

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 XXVII EDICIÓN DE SAN SEBASTIÁN GASTRONOMIKA, A CELEBRAR EN SAN SEBASTIÁN DEL 6 AL 8 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 XXVII edición del evento San Sebastián Gastronomika Euskadi Basque Country, “tradición y regeneración”, que se celebrará en San Sebastián del 6 al 8 de octubre de 2025.

2. CÓDIGO GEXAP.

CONTR 2025 468698

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:

- Paqui Vázquez Palmero. Técnico del Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible.

5. JUSTIFICACIÓN DEL CONTRATO: NATURALEZA Y EXTENSIÓN DE LAS NECESIDADES QUE SE PRETENDEN SATISFACER, así como, relación con el objeto del contrato.

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

AGAPA, en virtud de lo establecido en el artículo 2 de sus Estatutos, tiene como finalidad la ejecución de las políticas orientadas a alcanzar los objetivos básicos previstos en el artículo 10.3.13º del Estatuto de Autonomía que le sea asignada por la Consejería a la que se encuentra adscrita. Para ello, la Agencia, en el marco de la planificación y coordinación definido por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 1 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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.

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. para el ejercicio 2025 incluye, en el marco del citado objetivo, dentro de la actuación 25-01-01.03.01 - Asistencia técnica a la planificación, organización y participación en actividades de promoción, principalmente en materia agroalimentaria, el proyecto 25-01-01.03.01.248 - Asistencia técnica a las acciones de promoción de la industria agroalimentaria y otras actuaciones, excepto las relacionadas con la ecológica*. Proyecto del que es responsable la Subdirección de Promoción, Consultoría y Actuaciones SIG, a través del Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia, y que 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 2024*. Entre las acciones previstas, el citado Plan contempla la participación en la XXVII edición del evento *SAN SEBASTIAN GASTRONOMIKA EUSKADI BASQUE COUNTRY*, que bajo el lema *“Tradición y Regeneración. San Sebastián te espera”*, se celebrará en San Sebastián los próximos 6 a 8 de octubre de 2025, bajo la dirección, coordinación y supervisión de dicha Dirección General.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 2 / 22
VERIFICACIÓN	N.JyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



La presencia de Andalucía en eventos regionales, nacionales, europeos e internacionales, vinculados con la promoción de los productos agroalimentarios a través de la gastronomía, es un instrumento de valor para el modelo de negocio de las empresas andaluzas y para su visualización en los mercados, tanto a nivel nacional como internacional. La promoción y difusión de los valores saludables y sostenibles de nuestras producciones agroalimentarias y pesqueras, y especialmente de aquéllas con calidad diferenciada ligada al origen, las convierte en protagonistas de estas acciones y pone de manifiesto su estrecha simbiosis con la Alta Gastronomía, más allá de su consideración como meros ingredientes. De ahí que eventos como San Sebastián Gastronomika, orientados a poner en valor el vínculo que la industria agroalimentaria tiene con la gastronomía tradicional y de vanguardia, y con una marcada proyección internacional, sean considerados soportes promocionales y de comunicación del máximo interés.

San Sebastián Gastronomika no es un evento gastronómico más. Se trata de un congreso de referencia internacional, pionero en su formato desde su nacimiento en 1999 y considerado uno de los más prestigiosos del panorama gastronómico mundial. Cada edición reúne a los chefs más influyentes del momento, figuras con gran capacidad prescriptora que marcan tendencia y generan opinión en torno a los productos y las culturas culinarias que presentan.

Este carácter internacional, innovador y altamente profesionalizado del evento justifica plenamente su elección. Gastronomika no solo destaca por su dimensión mediática y profesional, sino por ser un espacio efectivo para el establecimiento de relaciones comerciales, la visibilidad internacional de productos y marcas y la proyección del sector agroalimentario en canales de alto valor añadido. En este sentido, es importante subrayar que se trata del congreso gastronómico pionero a nivel mundial y un referente indiscutible del sector, reconocido por su alta especialización, el perfil profesional de su asistencia y la cuidada selección de expositores vinculados exclusivamente a productos gourmet.

La singularidad del evento se ve reforzada por el entorno en el que se celebra: un recinto innovador, singular y exclusivo ubicado en pleno centro de San Sebastián, una ciudad con una arraigada cultura gastronómica. Esta combinación convierte al certamen en un espacio idóneo para la experimentación, el intercambio y la puesta en valor de productos agroalimentarios de alta calidad.

Su relevancia ha sido reconocida oficialmente con la distinción como Mejor Evento del Año de Gastronomía en los Nebrija Event Awards (NEA) 2024, lo que refuerza aún más su posicionamiento de excelencia dentro del circuito internacional. Asimismo, su capacidad de convocatoria mediática queda patente en la acreditación de más de 400 medios de comunicación en la última edición. A ello se suma su carácter único como punto de encuentro preferente de los grandes chefs nacionales e internacionales, lo que amplifica su valor como escaparate estratégico para las marcas participantes.

