

MEMORIA JUSTIFICATIVA Y DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS PARA LA CONTRATACIÓN MEDIANTE UN PROCEDIMIENTO NEGOCIADO SIN PUBLICIDAD DEL PATROCINIO DE LA ACTIVIDADES DEL VII CONGRESO NACIONAL DE ÁRIDOS QUE SE CELEBRARÁ EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA DEL 22 AL 24 DE OCTUBRE DE 2025. CONTR 2025 497283

1. Necesidad e idoneidad de la contratación.

El Estatuto de Autonomía para Andalucía, aprobado mediante Ley 2/2007, de 19 de marzo, establece en su artículo 49.2.a) que corresponde a la Comunidad Autónoma de Andalucía de acuerdo con las bases y la ordenación de la actividad económica general y en los términos de lo dispuesto en los artículos 38, 131 y 149.1.11º y 13º de la Constitución, **la competencia sobre energía y minas**.

Esta Secretaría General de Industria y Minas ostenta, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 5.1.c) del Decreto 163/2022, de 9 de agosto, por el que se regula la estructura orgánica de la Consejería de Política Industrial y Energía, actual Consejería de Industria, Energía y Minas, las competencias sobre:

*“El fomento y la **promoción de las actividades industriales y mineras** mediante la creación, gestión y diseño de instrumentos y planes de apoyo al desarrollo del tejido productivo industrial y minero, industria 5.0, y los servicios relacionados con estos, **incluida su promoción exterior**.”*

De conformidad con lo establecido en el artículo 49.2.a) del Estatuto de Autonomía para Andalucía corresponde a la Comunidad Autónoma de Andalucía, de acuerdo con las bases y la ordenación de la actuación económica general y en los términos de lo dispuesto en los artículos 38, 131 y 149.1.11.ª y 13.ª de la Constitución, la competencia sobre minas, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 149.1.25.ª de la misma. Como competencia compartida, y en virtud de lo señalado por el apartado 5 del citado artículo 49, le corresponde la regulación y control de las minas y de los recursos mineros, así como así como las actividades extractivas.

Por su parte, el Decreto 163/2022, de 9 de agosto, por el que se regula la estructura orgánica de la Consejería de Política Industrial y Energía, atribuye a esta Consejería de Industria, Energía y Minas, según su artículo 1.1, *“las competencias atribuidas a la Comunidad Autónoma de Andalucía en materia de actividades **industriales**, mineras y energéticas, así como la cooperación económica y el fomento de las iniciativas y acciones en dichos campos”*.

Asimismo, corresponde a la Secretaría General de Industria y Minas tanto el *“fomento y la promoción de las actividades industriales y mineras mediante la creación, gestión y diseño de instrumentos y planes de apoyo al desarrollo del tejido productivo industrial y minero, industria 5.0, y los servicios relacionados con estos, **incluida su promoción exterior**”* (artículo 5.1.c).

Asimismo, a la Dirección General de Minas se le atribuye, en el artículo 8.2, la *“gestión y ordenación del dominio público minero”* (apartado a)), la gestión y la *“elaboración de las propuestas relativas al control y seguimiento del sector minero”* (apartado d)), así como la *“participación en comités, foros y grupos de trabajo en el ámbito minero”* (apartado ñ)).



JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		15/09/2025 08:47:18	PÁGINA: 1 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw8xR7qdWF2Ahob02K0Z8PN8nJO	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Por Acuerdo de 1 de junio de 2021, del Consejo de Gobierno, se aprueba la formulación de la Estrategia para una Minería Sostenible en Andalucía 2030 (EMSA 2030).

El objeto de la Estrategia es constituirse como el instrumento planificador que oriente estratégicamente, hasta el periodo 2030, las actividades de fomento, promoción, seguimiento, ordenación, investigación y explotación de los recursos minerales en el territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía, de acuerdo con los intereses sociales y económicos, tanto sectoriales como generales, de forma coordinada y compatible con la planificación económica, industrial, medioambiental y territorial de Andalucía y en el marco de la normativa europea, nacional y autonómica.

El Gobierno de Andalucía enmarca su nueva política minera en conexión con las nuevas políticas industriales europea y andaluza y dentro de la «revolución verde» que está llevando a cabo, y que se dirige a situar a Andalucía como punto de referencia de la sostenibilidad.

En su ámbito competencial, ha de acompañar adecuadamente el desarrollo del sector, estableciendo un marco de seguridad para todos los actores participantes que favorezca la captación de nuevas inversiones.

