.

5. JUSTIFICACIÓN DEL CONTRATO:

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

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 1 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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

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

(d) En materia de promoción y comunicación:

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

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

Por otra parte, el C.P.G. establece en su apartado 3, los Objetivos Estratégicos (OE) y Operativos (OO) que deberán presidir y dar cobertura necesaria a la gestión de AGAPA durante los próximos años. Entre ellos, está el Objetivo Estratégico *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.

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

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 2 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Entre las acciones previstas, el citado Plan contempla la participación en la *Feria Internacional de Planta y Flor, Paisajismo, Tecnología y Bricojardín IBERFLORA 2025*, bajo la dirección, coordinación y supervisión de dicha Dirección General.

Andalucía es líder nacional en la exportación de flores y plantas vivas ornamentales. La producción de flores y plantas constituye un sector significativo de la economía agraria y comercial andaluza dado su porcentaje de participación en la producción final agraria, su contribución a la balanza comercial, su alta capacidad de generación de empleo y su posición competitiva en el mercado comunitario.

La agroindustria es un sector de primera magnitud en la economía andaluza que en los últimos años, se ha visto afectada por los efectos de la crisis económica motivada por la pandemia del COVID - 19 y, más recientemente, por la crisis derivada del encarecimiento de los insumos (materia prima, combustible, etc.) y los efectos de la guerra de Ucrania. Ello ha implicado, entre otras, una disminución del número de empresas y del empleo generado.

Andalucía es la segunda comunidad autónoma más exportadora de plantas vivas y productos de floricultura, sin embargo, a nivel de internacionalización, se trata de un sector que aún tiene mucho margen de crecimiento y potencialidad con la apertura de nuevos mercados. En el sector se da un predominio de empresas de pequeña dimensión que han resultado particularmente afectadas por la gravedad de la actual crisis, problemática que se une a la escasa proyección de las empresas en el mercado exterior.

En los últimos años la exportación de plantas y flores ornamentales andaluzas ha crecido considerablemente, lo que demuestra la excelente aceptación de las plantas y flores andaluzas en los mercados exteriores, y que nuestra comunidad esté considerada actualmente como una de las de mayor potencial de crecimiento en Europa en la exportación de plantas ornamentales. Este potencial se apoya en la calidad, frescura, método de cultivo y atractivo exterior de la producción andaluza.

Con la participación en la Feria Internacional de Planta y Flor, Paisajismo, Tecnología y Bricojardín, IBERFLORA 2025, se espera dar visibilidad al sector verde (sectores de planta y flor, cuidado del jardín, floristería, maquinaria e instalaciones, etc) de Andalucía en el ámbito nacional e internacional, apoyando su capacidad de internacionalización, ámbito en el que aún hay mucho margen de crecimiento y potencialidad con la apertura de nuevos mercados.

La presencia de Andalucía en eventos regionales, nacionales, europeos e internacionales vinculados con la promoción de la calidad y frescura de la producción de las plantas y flores, es un instrumento de valor para el modelo de negocio de las empresas andaluzas y para su visualización en los mercados, en tanto en cuanto supone incrementar la competitividad de este sector respecto a otras zonas productoras mundiales. Es por ello, que la asistencia de las empresas andaluzas y el acompañamiento por parte de la Administración Pública merece una atención especial para su desarrollo económico y por ende de Andalucía.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 3 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



De ahí, que estos eventos especializados, sean considerados soportes promocionales y de comunicación de máximo interés al facilitar la difusión de la oferta andaluza de estos productos, una de las principales prioridades que tiene el sector y un instrumento clave para su mantenimiento y desarrollo futuro.

IBERFLORA es además el gran evento profesional del sector verde en Europa y referente entre las ferias de dedicadas a la flor y la planta. La feria, de carácter internacional, se presenta como un punto de encuentro imprescindible con la mayor oferta comercial y formativa dentro del negocio de la planta, flor ornamental y paisajismo del calendario profesional del sector.

Desde su primera edición en 1972, el perfil del visitante profesional ha ido ampliándose de manera imparable hasta acoger a la totalidad de operadores que componen lo que hoy conocemos como “sector verde”. Su trayectoria con más de 50 años avalan un evento que convierte a la capital valenciana, durante unos días, en lugar de encuentro y dinamización para todos los profesionales del sector, haciendo de IBERFLORA un auténtico epicentro mundial del sector de plantas y flores ornamentales.