Un claro ejemplo del enfoque internacional del congreso lo constituye la participación, en su edición de 2025, de Río de Janeiro como destino invitado. La ciudad brasileña desembarcará en el Palacio Kursaal con una destacada representación de su cocina y algunos de sus chefs más reconocidos, tanto en las ponencias del auditorio principal como en actividades paralelas. Su presencia se materializará también en la fiesta inaugural del congreso, así como en la oferta culinaria de la sala VIP, donde la gastronomía carioca será

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 3 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



protagonista. Esta participación refuerza el papel de Gastronomika como plataforma global para el diálogo gastronómico entre territorios y culturas, y consolida su posicionamiento como escaparate de referencia para la proyección exterior del sector agroalimentario.

En este contexto, la participación de la Consejería en San Sebastián Gastronomika permitiría avanzar significativamente en varios de los objetivos estratégicos marcados para la promoción del sector agroalimentario y pesquero andaluz. Esta presencia institucional contribuiría a fomentar la internacionalización de nuestras empresas, facilitando la generación de oportunidades de negocio, el establecimiento de contactos comerciales de alto valor y el posicionamiento competitivo de los productos andaluces en mercados exteriores. La dimensión internacional del congreso, tanto por el perfil de sus asistentes como por su cobertura mediática y su proyección en redes profesionales, convierte a este evento en un entorno especialmente propicio para que las empresas andaluzas exploren nuevas vías de expansión y comercialización fuera de nuestras fronteras. Se trata, por tanto, de una acción que encaja plenamente con las prioridades definidas en el Programa Operativo FEDER, cofinanciador de esta iniciativa.

La dimensión internacional del congreso, tanto por el perfil de sus asistentes como por su cobertura mediática y su proyección en redes profesionales, convierte a este evento en un entorno especialmente propicio para que las empresas andaluzas exploren nuevas vías de expansión y comercialización fuera de nuestras fronteras. Se trata, por tanto, de una acción que encaja plenamente con las prioridades definidas en el Programa Operativo FEDER, cofinanciador de esta iniciativa.

En este contexto, resulta especialmente relevante destacar el sólido comportamiento del sector exterior agroalimentario andaluz, que alcanzó en 2024 un volumen de exportaciones de 15.700 millones de euros, la cifra más alta desde que existen datos homologables (1995), según datos de Andalucía TRADE. Este resultado representa un incremento interanual del 14,5%, superando ampliamente la media nacional (6,1%) y situando a Andalucía como la comunidad autónoma líder en exportaciones agroalimentarias, con el 21,7% del total nacional. Este liderazgo se ha consolidado por delante de comunidades históricamente destacadas como Cataluña (21,2%) y la Comunidad Valenciana (12,8%).

Este crecimiento ha sido generalizado en todo el territorio andaluz, con incrementos en todas las provincias y cifras récord en siete de ellas (Sevilla, Almería, Huelva, Málaga, Córdoba, Cádiz y Granada). Jaén destaca por su incremento relativo del 55%, impulsado principalmente por el aceite de oliva (+69%), mientras que Sevilla se consolida como la primera provincia exportadora, con 4.276 millones de euros, lo que representa el 27,2% del total andaluz.

Además, esta evolución positiva se sustenta en una creciente diversificación geográfica, con presencia en 176 países y crecimientos notables en mercados estratégicos como Australia (+113%), China (+35%), Estados Unidos (+40%), Canadá (+24,8%) y México (+24,1%). Estos datos refuerzan la necesidad de seguir impulsando la internacionalización del sector mediante la participación en foros de alto nivel como San Sebastián Gastronomika, que constituyen una plataforma idónea para consolidar la presencia andaluza en mercados exteriores y generar nuevas oportunidades comerciales.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 4 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Del mismo modo, la participación en este certamen permite reforzar el posicionamiento de la marca "Gusto del Sur" como símbolo de calidad, autenticidad y excelencia. Las actividades previstas en el marco del congreso, como catas comentadas, demostraciones culinarias, exposiciones de producto o degustaciones, entre otros, brindan una excelente plataforma para visibilizar la diversidad y riqueza del patrimonio alimentario andaluz, destacando especialmente aquellos productos amparados por Denominaciones de Origen Protegidas, Indicaciones Geográficas Protegidas, Producción Ecológica y otras figuras de calidad diferenciada ligadas al origen.

La cuidada programación y el perfil profesional del público convierten a San Sebastián Gastronomika en un espacio idóneo para poner en valor esta diferenciación y consolidar la imagen de Andalucía como territorio productor de alimentos de máxima calidad, sostenibles y con identidad propia.

El evento cuenta además con un programa expositivo y experiencial que incluye demostraciones con productos seleccionados, catas comentadas y espacios donde los productos pueden presentarse de forma creativa e innovadora. Todo ello ofrece una plataforma excepcional para mostrar el potencial gastronómico de Andalucía, no solo como territorio productor, sino también como referente culinario con una identidad propia que aúna tradición y vanguardia.

La selección de este congreso como acción prioritaria de promoción y apoyo institucional no es casual, sino resultado del análisis de su trayectoria, capacidad de impacto, retorno mediático y prestigio en el ámbito gastronómico europeo y mundial. Ningún otro evento en el calendario nacional reúne un equilibrio tan sólido entre proyección internacional, nivel profesional, orientación comercial y relevancia mediática.

A todo lo anterior se suman los datos de impacto obtenidos en la edición de 2024, que refuerzan aún más la idoneidad de este congreso como plataforma estratégica para la promoción de los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces.