Este posicionamiento del sector, y las oportunidades ligadas al mismo, debe reforzarse mediante una mejora continua en el entorno institucional que de manera efectiva acompañe a la sostenibilidad de la actividad en el largo plazo, y aliente una orientación hacia la mayor especialización industrial conforme a las áreas de oportunidad que se detecten en la Estrategia de Especialización Inteligente para la Sostenibilidad de Andalucía 2021-2027, S4 Andalucía.

La séptima edición del Congreso Nacional de Áridos (CNA, en adelante), que se desarrollará en Córdoba entre el 22 y el 24 de octubre de 2025, en el Centro de Exposiciones, Ferias y Convenciones de la ciudad, es un evento de alto valor estratégico alrededor del cual se articula las grandes líneas de acción del sector de los áridos en España. Es el gran nudo de interconexión entre empresas, administración, academia y prensa especializada en el sector de la industria extractiva y las materias primas que, además, sirve como plataforma para interconectar el presente con el futuro de esta actividad en temáticas vitales como la innovación, la legislación, la formación, la sostenibilidad, la economía circular, la calidad del producto, la tecnología, la seguridad y la salud.

El CNA, además, también ejerce como piedra angular en la conexión con organizaciones y asociaciones tanto a escala global (GAIN) como americana (FIPA) y europea (UEPG). Esta capacidad para poder enlazar todas las disciplinas relacionadas con las industrias extractivas, unida a la mencionada posibilidad para intercambiar diversas concepciones del futuro del sector, a la posibilidad de establecer relaciones de primera mano con actores fundamentales tanto de ámbito regional, como estatal e internacional e intercambiar ideas sobre cómo resolver problemas semejantes en diversos escenarios convierte al CNA en un foro imprescindible para conocer de primera mano el mundo de los áridos. Analizar las vías para la mejora de la normativa y de su aplicación y control, es esencial para luchar contra la competencia desleal y para la mejora de la seguridad jurídica de las empresas.

El CNA, que tiene periodicidad trienal, “representa diálogo, innovación, seguridad, transparencia, compromiso con la sociedad y visión a futuro **por eso acoge reuniones como la de mesa sectorial con**

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		15/09/2025 08:47:18	PÁGINA: 2 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw8xR7qdWF2Ahob02K0Z8PN8nJO	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



representantes de la administración regional y estatal, presentaciones de proyectos europeos, seminarios, mesas redondas y talleres específicos”.

Por todo ello, se hace necesario, mediante un contrato privado de patrocinio, de conformidad con el artículo 22 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, en relación con el artículo 26 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, patrocinar diversas actividades en el VII Congreso Nacional de Áridos que implicará la presencia de la marca de la Consejería de Industria, Energía y Minas en este evento y las actividades de difusión del mismo, así como, fundamentalmente, visibilizar el compromiso de la Junta de Andalucía con el desarrollo sostenible, la innovación y la minería responsable.

En este sentido, éste se define como *“aquél por el que el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.”* Por lo tanto, el patrocinador se obliga a pagar una cantidad de dinero determinada a favor de otra persona o entidad a cambio de utilizar su buena imagen en el ejercicio de sus actividades. Esta publicidad no podrán incurrir en ningún supuesto de prohibición del artículo 4.2 de la Ley 6/2005, de 8 de abril, reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía.

La determinación de la naturaleza jurídica del patrocinio está en relación directa con la causa del mismo, con la finalidad de un patrocinio, con el grado de importancia de la actividad de fomento que financia, siendo la causa principal del patrocinio la publicidad institucional a través de la financiación de una actividad privada de un particular. Asimismo, al tratarse de un contrato privado, puesto que no es uno de los contratos administrativos típicos recogidos en el artículo 12 y siguientes de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2017/23UE y 2017/24UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante LCSP 2017) en particular su objeto no encaja en ninguno de los supuestos contemplados en dicho cuerpo legal, ni tampoco se presenta como un contrato administrativo especial ya que no está vinculado al giro o tráfico específico de la Administración ni satisface de forma directa e inmediata finalidad pública de la específica competencia de ésta.

La nota característica y que diferencia el contrato de patrocinio **es la ausencia de profesionalidad de la otra parte contratante, cuestión evidente en este contrato**: mediante el contrato de patrocinio la Administración recibe determinada publicidad, porque presta una ayuda económica a una actividad con una específica repercusión mediática, obteniendo de esa forma publicidad.