En IBERFLORA exponen todo tipo de empresas que operan en los sectores de planta, cuidado del jardín, utensilios y herramientas, decoración y mobiliario exterior, floristería, maquinaria e instalaciones.

Por su parte IBERFLORA se posiciona como la mejor opción para que la Consejería invierta en la promoción del sector de planta y flor de la región debido a varias razones:

- Enfoque en el mercado nacional: Alcance directo al mercado español, que es un consumidor clave para los productos andaluces y adaptación a las necesidades del mercado.
- Reputación y trayectoria: Iberflora cuenta con una larga trayectoria y una sólida reputación en el sector, lo que atrae a un público cualificado y comprometido.
- Sinergia con el sector agrario andaluz: La feria se alinea con la estrategia de promoción del sector agrario andaluz, contribuyendo a fortalecer la imagen de la región como productora de calidad.
- Adaptación a las tendencias del mercado: La feria es un escaparate para las últimas novedades y tecnologías del sector, lo que permite a las empresas andaluzas estar al día de las tendencias del mercado, tanto en sostenibilidad como en innovación.
- Relación calidad – precio: La inversión en Iberflora suele generar un mayor retorno en términos de contactos comerciales y oportunidades de negocio, en comparación con otras ferias internacionales.

A diferencia de otros eventos del sector celebrados IBERFLORA destaca por:

- Ser el principal evento nacional e internacional del sector verde y la feria más importante de plantas, flores, paisajismo, jardinería, tecnología y bricojardín de España y una de las más relevantes a nivel europeo.
- Ser una oportunidad de promoción del sector andaluz como una de las comunidades con mayor producción y exportación de plantas ornamentales, flor cortada y productos de vivero en España.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 4 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- Lograr la conexión con agentes clave del sector al reunir a un público altamente profesional: productores, distribuidores, importadores, paisajistas, responsables de áreas verdes urbanas, etc. facilitando además:
 - alianzas estratégicas.
 - acceso a nuevos canales de distribución.
 - difusión de políticas públicas y programas de apoyo al sector.
- Resultar un apoyo a la sostenibilidad y al modelo verde andaluz orientado a la sostenibilidad, la innovación y la lucha contra el cambio climático y permitiendo:
 - Mostrar el compromiso de Andalucía con un modelo productivo verde y circular.
 - Impulsar la imagen de la comunidad como referente en producción sostenible.
- Suponer un mayor retorno institucional y mediático al gozar de gran repercusión mediática y de afluencia internacional, lo que se traduce en un mayor retorno en términos de imagen institucional y posicionamiento de Andalucía como potencia agroambiental.

Por todo ello, atendiendo a lo anteriormente expuesto y a modo de resumen, la participación en IBERFLORA 2025 ofrece a la Consejería de Agricultura una plataforma única, muy superior a la que pueden proporcionar otros eventos del sector en el ámbito nacional, para alcanzar:

1. **Reconocimiento Internacional:** IBERFLORA es uno de los eventos más importantes en el sector de la floricultura, plantas y jardinería en Europa y Latinoamérica, lo que brinda una plataforma con mayor alcance y prestigio internacional.
2. **Oportunidades de Networking:** Participar en IBERFLORA permitirá conectar con profesionales, productores, distribuidores y compradores de diferentes países, ampliando la red de contactos y potenciales negocios.
3. **Visibilidad de Marca:** La participación en un evento de esta magnitud aumenta la visibilidad de marca y de nuestro sector frente a un público especializado y de alto nivel, lo que puede traducirse en nuevas oportunidades comerciales.
4. **Impacto y Credibilidad:** La participación en un evento reconocido internacionalmente puede tener mayor impacto y credibilidad que otros eventos nacionales, ayudando a posicionar mejor nuestro sector y empresas vinculadas en el mercado global.
5. **Oportunidades de Formación y Capacitación:** Además de la exposición, IBERFLORA ofrece conferencias, talleres y seminarios que aportan valor añadido a tu participación.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 5 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Durante tres intensas jornadas, IBERFLORA ofrece un escenario para presentar y conocer las últimas tendencias, innovaciones y tecnologías en el sector, manteniéndose a la vanguardia del mercado a través de su extensa agenda de charlas formativas, jornadas técnicas profesionales, demostraciones de productos únicas.