Los datos de participación recogidos en la propuesta de patrocinio para la edición de 2025 (Anexo 1) avalan de forma contundente la relevancia y proyección internacional de San Sebastián Gastronomika: 14.780 personas acreditadas, procedentes de 48 nacionalidades, 1.339 congresistas, más de 400 periodistas acreditados, 160 entidades expositoras, y cocineros de restaurantes que, en conjunto, sumaban un total de 64 estrellas Michelin.

Además, como en ediciones anteriores, se superó la cifra de 10.000 degustaciones de productos y elaboraciones, lo que demuestra el alto grado de interacción y participación activa del público asistente.

En cuanto al impacto en medios de comunicación, el Informe de Valoración de Medios elaborado por Onclusive MPA (Anexo 2) indica que la edición 2024 del congreso alcanzó un total de 1.865 apariciones en prensa, radio, televisión y medios digitales, lo que supone un crecimiento del 58 % respecto a 2023. La audiencia estimada fue de 3.396 millones de impactos, reflejo del extraordinario alcance mediático del evento.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 5 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Por su parte, el impacto económico generado por el congreso en 2024 superó los 17,6 millones de euros, consolidando a Gastronomika como una de las citas del sector con mayor retorno en términos de proyección, posicionamiento y valor de marca para las entidades participantes.

Respecto a la actividad desarrollada en redes sociales, los datos extraídos del Informe Global RRSS 2024 (Anexo 3) dan cuenta de un alto nivel de dinamización de contenidos en el entorno digital del congreso. Durante el periodo comprendido entre el 1 de septiembre y el 14 de octubre de 2024, se registraron los siguientes resultados:

- Twitter/X: 1.630 publicaciones, 490 menciones (+394,95 %), 231.000 visualizaciones y 2.343 interacciones.
- Facebook: 1.161 publicaciones, más de 211.000 visualizaciones y 4.809 reacciones.
- Instagram: 689 publicaciones, más de 870.000 visualizaciones y más de 10.000 interacciones en los posts.

En este contexto, la participación institucional de Andalucía, cofinanciada con fondos FEDER mediante la fórmula del patrocinio, permitió disponer de uno de los espacios expositivos exclusivos más amplios del evento: 84 m², configurando un escenario privilegiado para la exhibición del producto andaluz y su puesta en valor ante un público altamente cualificado.

Esta participación se vio reforzada con un programa de actividades específicas orientadas a mostrar la excelencia y diversidad de nuestros productos agroalimentarios. Dichas acciones se desarrollaron de la mano de reconocidos profesionales de la cocina andaluza y de la ciudad anfitriona, generando una experiencia sensorial y comunicativa alineada con los valores de la marca “Gusto del Sur”.

Asimismo, la visibilidad institucional se amplificó a través de diversas acciones de comunicación incluidas en el acuerdo de patrocinio. Entre ellas, destaca la presencia de la marca “Gusto del Sur” en una página entera del suplemento oficial del congreso publicado por El Diario Vasco, distribuido entre todos los asistentes, así como una doble página en la revista post-evento que se remitió a toda la base de datos de Vocento Gastronomía. Esta cobertura forma parte de la memoria técnica final del patrocinio (Anexo 4).

En lo que respecta al impacto específico de la participación institucional andaluza en redes sociales, los datos recabados en la memoria técnica final del patrocinio (Anexo 5) reflejan los siguientes resultados:

- Twitter/X: 25 publicaciones, 3.824 visualizaciones y 83 interacciones.
- Facebook: 24 publicaciones, 2.726 personas alcanzadas, 2.737 visualizaciones y 24 interacciones.

Estos resultados confirman que la comunicación generada en torno a la presencia andaluza obtuvo una buena acogida dentro del entorno digital del congreso, maximizando el retorno reputacional del patrocinio.

Conviene destacar que San Sebastián Gastronomika, al ser un evento de carácter profesional y no de consumo final (B2C), enfoca su estrategia comunicativa en medios especializados de perfil técnico y económico, priorizando el impacto cualitativo sobre el cuantitativo. Esto refuerza el valor estratégico de la participación institucional, al dirigirse de forma directa a un público objetivo de alto interés para el sector

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 6 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



andaluz: profesionales del canal HORECA, periodistas gastronómicos, prescriptores internacionales y compradores especializados.

De cara a la edición de 2025, la organización del congreso prevé seguir ampliando su impacto y consolidando su proyección internacional. Las previsiones apuntan a que se superen los 3.565 millones de impactos mediáticos (frente a los 3.396 millones alcanzados en 2024), así como a un impacto económico estimado de 18,48 millones de euros. Estas cifras reflejan la clara tendencia ascendente del evento desde su creación en 1999 y anticipan una nueva edición con mayores retornos y oportunidades para las entidades participantes, tanto a nivel comercial como institucional.

Más allá de su dimensión cuantitativa, la participación de la Consejería en San Sebastián Gastronomika 2025 conlleva una serie de beneficios intangibles de gran valor estratégico: mejora de la imagen institucional, refuerzo de la visibilidad de las producciones agroalimentarias andaluzas de calidad y consolidación del posicionamiento de la marca “Gusto del Sur” en un entorno altamente cualificado y prescriptor. Estos efectos se multiplican gracias a la integración del logotipo y la identidad corporativa en las principales piezas de comunicación del evento, así como por la cobertura mediática y digital que ofrece el congreso.