También es importante establecer la diferencia que existe entre el contrato de Patrocinio y una subvención, a fin de evitar cualquier tipo de dudas que pueda surgir a lo largo de la tramitación de este expediente, tal y como recoge diversos informes de la Intervención General del Estado, Junta Consultiva de Aragón, e incluso artículos de opinión realizados en el observatorio de contratación pública.

La Junta Consultiva de Aragón recoge, por ejemplo, que la *“equivalencia entre las prestaciones de las partes debe quedar claramente constatada en los pliegos y en el propio documento contractual, de forma que la colaboración en la publicidad de la Administración para el patrocinio tenga entidad suficiente para constituir*

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		15/09/2025 08:47:18	PÁGINA: 3 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw8xR7qdWF2Ahob02K0Z8PN8nJO	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



una contraprestación a la aportación económica que percibe, y así descartar, que, tras la figura de un contrato, pueda ocultarse la concesión de una subvención.”

Asimismo, señala que el “contrato de patrocinio, aún en el caso de ser celebrado por una Administración Pública, tiene consideración de contrato privado, pues el patrocinado, como se ha expuesto anteriormente, no es una empresa dedicada a los servicios publicitarios, lo que excluye la posibilidad de considerarlo como contrato administrativo de servicios...”

En cuanto a si el gasto, objeto del expediente tiene naturaleza jurídica de subvención habrá que comprobar en primer lugar si el objeto del contrato cumple los requisitos que caracterizan a las subvenciones según lo dispuesto en el artículo 2.1.a) de la Ley General de subvenciones, a saber:

- a) Que la entrega se realiza sin contraprestación directa del beneficiario.
- b) Que dicha entrega está sujeta al cumplimiento de un determinado objetivo, la ejecución de un proyecto, la realización de una actividad, ya realizados o por desarrollar.
- c) Que el proyecto o la acción tienen por objeto el fomento de una actividad de utilidad pública o interés social o de promoción de una finalidad pública.

Como se puede ver a lo largo de todo esta memoria, existe una contraprestación directa la cual consiste en visibilizar el compromiso de la Junta de Andalucía con el desarrollo sostenible, la innovación y la minería responsable, máxime en este momento, de gran importancia para la autonomía estratégica y materias primas críticas fundamentales, como Andalucía como objeto preferente de inversión. Asimismo, en cuanto a la aprobación de grandes proyectos mineros como ha sido recientemente, tras una larga tramitación, de la autorización del proyecto de la mina de Aznalcóllar. Ello es lo que denomina la Junta Consultiva de Aragón “*publicidad de carácter indirecto que se ha dado en llamar retorno publicitario*” a través de la campaña de publicidad que la entidad pone en marcha para la difusión del evento.

En el caso que nos ocupa el objeto principal es la visibilidad del compromiso de la Junta de Andalucía con el desarrollo sostenible, la innovación y la minería responsable a través de los diversos medios de comunicación propuestos por la organizadora del evento con la correspondiente cuantificación del retorno publicidad.

Continúa la Junta Consultiva de Aragón: “...*retorno publicitario y que consiste fundamentalmente en que el patrocinado permite que el patrocinador haga pública su colaboración económica en la actividad del patrocinado y también, si así se estipula, en que el patrocinado realice comportamientos activos con esa misma finalidad*”.

El patrocinador, a cambio, disfruta de la notoriedad y de la resonancia de la actividad que desarrolla el patrocinado, con el fin de incrementar entre el público el conocimiento de su nombre o marca y de favorecer su imagen.

No podemos obviar que la obligación del beneficiario de una subvención, en cuanto a la publicidad, tan sólo consiste en incorporar el logo corporativo en toda la publicidad que se ponga en marcha a fin de

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		15/09/2025 08:47:18	PÁGINA: 4 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw8xR7qdWF2Ahob02K0Z8PN8nJO	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



promocionar el proyecto. Mediante la subvención se fomenta, se promociona una actividad, proyecto o acción concreto y específico de utilidad pública o interés social o de promoción de una finalidad pública. En ello, lo que está claro que el interés no consiste en obtener publicidad: a través de una subvención lo que realmente se publicita es la administración pública que apoya económicamente ese proyecto.