El profesional que visita la feria puede encontrar además exhibiciones, áreas temáticas, exposiciones y performances especiales dedicadas a las más diversas variedades de planta y flor. Además, la celebración paralela de Iberflora Innovación supone una oportunidad única de estar a la última en producto, servicios y tendencias en el negocio del sector verde, siempre de la mano de Asociaflor- Asociación Andaluza de Viveristas y Floricultores, encargada de organizar y coordinar la participación andaluza, integrada en su práctica totalidad por empresas asociadas.

CIFRAS DE PARTICIPACIÓN E IMPACTO ECONÓMICO IBERFLORA 2024

En cuanto a las cifras de asistencia de la edición 2024 (Anexo II)

Más de 10.500 visitantes presenciales nacionales y más de 800 internacionales así como, 57 medios acreditados.

El impacto mediático de IBERFLORA 2024 se ha medido evaluando los distintos canales en los que ha tenido difusión. Se ha analizado el impacto en noticias TV, radio, prensa online y prensa impresa. Con los datos expuestos en la siguiente tabla:

		Noticias TV	Radio	Prensa on line	Prensa impresa
2024	Noticias	3	5	248	97

Por su parte el seguimiento en RRSS:

		Facebook	Instagram	Lidkedin	X(Twitter)
2024	Seguidores	6.575	7.033	1.628	4.115
	Alcance	728	1258		
	Impresiones	762	1413		
	Clics	78	78 likes		
	Reacciones	18			

Como se puede observar en la tabla, el impacto total económico que ha recibido Valencia, por ser la sede del evento de IBERFLORA 2024 y teniendo en cuenta la valoración económica en medios de 510.000€ esperándose para 2025 llegar a 570.000€.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 6 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



En lo que respecta a la previsión de impacto para la edición de 2025, la organización de IBERFLORA aspira a incrementar los valores de impacto de audiencia hasta 420 millones frente a 374 millones suponiendo un incremento del 15%. Constatándose por tanto la progresión ascendente de sus resultados desde su creación 1990. En la siguiente tabla se exponen desagregadas las previsiones anteriormente indicadas (Anexo IV):

PREVISIONES DEL IBERFLORA 2025	
VALORACIÓN DE PRESENCIA EN MEDIOS:	540.000 € aproximadamente
AUDIENCIA: REDES SOCIALES (ALCANCE): + de 3000	+ 380 millones de impactos en audiencia potencial
REDES SOCIALES (ALCANCE):	150k visualizaciones, 1.500 alcance /día
ASISTENCIA ESPERADA*	+15.000 visitantes (+10%)

*La edición de 2024 coincidió con la Feria Eurobrico por lo que el número de visitantes se incrementó. En 2023 registró 11.577 visitantes

Hacemos una comparación en porcentaje con los obtenidos de la edición anterior:

	2024	2025	PORCENTAJE RESPECTO A EDICIÓN ANTERIOR
Nº noticias publicadas	350	400	+14%
Impactos de audiencia:	374 millones de impactos (audiencia potencial)	+ 420 millones de impactos en audiencia potencial	+15% aprox
Valoración económica(€): Espacio dedicado por los medios	510.000 €	570.000€ aproximadamente	+10%
ALCANCE EN RRSS	146 K visualizaciones 1272 alcance/día	150K visualizaciones 1500 alcance día	+17% alcance día

Con la realización de esta operación se espera dar visibilidad al sector verde de Andalucía en el ámbito internacional, apoyando su capacidad de internacionalización y el acercamiento a clientes y agentes potenciales necesarios para las relaciones internacionales que pretenden llevar a cabo.

En este sentido es importante reiterar la posición de la comunidad andaluza dentro del sector. Andalucía es la principal región exportadora en el sector de la flor y planta viva, y la segunda incluyendo a la flor cortada. De ahí, que estos eventos especializados, sean considerados soportes promocionales y de comunicación de máximo interés.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 7 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Se debe prestar atención al interés cada vez mayor por las pymes del sector a asistir y participar bajo el paraguas de la Junta de Andalucía a estos eventos con actividades con las que refuerzan los valores y la calidad de las producciones, valores que repercuten positivamente en su desarrollo económico y por ende, de Andalucía, logrando la mejora de la competitividad del sector verde andaluz para que se consolide como un importante motor de generación de riqueza y empleo y contribuyendo a fijar la población al territorio rural y generar empleo de calidad.