Además, el patrocinio institucional conlleva la disponibilidad de acreditaciones profesionales, que se convierten en una herramienta clave de networking, facilitando el establecimiento de contactos estratégicos, el refuerzo de relaciones comerciales y la apertura de nuevas vías de internacionalización para las empresas participantes.

La dimensión digital del congreso refuerza este planteamiento, al ofrecer canales complementarios para dinamizar la participación, ampliar el alcance de las acciones promocionales y obtener indicadores cuantificables de retorno mediante herramientas analíticas. Esta vertiente online permite generar, distribuir y monitorizar contenidos que extienden la vida útil de la acción promocional más allá de los días del evento.

En este contexto, la participación institucional representa una acción de alto valor añadido para impulsar la presencia de los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces, tanto los más reconocidos (como el AOVE, las frutas y hortalizas o el jamón ibérico) como aquellos menos conocidos pero igualmente excelentes. Andalucía ostenta el liderazgo nacional en figuras de calidad diferenciada, con un total de 67 distintivos entre Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG), lo que refuerza su papel como referente de excelencia agroalimentaria.

San Sebastián Gastronomika constituye, por tanto, una plataforma única para consolidar y proyectar esa excelencia, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras, alineándose plenamente con los objetivos del Programa Operativo FEDER y la estrategia de internacionalización del sector agroalimentario andaluz.

La participación de la Consejería, a través de la marca “Gusto del Sur”, tiene como fin reforzar la imagen, competitividad e internacionalización del sector agroalimentario y pesquero andaluz, mediante la difusión internacional del sabor, sostenibilidad y calidad de sus producciones. Una labor que se materializa en la

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 7 / 22
VERIFICACIÓN	NjyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



vinculación entre dichos productos y la alta gastronomía, no solo como ingredientes, sino como protagonistas de experiencias culinarias de alto nivel.

En ese sentido, el formato de tapa o pintxo, tan característico del congreso, representa el vehículo ideal para expresar los valores diferenciales de los productos andaluces: sabor, calidad, sostenibilidad y autenticidad, atributos fundamentales de la marca “Gusto del Sur”.

La edición de 2025 de San Sebastián Gastronomika – Euskadi Basque Country estará dedicada a dos de las tendencias más influyentes del panorama gastronómico actual: la revisión de la tradición y la apuesta por la regeneración. El programa incluirá ponencias de chefs de primer nivel y la entrega de los galardones más prestigiosos del congreso, entre ellos, el Premio Homenaje al chef británico Heston Blumenthal, el Guerdón de Oro a Almudena Alberca y Sara Pérez, el Premio Pau Albornà de Periodismo Gastronómico a José Carlos Capel y el Tabernero Mayor a Mariano García, del sevillano Restaurante Donald.

Asimismo, la organización mantiene firme su compromiso con la producción local de calidad, reconociendo su creciente peso en la cocina contemporánea y su capacidad para generar identidad y proyección internacional. Estos principios están en total sintonía con las prioridades de la Consejería, especialmente en lo que respecta a la promoción de alimentos autóctonos, sostenibles y saludables, alineados con los valores de la Dieta Mediterránea, declarada Patrimonio Cultural Inmaterial por la UNESCO.

Por todo ello, el objetivo de esta participación institucional es impulsar el conocimiento y la demanda de los productos andaluces en el exterior, contribuir a la internacionalización de las pymes agroalimentarias andaluzas y fortalecer sus capacidades para competir en los mercados globales. Esta acción concreta también permitirá generar empleo de calidad, apoyar la apertura de nuevos canales comerciales y aumentar el volumen de negocio exterior de las empresas andaluzas.

En atención a todo lo expuesto, la Consejería valora participar en esta XXVII edición de este evento de proyección internacional y especializado en la industria agroalimentaria del producto premium y gourmet, nuevamente a través de la fórmula de la 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:

- Patrocinio con carácter exclusivo del espacio “Gusto del Sur” ubicado en el área expositiva del Congreso estará destinado, de una parte, al desarrollo de una amplia programación de actividades a través de las que mostrar la versatilidad de los productos agroalimentarios y pesqueros en la gastronomía local e internacional. Y, de otra, a difundir los valores de la nueva marca de calidad para productos agroalimentarios y pesqueros “Gusto del Sur”.
- Patrocinio exclusivo de la programación del espacio “Gusto del Sur”: Concretándose, como mínimo, en las actividades que se resumen a continuación y que estarán destinadas a reforzar la imagen en el exterior de nuestras producciones agroalimentarias y pesqueras, y en especial de aquellas amparadas por alguna figura de calidad ligada al origen (DOP, IGP o ETG), dando a conocer y promocionando, a través de su simbiosis con la alta gastronomía más allá de su concepto como meros ingre-

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 8 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



dientes, sus valores de sabor, calidad y sostenibilidad a través de 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).