Por lo tanto, la Junta de Andalucía, si ése fuese el caso, no recibiría ningún bien o servicio a cambio de su aportación; realizaría una aportación patrimonial gratuita, no obteniendo, a cambio, ningún resultado del encuentro. Así se detalla de forma expresa en el artículo 2.3.b) del Reglamento de la LGS, en el que ésta se declara aplicable, en particular, a *“los convenios de colaboración por los que los sujetos previstos en el artículo 3 de la Ley (esto es, los competentes para otorgar subvenciones) asumen la obligación de financiar, en todo o en parte, una actividad ya realizada o a realizar por personas sujetas a derecho privado y cuyo resultado, material o inmaterial, resulte de propiedad y utilización exclusiva del sujeto de derecho privado”*, por lo que en estos casos resulta indubitable la aplicación de la LGS (Informe de la Intervención General del Estado de 1 de marzo de 2008).

Realmente, ante lo expuesto, es donde consideramos que radica la diferencia principal del patrocinio, como podemos ver, éste va más allá de una subvención, puesto que aquí existen obligaciones determinadas para las partes intervinientes, cuyo objeto es dar visibilidad a Andalucía como región comprometida con una minería responsable, el desarrollo sostenible y la innovación, y, por tanto, destino de inversión en diversas plataformas, puesto que su repercusión en los medios de comunicación proporcionará un beneficio publicitario e incluso económico, superior a otros sistemas de publicidad directa o convencionales.

En este sentido, y como figura en el apartado correspondiente al presupuesto, la visibilidad proporcionada al patrocinador y el retorno publicitario queda plenamente justificado tal y como sigue, sin perjuicio de, en el momento de presentar la factura, acreditar específicamente el mismo tras la celebración del Congreso:

1. Presencia institucional

- 1.a. Intervención de autoridades autonómicas en la apertura o clausura y reuniones y sesiones técnicas.
- 1.b. Logo en el programa oficial, web, app del congreso y anuncios en revistas técnicas sectoriales.
- 1.c.. Mención destacada en notas de prensa y discursos.

2. Cobertura en medios

- 2.a. Nota de prensa oficial enviada a medios regionales y nacionales y revistas técnicas sectoriales.
- 2.b. Difusión en boletines sectoriales como ANEFA y FdA y medios especializados.
- 2.c. Estimación de impactos: nº de artículos, audiencia media por medio, coste publicitario por inserción.
- 2.d. Redes sociales y marketing digital
- 2.e. Nº de publicaciones en X y LinkedIn con mención a la Junta de Andalucía.
- 2.f. Influencia de hashtags oficiales con mención a patrocinadores.

3. Material físico. Inclusión del logo en: Cartelería, Pendrive.

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		15/09/2025 08:47:18	PÁGINA: 5 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw8xR7qdWF2Ahob02K0Z8PN8nJO	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Cálculo del Valor Publicitario Equivalente

Acción de visibilidad	Alcance estimado	Coste publicitario equivalente
Inserciones en prensa nacional/regional	40.000 lectores	12.250,00 €
Visibilidad en redes sociales (orgánico+ads)	150.000 lectores	3.665,00 €
Presencia en elementos impresos del evento	2.800 personas	1.320,00 €
Mención en ponencias y paneles	341 menciones	200,00 €
Difusión a través de boletines sectoriales	60.000 envíos	7.442,00 €
TOTAL estimado		24.877,00 €

Se respetan, por ende, los principios recogidos en el artículo 4.1 de la Ley 6/2005, de 8 de abril, según lo dispuesto en su artículo 1.

2. Objeto y descripción.

El alcance de los trabajos se circunscribe al patrocinio de diversas actividades, sobre las cuales corresponde todas las actuaciones de gestión del mismo y en exclusiva mediante una secretaría técnica a la empresa MEET& FORUM,S.L., dentro del VI Congreso Nacional de Áridos, mediante:

1. Patrocinio Platino .

1.1. Colocación de la marca de la Consejería de Industria, Energía y Minas en:

- Avance de programa.
- Programa final.
- Página web del VII CNA.
- Anuncio del Congreso en medios de comunicación.
- Carteles principales de las salas del Congreso.
- Publicación del Congreso.

1.2. Publicación de un artículo promocional en el boletín digital del Congreso y en Redes Sociales.

- Difusión entre una base de datos de más de 30.000 personas.
- Difusión en todas las Redes Sociales del Congreso, así como de la FdA (entidad que organiza el congreso y las asociaciones que la integran (ANEFA, ARIGAL, ARIVAL, Euskalárido y Gremi d'Àrids de Catalunya)

2. Patrocinio de uno de los eventos en el seno del desarrollo VII Congreso Nacional de Áridos. En concreto, patrocinio de la cena andaluza. Colocación de la marca de la Consejería de Industria, Energía

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		15/09/2025 08:47:18	PÁGINA: 6 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw8xR7qdWF2Ahob02K0Z8PN8nJO	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



y Minas en:

- a. Avance de programa.
- b. Programa final.
- c. Página web del VII CNA.
- d. Durante la celebración de la cena.