Con esta acción concreta se desea aprovechar la relevancia para el sector andaluz de planta y flor, a nivel nacional e internacional, de un evento como IBERFLORA, para llevar a cabo una promoción en el mismo al constituirse como herramienta de apoyo para incrementar el grado de internacionalización de las pymes andaluzas, ayudándolas a superar las barreras a las que se enfrentan para comercializar en el exterior. Esto permitirá incrementar el grado de internacionalización del sector, generar empleo de calidad y fortalecer la posición de las plantas y flores andaluzas en el mundo.

La Consejería de Agricultura ha participado en diversas ediciones. Para el planteamiento de participación de la Consejería en la edición 2025 al igual que en la edición pasada, se propone la contratación de un Patrocinio Institucional al amparo del art. 22 de la Ley 34/1988 de 11 de noviembre General de Publicidad. Para ello, se han tenido en consideración los antecedentes de esta feria, y los principales factores de diferenciación con respecto a eventos profesionales de similar naturaleza ya expuestos en párrafos anteriores, que se ha convertido en un auténtico epicentro mundial del sector de plantas y flores.

Desde su primera edición, la Feria ha ido creciendo exponencialmente tanto en el número de expositores, profesionales y servicios ofrecidos, como en el de visitantes que recorren sus instalaciones con en su edición 2024 (93 % nacional y 7% internacional). Se prevé por tanto un alto alcance y repercusión en las acciones objeto de patrocinio, contribuyendo de este modo a un mayor retorno de la inversión.

FICHA TÉCNICA DE LA FERIA:

Nombre	54 edición de la Feria Internacional de Planta y Flor, Paisajismo, Tecnología y Bricojardín, IBERFLORA 2025
Lugar de celebración	Valencia (Feria Valencia)
Fecha	Del 14 al 16 de octubre de 2025.
Periodicidad	Anual
Modalidad	Modalidad Presencial
Carácter.	Profesional, nacional e internacional
Sector	Planta y Flor, Paisajismo, Tecnología y Bricojardín
Perfil del expositor	Perfil del expositor: En lo alto del ranking se sitúan los viveros con punto de venta, con un 22%, seguidos de los profesionales de la jardinería y el paisajismo (17%) y los viveros productores (10%).

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 8 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Perfil del visitante	Profesionales de centros de Jardinería y empresas de mantenimiento, jardinería y paisajismo y servicios, floristerías y técnicos y representantes de las Administraciones Públicas. Público en general
Página web	https://iberflora.feriavalencia.com/

La SOCIETAT VALENCIANA FIRA VALÈNCIA, SA. (en adelante, FERIA VALENCIA, con CIF A72668536, es la entidad organizadora del certamen IBERFLORA - Feria Internacional de Planta, Flor, Paisajismo, Tecnología y Bricojardín y la única entidad con capacidad para gestionar el espacio de suelo, servicios, soportes y señalética, así como soportes digitales, en dicho certamen comercial. Dicha circunstancia se acredita por parte de la citada entidad mediante certificación de fecha 30 de abril de 2025, incorporada como **Anexo I** a la presente Memoria.

Así mismo a tenor de los Estatutos de la citada entidad, que se incorporan como **Anexo II** a este expediente, ésta tiene como objeto social (Artículo 4) en sus términos más amplios, promocionar, programar, crear, controlar y coordinar las ferias comerciales autorizadas y declaradas internacionales, de acuerdo con lo previsto en la normativa vigente, así como las ferias comerciales oficiales, de carácter local, provincial, autonómico o nacional.

6. TIPO DE CONTRATO.

☒ Contrato privado

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

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

En función de su régimen jurídico de derecho comunitario:

☒ Contratos NO sujetos a regulación armonizada.

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

☒ Contratos privados

7. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN

☒ Procedimientos no ordinarios (en supuestos tasados):

☒ Negociado sin Publicidad.

☐ Tramitación de urgente.

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

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

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 9 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



«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

El plazo de ejecución se extenderá desde la fecha de formalización del contrato hasta el próximo 17 de noviembre de 2025, no existiendo posibilidad de prórroga.