- 1 Showcooking diario (3 showcooking en total)
- 4 actividades diarias de cata - maridaje de productos andaluces (12 actividades en total)
- 1 Tertulia (lunes o martes).
- Patrocinio de una ponencia dentro del programa general del Congreso a celebrar en el Auditorio principal del Kursaal

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 SAN SEBASTIÁN GASTRONÓMIKA EUSKADI BASQUE COUNTRY 2025

Nombre	SAN SEBASTIÁN GASTRONÓMIKA. EUSKADI BASQUE COUNTRY
ORGANIZA	Organizado en exclusiva por CM Gipuzkoa, S.L; CIF ESB20753208
Carácter	Profesional internacional
Periodicidad	Anual
Edición	XXVII
Lema de la Edición	“Tradición y regeneración”
Modalidad	Presencial
Lugar	Palacio de Congresos Kursaal de Donostia (San Sebastián)
Fecha	06 al 08 de octubre de 2025
Horario estimado	Lunes y martes (10h-20h) y miércoles (10h-19:00h)
Sectores	Sector de la restauración en general; sector agroalimentario - pesquero
Perfil del visitante	Profesionales del sector de la hostelería (cocineros, jefes de sala, sumilleres, etc), empresarios agroalimentarios, responsables de compras de hostelería y grandes superficies, distribuidores, importadores, exportadores prensa generalista y especializada de ámbito nacional e internacional y críticos gastronómicos...

La entidad CM GIPUZKOA, S.L., con CIF ESB20753208 es propietaria y organizadora única del evento SAN SEBASTIÁN GASTRONÓMIKA. EUSKADI BASQUE COUNTRY 2025. Siendo responsable de la gestión con carácter de exclusividad tanto del espacio de suelo como del contenido de sus programas de ponencias, de los servicios feriales y de la comercialización de todos los espacios y soportes publicitarios tanto presenciales como virtuales de dicho evento que se celebra en San Sebastián con carácter anual. Dicha circunstancia se acredita por parte de la citada empresa mediante certificación – declaración responsable que queda incorporada como Anexo 5 a este expediente como documento adicional no firmable.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 9 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



6. TIPO DE CONTRATO.

En la calificación en función de su régimen jurídico de derecho administrativo o de derecho privado indicamos:

Contrato privado

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

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

En función de su régimen jurídico de derecho comunitario:

Contratos NO sujetos a regulación armonizada.

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

Contratos privados

7. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN

(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.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 10 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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

El plazo de ejecución se extenderá desde la fecha de formalización del contrato hasta el próximo 10 de noviembre de 2025, no existiendo posibilidad de prórroga.

Plazos parciales:

1. Prestaciones objeto de contrato. Desde la firma del contrato hasta el 08 de octubre de 2025, con la celebración de la XXVII edición de SAN SEBASTIAN GASTRONOMIKA EUSKADI BASQUE COUNTRY – “tradición y regeneración” y ejecutados los trabajos de conformidad.
2. Presentación de la memoria final: desde la finalización del evento hasta el 10 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 **CIENTO CINCUENTA MIL EUROS (150.000,00 €) 21% IVA INCLUIDO.**

CONCEPTOS DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL	IMPORTE
COSTES DIRECTOS ESTIMADOS DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL	99.173,55 €
Patrocinio con carácter exclusivo del espacio “Gusto del Sur”	66.915,70 €
1. Personalización del espacio. Diseño, dotación, producción, montaje y desmontaje	63.715,70 €
2. Mención a la marca y a la cofinanciación con Fondos FEDER en los posts/contenidos colgados en la web del evento, https://www.sansebastiangastronomika.com/	800,00 €
3. Publicación de contenidos diarios sobre la actividad en las redes sociales de SAN SEBASTIÁN GASTRONOMIKA EUSKADI BASQUE COUNTRY, con mención a la marca y a la cofinanciación de Fondos FEDER.	1.600,00 €
4. Vinculación de la marca y de la cofinanciación con Fondos FEDER al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	800,00 €
Patrocinio exclusivo de la programación del espacio “Gusto del Sur”	12.423,14 €
1. Producción, montaje, ejecución, desmontaje	8.423,14 €
2. Emisión de spot publicitario y mención por parte del conductor de la actividad.	2.400,00 €
3. Mención a la marca y a la cofinanciación con Fondos FEDER en los posts/contenidos colgados en la web del evento https://www.sansebastiangastronomika.com/	800,00 €
4. Vinculación de la marca y de la cofinanciación con Fondos FEDER al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	800,00 €
Patrocinio de una ponencia dentro del programa general del Congreso a celebrar en el Auditorio principal del Kursaal	7.933,89 €
1. Emisión de spot publicitario y mención por parte del conductor.	4.000,00 €
2. Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de ésta.	1.533,89 €
3. Mención a la marca y a la cofinanciación con Fondos FEDER en los posts/contenidos colgados en la web del evento https://www.sansebastiangastronomika.com/ .	800,00 €
4. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de SEBASTIÁN GASTRO-	800,00 €

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 11 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



NOMIKA EUSKADI BASQUE COUNTRY.	
5. Vinculación de la marca y de la cofinanciación con Fondos FEDER al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento.	800,00 €
Contraprestaciones generales. Imagen y Presencia de marca	11.900,82
1. Visibilidad e imagen de marca en la comunicación del evento	11.900,82 €
2. Acreditaciones e Invitaciones a actos protocolarios	Sin coste
COSTES INDIRECTOS ESTIMADOS	14.876,03
Gastos generales de estructura (suministros, materias primas, arrendamientos, gastos de administración, etc)	14.876,03
BENEFICIO INDUSTRIAL	9.917,36
TOTAL BASE IMPONIBLE (€)	123.966,94 €
IVA 21% (€)	26.033,06 €
TOTAL (€)	150.000,00 €