3. Patrocinio del pendrive con el libro de comunicaciones del VII CNA (trabajo científico técnico del congreso).

Colocación de la marca de la Consejería de Industria, Energía y Minas en todos los pendrives que se entregan a todos los congresistas e invitados que asisten (se espera más de 800 personas). En estos se recogen todas las comunicaciones y posters científicos – técnicos (más de 100 trabajos) que se exponen durante todo el congreso.

Se incluyen, adicionalmente:

1. Proyección de video institucional en pantalla gigante en bucle con otros vídeos de otras entidades.
2. Difusión de información institucional (colocación de puntos de difusión e inclusión de folleto en cartera).
3. Participación de autoridades (apertura, clausura, mesas redondas, etc.).
4. Coanfitrión de la reunión de directores generales competentes en minería (convocatoria conjunta con FdA).
5. Presentación situación EMSA 2030 y planes de MPM de Andalucía.

Las actividades que conforman el objetivo de aplicación de los servicios requeridos en el presente contrato, en base a su CPV, se especifican en la tabla siguiente:

CÓDIGO CPV	ACTIVIDAD
79341000-6	Servicios de publicidad

3. Justificación de insuficiencia de medios.

De cara al desarrollo de los trabajos previstos, y dado que se trata de un contrato de patrocinio que sólo puede adjudicarse a la entidad organizadora del Congreso, lógicamente, se hace necesario contar con los servicios de la misma.

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		15/09/2025 08:47:18	PÁGINA: 7 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw8xR7qdWF2Ahob02K0Z8PN8nJO	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Los medios humanos y materiales propios disponibles en la Secretaría General de Industria y Minas y en la Dirección General de Minas carecen de los equipos técnicos y del conocimiento necesario y obligatoriamente interdisciplinar para la realizar las tareas objeto del procedimiento de contratación, así como no corresponder a sus tareas ordinarias la realización de ejecutar servicios de publicidad.

Con la externalización del servicio no se trata de cubrir necesidades permanentes de personal para el ejercicio de las competencias propias de esos centros directivos, ya que únicamente desarrolla una serie de actuaciones especializadas concretas.

Por todo ello, al objeto de lograr una presencia destacada en el evento nacional de la minería más destacado como es el Congreso Nacional de Áridos, gestionándose la ejecución de los trabajos en exclusiva mediante una secretaría técnica por la entidad Meet & Forum S.L., la cual, previamente a su adjudicación, deberá acreditar los requisitos exigidos de solvencia y capacidad técnica y económico-financiera dentro de la licitación de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se trasponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante LCSP).

4. Presupuesto base de licitación y plazo de ejecución.

4.1. Presupuesto base de licitación.

Importe total (IVA excluido): Veinte mil euros (20.000,00 €).

Importe del IVA: Cuatro mil doscientos euros (4.200,00 €).

Importe total (IVA incluido): Veinticuatro mil doscientos euros (24.200,00 €).

Importe desglosado:

PRESUPUESTO	
CONCEPTO	(€) EUROS
Patrocinio Platino ● Colocación del logotipo ○ Avance de programa ○ Programa final ○ Página web del VII CNA ○ Anuncio del Congreso en medios de comunicación ○ Carteles principales de las salas del Congreso ○ Publicación del Congreso ● Publicación de un artículo promocional en el boletín digital del Congreso y en Redes Sociales	4.000,00

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		15/09/2025 08:47:18	PÁGINA: 8 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw8xR7qdWF2Ahob02K0Z8PN8nJO	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



○ Difusión entre una base de datos de más de 30.000 personas. ○ Difusión en todas las Redes Sociales del Congreso, así como de la FdA (entidad que	3.000,00
Subtotal Patrocinio Platino	7.000,00
Patrocinio de uno de los eventos en el seno del desarrollo VII Congreso Nacional de Áridos. En concreto, patrocinio de la cena andaluza . ● Colocación del logotipo ○ Avance de programa ○ Programa final ○ Página web del VII CNA ○ Durante la celebración de la cena	8.000,00
Patrocinio del pendrive con el libro de comunicaciones del VII CNA (trabajo científico técnico del congreso) ● Colocación del logotipo en todos los pendrives que se entregan a todos los congresistas e invitados que asisten (se espera más de 800 personas). ○ En estos se recogen todas las comunicaciones y posters científicos – técnicos (más de 100 trabajos) que se exponen durante todo el congreso.	5.000,00
TOTAL	20.000,00

Valor estimado del contrato: Veinte mil euros (20.000,00 €).