Plazos parciales:

1. Desde la firma del contrato hasta el 16 de octubre de 2025, con la celebración de la 54 edición de IBERFLORA 2025 y ejecutados los trabajos de conformidad.
2. Presentación de la memoria final: desde la finalización del evento hasta el 17 de noviembre de 2025.

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

El presupuesto base de licitación es de CUARENTA MIL EUROS (40.000,00 €), 10 % IVA INCLUIDO.

CONCEPTO	CANTIDAD(Udes)	IMPORTE UNITARIO(€)	BASE IMPONIBLE(€)
COSTES DIRECTOS			31.586,40 €
Contraprestaciones relacionadas con la difusión online y offline:			5.330,00 €
Newsletter a la base de datos de VISITANTES + COMPRADORES + EXPOSITORES con la noticia web + banner			500,00 €
Contenido en la Web de Iberflora.			500,00 €
Banner en el newsletter de Iberflora 2025	1		300,00 €

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 10 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Noticia sobre la información de las empresas andaluzas expositoras en Iberflora en la página web			500,00 €
Contenido en Redes Sociales RRSS: información sobre las empresas andaluzas expositoras en las redes sociales de Iberflora			900,00 €
Logotipo en los planos de la feria que se entregan puestos de información, Plano-Guía de Iberflora 2025 y Logotipo en los planos de acceso al pabellón			800,00 €
Página de publicidad en el Plano-Guía de la feria	1		1.830,00 €
Contraprestaciones relacionadas con la presencia de la marca de la Junta de Andalucía y fondos FEDER, en los siguientes soportes físicos ubicados en el pabellón 7 de la feria:			26.256,40 €
• Vinilo pisable interior del pabellón.	8	820,00 €	6.560,00 €
Adaptación creativa al soporte vinílico acorde a los Artes Finales de la Junta de Andalucía			980,00 €
Producción de vinilo a cuatro tintas en calidad de impresión a gran formato			1.640,00 €
montaje y desmontaje en los frames del recinto ferial			3.940,00 €
• Vinilo pisable en las puertas de acceso al pabellón 3	4	1.230,00 €	4.920,00 €
Adaptación creativa al soporte vinílico acorde a los Artes Finales de la Junta de Andalucía	4		240,00 €
Producción de vinilo a cuatro tintas en calidad de impresión a formato medio	4		1.230,00 €



Montaje y desmontaje en los frames del recinto ferial	4		3.450,00 €
• Lonas publicitarias colgadas en el interior del pabellón 3	7	1.935,20 €	13.546,40 €
Adaptación creativa al soporte vinílico acorde a los Artes Finales de la Junta de Andalucía	7		586,40 €
Producción de vinilo a cuatro tintas en calidad de impresión a gran formato sin brillo	7		3.380,00 €
Montaje y desmontaje en los frames del recinto ferial	7		9.490,00 €
• Vinilos en punto de atención	3	410,00 €	1.230,00 €
Adaptación creativa al soporte vinílico acorde a los Artes Finales de la Junta de Andalucía			130,00 €
Producción de vinilo a cuatro tintas en calidad de impresión formato estándar			300,00 €
Montaje y desmontaje en los frames del recinto ferial			800,00 €
COSTES INDIRECTOS			3.081,60 €
Costes indirectos			3.081,60 €
Subtotal			34.668,00 €
Descuento por volumen (-)			-2.156,36 €
Beneficio industrial (10%)			3.852,00 €
BASE IMPONIBLE			36.363,64 €
IVA 10%			3.636,36 €
TOTAL			40.000,00 €

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 y que figuran en el dossier de patrocinios publicado en la página web de la feria. 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.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 12 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Según este presupuesto las Contraprestaciones relacionadas con la difusión online y offline suponen un 15,37 % del total. Mientras que las Contraprestaciones relacionadas con la presencia de la marca de la Junta de Andalucía y fondos FEDER los soportes físicos ubicados en el pabellón 7 de la feria suponen un 75,74% del total contrato.

El motivo de optar por la fórmula del patrocinio frente al contrato publicitario y de difusión tradicional es que, a diferencia de este, el patrocinio de IBERFLORA nos permite conectar con el público objetivo (profesionales del sector de la planta y flor, cuidado del jardín, floristería, maquinaria e instalaciones, etc), a través de las acciones patrocinadas, generando un vínculo emocional, altamente experiencial y generador de confianza así como unas prestaciones y feed back, que no se puede 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.