La determinación del presupuesto base de licitación se ha realizado a partir de las tarifas que CM GIPUZKOA, S.L., con CIF ESB20753208, como entidad propietaria y organizadora de SAN SEBASTIÁN GASTRONÓMIKA. EUSKADI BASQUE COUNTRY 2024, ha facilitado al Servicio proponente. Al tratarse de un contrato de patrocinio la adecuación a los precios de mercado está avalada por el certificado de exclusividad y la imposibilidad de promover o tramitar un procedimiento abierto o un procedimiento de concurrencia competitiva.

La dilatada trayectoria de este evento, sus exitosos datos de participación de público congresista y general y de impacto global en medios y su marcado carácter internacional, referidos en el apartado quinto de la presente memoria justificativa, convierten a San Sebastián Gastronomika en una acción estratégica para continuar apoyando tanto el lanzamiento de la nueva marca de calidad “Gusto del Sur”, como para reforzar el prestigio e imagen nuestro sector agroalimentario y pesquero, y en consecuencia también para incrementar el grado de internacionalización de las pymes andaluzas, fortaleciendo de esta forma la posición de los productos andaluces en el mundo, para que aumenten las exportaciones y las inversiones extranjeras.

En línea con el párrafo anterior cabe mencionar que, en atención a las recomendaciones que recoge el Informe de Fiscalización de la actividad publicitaria y de promoción de la Junta de Andalucía, aprobado el 13 de marzo de 2014 por el Pleno de la Cámara de Cuentas de Andalucía (BOJA de 15 de mayo de 2014), entre las que se indica particularmente que “154. Sería oportuno que en los expedientes de los contratos analizados constase documentación acreditativa que valore las prestaciones que debe realizar el patrocinado e incluyese información que permita comparar el coste del patrocinio con el coste de contratar a través de cualquiera de las otras fórmulas de contratación previstas en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. (§85,108,122,127)” se han aportado al expediente de contratación del que es objeto esta memoria, documentos que respaldan los datos de impacto en medios que se han tenido en consideración a la hora de valorar la adecuación del presupuesto base de licitación a los precios de mercado habituales para este tipo de

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 12 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



acciones. En concreto el Informe Valoración Medios emitido por Onclusive MPA (Anexo 2), a través del cual se han obtenido los datos de impacto en medios.

Según se recoge en citado informe la Metodología empleada se basa en las siguientes variables del análisis:

- N° de referencias: recuento de apariciones del evento/compañía/marca en las noticias analizadas
- Impactos de audiencia: acumulado del número de personas que han tenido oportunidad de leer, visualizar o escuchar la información analizada en cada fuente o publicación
- Valoración económica: estimación en euros del espacio dedicado por los medios en cada evento, entidad o marca.

Asimismo, debemos tener en consideración que la valoración económica total del evento para 2024 (Internet, prensa, radio y Tv) que se señala en el Informe de Medios de ONCLUSIVE MPA anteriormente citado (17,6M€) así como la previsión para la edición 2025 (18,48M€) recogida en el Anexo 1 de la presente memoria, siguen siendo muy superiores al del valor estimado del patrocinio del que es objeto la presente memoria justificativa.

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 San Sebastián Gastronomika nos permite conectar con el público objetivo (profesionales del sector de la hostelería (*cocineros, jefes de sala, sumilleres, etc*), *empresarios agroalimentarios, responsables de compras de hostelería y grandes superficies, distribuidores, importadores, exportadores prensa generalista y especializada de ámbito nacional e internacional y críticos gastronómicos....*), a través de las actividades patrocinadas, generando un vínculo emocional, altamente experiencial y generador de confianza así como unas prestaciones y feed back, que no se 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.

Conforme a lo mencionado en el párrafo anterior, volvemos a hacer referencia a las conclusiones y recomendaciones que recoge el Informe de Fiscalización de la actividad publicitaria y de promoción de la Junta de Andalucía, aprobado el 13 de marzo de 2014 por el Pleno de la Cámara de Cuentas de Andalucía (BOJA de 15 de mayo de 2014), entre las que se indica particularmente que “154. Deberían realizar estudios comparativos de los precios obtenidos a través del patrocinio y las tarifas y descuentos que se podrían conseguir mediante los contratos de publicidad o de difusión publicitaria.” La inversión prevista para participar en San Sebastián Gastronomika no puede compararse de ninguna manera en el impacto que tendría invertir una campaña publicitaria por el mismo importe, ya que el fin de esa campaña podría ser el de generar una marca, que es sólo uno de los objetivos de la acción, pero la reunión de más de cerca de 15.000 profesionales (únicamente en la vertiente presencial del evento) de perfiles como los ya indicados, y las oportunidades comerciales y de internacionalización que de ello se derivan para las empresas agroalimentarias andaluzas así como para el conocimiento de la marca en un segmento de público al cual es difícil llegar a través de la publicidad Mass Media o mono canal, es 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

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 13 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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.