4.2. Valor publicitario equivalente.

Visibilidad proporcionada al patrocinador:

1. Presencia institucional

- 1.a. Intervención de autoridades autonómicas en la apertura o clausura y reuniones y sesiones técnicas.
- 1.b. Logo en el programa oficial, web, app del congreso y anuncios en revistas técnicas sectoriales.
- 1.c.. Mención destacada en notas de prensa y discursos.

2. Cobertura en medios

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		15/09/2025 08:47:18	PÁGINA: 9 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw8xR7qdWF2Ahob02K0Z8PN8nJO	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- 2.a. Nota de prensa oficial enviada a medios regionales y nacionales y revistas técnicas sectoriales.
- 2.b. Difusión en boletines sectoriales como ANEFA y FdA y medios especializados.
- 2.c. Estimación de impactos: nº de artículos, audiencia media por medio, coste publicitario por inserción.
- 2.d. Redes sociales y marketing digital
- 2.e. Nº de publicaciones en X y LinkedIn con mención a la Junta de Andalucía.
- 2.f. Influencia de hashtags oficiales con mención a patrocinadores.

3. Material físico. Inclusión del logo en: Cartelería, Pendrive.

Cálculo del Valor Publicitario Equivalente

Acción de visibilidad	Alcance estimado	Coste publicitario equivalente
Inserciones en prensa nacional/regional	40.000 lectores	12.250,00 €
Visibilidad en redes sociales (orgánico+ads)	150.000 lectores	3.665,00 €
Presencia en elementos impresos del evento	2.800 personas	1.320,00 €
Mención en ponencias y paneles	341 menciones	200,00 €
Difusión a través de boletines sectoriales	60.000 envíos	7.442,00 €
TOTAL estimado		24.877,00 €

Nota: Las tarifas empleadas se basan en precios medios de mercado de publicidad en medios impresos, redes sociales y soportes físicos en eventos corporativos.

4.2. Plazo de ejecución.

El plazo de ejecución del contrato se fija del 22 al 24 de octubre de 2025, días de celebración del Congreso.

5. Justificación del procedimiento de contratación.

Por las características propias de esta contratación, calificada de servicios en virtud del artículo 17 de la LCSP, **se propone realizar esta adjudicación por procedimiento negociado sin publicidad**, garantizándose, salvo en aquellos aspectos que resultan de la propia naturaleza del procedimiento de adjudicación propuesto, el cumplimiento de los principios transversales recogidos en el artículo 1.1 de dicha LCSP.

De conformidad con el artículo 168.a.2º de la LCSP, contempla como supuesto para el uso del procedimiento negociado sin publicidad:

*“2.º Cuando las obras, los suministros o los servicios **solo puedan ser encomendados a un empresario determinado, por alguna de las siguientes razones:** que el contrato tenga por objeto la creación o adquisición de una obra de arte única no integrante del Patrimonio Histórico español o actuación artística*

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		15/09/2025 08:47:18	PÁGINA: 10 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw8xR7qdWF2Ahob02K0Z8PN8nJO	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



*única; **que no exista competencia por razones técnicas**; o que proceda la protección de derechos exclusivos, incluidos los derechos de propiedad intelectual e industrial”.*

En este sentido, para el caso de la contratación considerada concurren dos circunstancias que justifican el acogerse a lo establecido en el artículo reseñado. Por un lado, desde el punto de vista técnico, dado que la ejecución de los trabajos del evento corresponde en exclusiva a la entidad MEET & FORUM S.L, con NIF n.º B83271577, que asume todas y cada una de las obligaciones y las responsabilidades derivadas de la ejecución del contrato de patrocinio, conforme a la certificación que obra en el expediente, y por otro lado, al tratarse, asimismo, de un contrato de patrocinio.

7. Responsabilidad del contrato.

La Dirección General de Minas propone que desempeñe la labor de Responsable del Contrato la persona que ocupe el puesto de Consejero Técnico de la Dirección General de Minas. Las funciones de esta persona serán las especificadas en el PPT.

EL SECRETARIO GENERAL DE INDUSTRIA Y MINAS

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		15/09/2025 08:47:18	PÁGINA: 11 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw8xR7qdWF2Ahob02K0Z8PN8nJO	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	