Cada acción patrocinada contribuye a consolidar la imagen de Andalucía como líder en producción sostenible, calidad gastronómica e innovación. A continuación, se detallan las contraprestaciones justificadas:

Contraprestaciones relacionadas con la difusión online y offline: Supone un 13,32% del presupuesto total.

Incluirán:

- Newsletter
- Contenido en la Web de Iberflora.
- Banner en el newsletter de Iberflora 2025
- Noticia sobre la información de las empresas andaluzas expositoras en Iberflora en la página web
- Contenido en Redes Sociales RRSS: información sobre las empresas andaluzas expositoras en las redes sociales de Iberflora.
- Logotipo en los planos de la feria que se entregan puestos de información, Plano-Guía de Iberflora 2025 y Logotipo en los planos de acceso al pabellón.
- Página de publicidad en el Plano-Guía de la feria.

El patrocinio de estos soportes asegura una plataforma de alto impacto para la promoción de los productos andaluces. Se convertirá en una ocasión única para medios de comunicación, profesionales del sector y asistentes así como de instituciones nacionales e internacionales para dar apoyo al sector. Además, servirá para conectar directamente con importadores, distribuidores y otros agentes clave, incrementando las oportunidades comerciales para las pymes andaluzas del sector de la flor cortada (empresas de Jardinería y empresas de mantenimiento de jardinería y paisajismo y servicios, así como floristerías).

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 13 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



2. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de la marca de la Junta de Andalucía y fondos FEDER, en los siguientes soportes físicos ubicados en el pabellón 3 de la feria: Supone un 75,74% del presupuesto total(sin IVA). Se consolida de esta forma como el principal evento en torno al sector con la asistencia de más de 15.000 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.

Incluirán:

- Vinilo pisable interior del pabellón.
- Vinilo pisable en las puertas de acceso al pabellón 3
- Lonas publicitarias colgadas en el interior del pabellón 3
- Vinilos en punto de atención

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

Por su parte 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(Anexo IV Previsiones IBERFLORA2025).

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 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 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*

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 14 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 la Feria Internacional de Planta y Flor, Paisajismo, Tecnología y Bricojardín, IBERFLORA 2025 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 visitantes acreditados, entre profesionales productores, comercializadores, y demás agentes del sector de la flor cortada así como de los distintos sectores económicos relacionados, junto con las oportunidades comerciales y de internacionalización que de ello se derivan para las empresas expositoras andaluzas, sería algo completamente distinto. 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 TREINTA Y SEIS MIL TRESCIENTOS SESENTA Y TRES CON SESENTA Y CUATRO CÉNTIMOS DE EURO (36.363,64 €), 10% IVA NO INCLUIDO.

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

12. REVISIÓN DE PRECIOS.

☐ NO

13. RÉGIMEN DE ABONO DEL PRECIO.

Pago único: 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. N.º de solicitud de operación FE04 N° 2025/0000000218

Ejerc Efec Caja	Posición Presupuestaria	Importe (€)
2025	1239172000.G/71X/22616/00.A411CD21AR	40.000,00

CONTR 2025 338103

Código de la operación: A411CD21AR0009,DECA N° 2025/0000000218.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 15 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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, CINCO MIL CUATROCIENTOS CINCUENTA Y CUATRO CON NOVENTA Y SEÍIS CÉNTIMOS DE EURO (54.545,46 EUROS)(21% IVA EXCLUIDO).

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

2. Patrimonio neto, según el balance correspondiente al último ejercicio económico de las cuentas anuales aprobadas deberá superar el 20 por 100 del valor estimado del contrato, esto es: OCHO MIL EUROS (8.000,00 EUROS) (21% IVA INCLUIDO).

El patrimonio neto de la persona licitadora se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas correspondientes al último ejercicio para el que esté vencida la obligación de aprobar las cuentas anuales, y 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 del personal técnico que servirá para dar cobertura al correcto desarrollo de las prestaciones contratadas, en particular:

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 16 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- Disponibilidad del personal técnico cualificado para realizar la elaboración de la newsletter y la difusión de contenido sobre el patrocinio institucional en la web de Iberflora y en los canales de redes sociales de la feria sobre los segmentos de público objetivo de la feria. El equipo técnico deberá contar con al menos un profesional con titulación superior con experiencia y formación en periodismo o Publicidad y RRPP.