El patrocinio de Gastronomika 2025 constituye una iniciativa clave para aumentar la visibilidad de los productos alimentarios andaluces y fortalecer la presencia de las empresas agroalimentarias de la región en el ámbito nacional e internacional. Cada acción patrocinada en el marco de este evento contribuye a consolidar la imagen de Andalucía como líder en producción sostenible, calidad e innovación gastronómica y referente en la Dieta Mediterránea. A continuación se detallan las acciones justificadas:

Patrocinio con carácter exclusivo del espacio “Gusto del Sur”. Supone un 67,47% de los costes directos.

Este espacio constituirá el eje central de la presencia institucional andaluza en el Congreso y actuará como plataforma permanente de promoción, divulgación e interacción con el público profesional.

Su diseño y ubicación permitirán mostrar de forma continuada la imagen de la marca “Gusto del Sur” y reforzar los valores que representa. Al tratarse de un evento de acceso exclusivo para profesionales del sector (chefs, distribuidores, periodistas, importadores, etc.), el impacto del espacio expositivo será directo y cualificado, generando oportunidades comerciales y fortaleciendo la reputación del producto andaluz dentro y fuera de nuestras fronteras.

Asimismo, la ubicación privilegiada del espacio y su actividad continuada permitirán una amplia cobertura mediática, contribuyendo a reforzar el posicionamiento estratégico de la marca.

Patrocinio exclusivo de la programación del espacio “Gusto del Sur”. Supone un 12,53% de los costes directos.

Este patrocinio permitirá el desarrollo de una agenda completa de actividades dirigidas a proyectar, a través de la experiencia sensorial, los atributos diferenciales de los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces de calidad, más allá de su concepción como simples ingredientes.

La programación incluirá:

- Tres showcookings (uno por día de Congreso), en los que chefs de reconocido prestigio elaborarán en directo propuestas culinarias que pondrán en valor la versatilidad, el sabor y el potencial gastronómico de los productos andaluces con calidad diferenciada.
- Doce actividades de cata-maridaje (cuatro por día), orientadas a profesionales del sector, en las que se mostrarán las cualidades organolépticas y las posibilidades de armonización de los productos andaluces en el marco de una dieta saludable y sostenible.
- Una tertulia gastronómica que permitirá debatir en profundidad sobre las tendencias actuales del sector, el papel de los productos locales de calidad y su aportación a la gastronomía de excelencia.

Estas actividades contribuirán de forma decisiva a reforzar el prestigio de la marca “Gusto del Sur”, facilitando un conocimiento más profundo y emocional de los productos que ampara y fortaleciendo su presencia en canales de comercialización gourmet e internacional.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 14 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Patrocinio de una ponencia en el Auditorio principal del Kursaal. Supone un 8% de los costes directos.

La inclusión de una ponencia patrocinada en el programa oficial del Congreso supone una de las acciones de mayor valor institucional y estratégico dentro del conjunto de actividades.

Este espacio, reservado a los principales referentes de la gastronomía mundial, garantiza una visibilidad excepcional ante el conjunto de asistentes y medios de comunicación (con más de 400 acreditados). La participación andaluza en este escenario refuerza el liderazgo del sector agroalimentario regional en la escena internacional y permite asociar la marca “Gusto del Sur” a discursos de alto impacto sobre sostenibilidad, innovación, excelencia culinaria y origen.

Contraprestaciones generales. Supone un 12% de los costes directos.

Las contraprestaciones generales asociadas a este patrocinio aportan un importante valor añadido en términos de visibilidad, proyección de marca y apoyo al tejido empresarial andaluz.

Por un lado, la inclusión de la imagen de “Gusto del Sur” en los principales soportes de comunicación del evento garantiza una elevada notoriedad. La presencia en el suplemento oficial publicado en El Diario Vasco, distribuido entre todos los asistentes, así como en la revista postevento que se remite a toda la base de datos del congreso, permite consolidar el posicionamiento de la marca como referente de calidad dentro del sector agroalimentario nacional e internacional.

Del mismo modo, la incorporación de página reportaje en el suplemento “Gastronómika Magazine”, en su nueva sección “Números Uno”, que se imprimirá con el periódico del próximo 3 de octubre y que contará, además de con la difusión a través de la Web del evento, con un desencarte que se incluirá en el maletín de congresista, permitirá amplificar el impacto de la participación andaluza.

Asimismo, las acreditaciones VIP, las invitaciones institucionales y las entradas adicionales incluidas en las contraprestaciones ofrecen una valiosa herramienta para facilitar la gestión del espacio “Gusto del Sur”, asegurar la presencia de representantes de la Consejería en los actos principales del congreso y, sobre todo, favorecer la participación activa de empresas andaluzas. Esto último contribuye de forma directa al impulso del networking, a la creación de oportunidades comerciales y al refuerzo del proceso de internacionalización del sector.

En conjunto, estas contraprestaciones constituyen una plataforma estratégica para multiplicar la eficacia del patrocinio y maximizar los beneficios derivados de la participación institucional en este evento de primer nivel.

Por todo lo anteriormente expuesto y teniendo en cuenta los datos de impacto de su pasada edición y al posicionamiento del evento, 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.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 15 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 VEINTITRES MIL NOVECIENTOS SESENTA Y SEIS EUROS CON NOVENTA Y CUATRO CÉNTIMOS DE EURO (123.966,94 €), 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: 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.