Atendiendo a la naturaleza del contrato y teniendo en cuenta que las prestaciones de carácter audiovisual por parte de la adjudicataria, implican un porcentaje muy considerable del éxito de impacto y alcance de la acción, se considera necesario demandar una especialización y experiencia adecuadas que garanticen la correcta ejecución del contrato. De ahí que se consideren justificados los anteriores criterios.

18. PROPUESTA DE CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN

☒ (SÍ. Condición de ejecución de tipo ambiental.

La empresa adjudicataria vendrá obligada a responsabilizarse de realizar una recogida selectiva de los residuos generados durante las jornadas técnicas profesionales y 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. 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 de residuos, garantizando su recogida selectiva y posterior reciclaje o reutilización si fuera posible, logrando una mayor concienciación de los proveedores y mejorando, en definitiva, la imagen que se proyectará en los destinatarios finales de la acción.

El incumplimiento de estas obligaciones esenciales no da derecho a resolver el contrato, en los términos y con los requisitos del artículo 211 f) LCSP.

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

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 17 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 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.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 18 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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

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

siendo,

Max= Puntuación máxima de la proposición económica

OMB= Oferta económica Más Baja (en euros)

Of= Oferta económica de la empresa (en euros)

22. UMBRAL MÍNIMO PARA CONTINUAR CON EL PROCESO SELECTIVO.

☒ NO

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

☒ SI

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

24. SUBCONTRATACIÓN. No procede.

25. PENALIDADES.

☒ SI - Penalidades por cumplimiento defectuoso:

En el supuesto que se produzca incumplimiento defectuoso y se cumplan 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:

- 5% del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO realización de las acciones de difusión online y offline del patrocinio.

La falta de aparición de la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora y/o de los Fondos FEDER, en cualquiera de los soportes devendría en el "No" pago del soporte/s publicitario/s en cuestión.

La falta de aparición de la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora y/o de los Fondos FEDER, en tres o más soportes será causa de resolución del contrato.

- Penalidades por incumplimiento de las condiciones especiales de ejecución:

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

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 19 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- Otros supuestos:

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

26. PARÁMETROS OBJETIVOS PARA CONSIDERAR UNA OFERTA ANORMALMENTE BAJA.

No procede.

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

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

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

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

Las facturas deberán ser remitidas al siguiente código DIR3:

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

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

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

29. PROPUESTA DE LA PERSONA RESPONSABLE DEL CONTRATO.

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

Vinculada a AGAPA:

☒ SI

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 20 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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

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

EL SUBDIRECTOR DE PROMOCIÓN, CONSULTORÍA Y ACTUACIONES SIG
Fdo: Leopoldo Gómez de Lara Caro

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 21 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



ANEXO 1



Jorge Fombellida Cortés, mayor de edad, con DNI núm. 22566614A, en nombre y representación de SOCIETAT VALENCIANA FIRA VALENCIA, S.A., en su calidad de Director General, con domicilio social en Avda. de las Ferias, s/n – 46035 Valencia y nº de CIF A72668536.

CERTIFICA: Que SOCIETAT VALENCIANA FIRA VALÈNCIA, SA. – FERIA VALENCIA–, organizadora del certamen **IBERFLORA - Feria Internacional de Planta, Flor, Paisajismo, Tecnología y Bricojardín** - que se celebrará del 14 al 16 de octubre de 2025 en Feria Valencia, es la única entidad con capacidad para gestionar el espacio de suelo, servicios, soportes y señalética, así como soportes digitales, en dicho certamen comercial.

Y para que conste a los efectos oportunos, expido el presente certificado en Valencia, a fecha de la firma electrónica.

22566614A
JORGE
FOMBELLIDA
(R:
A72668536)

Firmado
digitalmente por
22566614A JORGE
FOMBELLIDA (R:
A72668536)
Fecha: 2025.04.30
09:55:24 +02'00'

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		25/07/2025 09:19:23	PÁGINA: 22 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwd1H9fjd7UK54U7w9wqhYva6q	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	