Ejerc Efec Caja	Posición Presupuestaria	Importe (€)
2025	1239172000.G/71X/22616/00 A411CD21AR	150.000,00

N.º operación A411CD21AR0009

CONT 2025 121705639

15. PUBLICIDAD.

No procede.

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

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

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 16 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



contrato, esto es, CIENTO OCHENTA Y CINCO MIL NOVECIENTOS CINCUENTA EUROS CON CUARENTA Y UN CÉNTIMOS (185.950,41 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: TREINTA MIL EUROS (30.000,00 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 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, 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 y de la plataforma tecnológica que se utilizarán para el desarrollo de los contenidos patrocinados.
 - 1 Jefe de Proyecto con categoría profesional Ingeniero Informático.
 - 1 Técnico de mantenimiento y control audiovisual para la atención de la correcta emisión de spot de la marca en las pantalla de las salas/espacios donde se desarrollen las citadas actividades.
 - 1 Técnico especialista multimedia para la atención de la correcta emisión de los contenidos en streaming.

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

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 17 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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

SI. Condición de ejecución de tipo medioambiental. La empresa adjudicataria vendrá obligada a responsabilizarse de realizar una recogida selectiva de los residuos generados durante las ponencias, demostraciones y talleres patrocinados, en los cuales se desarrolla cocina en vivo o catas, 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 en el Informe de la Asesoría Jurídica AJ-GAPA 2024/84, de fecha 28/08/2024, se hace 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. En relación a la condición especial de ejecución que se propone en el citado informe, 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 PPT (apartado 7. OTRAS CONSIDERACIONES. Subapartado e) se 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

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 18 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 esta perfectamente definida técnicamente y no es posible variar los plazos ni introducir modificaciones de ninguna clase en el contrato, siendo por consiguiente el precio el único factor determinante de la adjudicación.

La máxima puntuación (100 puntos) la obtendrá la oferta económica más baja.

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

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

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.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 19 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO personalización del espacio exclusivo “Gusto del Sur” según las especificaciones recogidas en el punto 3, apartado 3.1 del Pliego de Prescripciones Técnicas (PPT) de la presente licitación.
- 2) **10 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO emisión de spot publicitario de la marca y mención por parte del conductor al inicio y finalización de las actividades patrocinadas con carácter exclusivo dentro de la programación del espacio “Gusto del Sur” y/o en la ponencia patrocinada en el Auditorio Principal del Kursaal.
- 3) **5 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la ponencia patrocinada en el Auditorio Principal del Kursaal.
- 4) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO mención a la marca, y a la cofinanciación con Fondos FEDER de este patrocinio en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.sansebastiangastronomika.com/>, que hagan referencia a las actividades patrocinadas conforme a lo especificado en los apartados 3º y 4º del PPT de la licitación de la que es objeto la presente memoria.
- 5) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO publicación de contenidos en las redes sociales de San Sebastián Gastronomika (Facebook, Instagram, Twitter), con mención a la marca y a la cofinanciación con Fondos FEDER sobre todas las actividades patrocinadas conforme a lo especificado en los apartados 3º y 4º del PPT de la licitación de la que es objeto la presente memoria.
- 6) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO vinculación de la marca a las actividades patrocinadas conforme a lo especificado en los apartados 3º y 4º del PPT de la licitación de la que es objeto la presente memoria , y/o mención de las mismas, y de su cofinanciación a través de Fondos FEDER, en todos los soportes del evento.
- 7) **10%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO incorporación de página de reportaje en “Gastronomika Magazine” en su nueva sección “Números Uno” y/o por el NO desencarte de dicha página en el maletín de congresista.
- 8) **10%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO incorporación de página entera de publicidad de la marca en el suplemento oficial del congreso que se publica en El Diario Vasco y/o por la NO incorporación de página de publicidad en la revista post evento.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 20 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- 9) **2%** del precio del contrato, excluido el IVA, por NO realizar enlace en la Web oficial del evento <https://www.sansebastiangastronomika.com/> a las URL que designe la Agencia y en todos aquellos lugares donde figure la marca, tanto con su logotipo como con su nombre.

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.

Ninguno de los incumplimientos descritos en la cláusula 19 tiene el carácter de incumplimiento de obligación principal, a los efectos del artículo 211 f) LCSP.

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

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

Si la empresa adjudicataria incurriese en 4 o más incumplimientos de los anteriormente citados o los incumplimientos relacionados con la NO presencia o vinculación de “la marca” dieran lugar a una penalidad superior al 25%, el Órgano de Contratación podrá optar por la resolución del contrato.

- **Otros supuestos:**

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

26. PARÁMETROS OBJETIVOS PARA CONSIDERAR UNA OFERTA ANORMALMENTE BAJA.

No procede.

El presupuesto de licitación se establece en función de las tarifas establecidas por la empresa 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/>.

LEOPOLDO GOMEZ DE LARA CARO		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 21 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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:

Sí

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

- Paqui Vázquez Palmero. 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		07/08/2025 08:18:04	PÁGINA: 22 / 22
VERIFICACIÓN	NJyGwtidvjmEb99120stah6uVLsjVK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	