

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 35 EDICIÓN DEL SALÓN INTERNACIONAL DEL CABALLO - "SICAB" 2025, A CELEBRAR EN SEVILLA DEL 18 AL 23 DE NOVIEMBRE 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 34 edición del Salón Internacional del Caballo – SICAB – 2025, que se celebrará en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla (FIBES), del 18 al 23 de noviembre de 2025.

2. CÓDIGO GEXAP.

CONTR 2025 156241

3. CÓDIGO CPV.

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

4. SERVICIO PROPONENTE.

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

Personal de Contacto:

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

5. JUSTIFICACIÓN DEL CONTRATO:

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

AGAPA, en virtud de lo establecido en el artículo 2 de sus Estatutos, tiene como finalidad la ejecución de las políticas orientadas a alcanzar los objetivos básicos previstos en el artículo 10.3.13º del Estatuto de Autonomía que le sea asignada por la Consejería a la que se encuentra adscrita. Para ello, la Agencia, en el marco de la planificación y coordinación definido por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, está dotada de una serie de funciones y competencias que ha de desarrollar en el ejercicio de las potestades propias atribuidas en sus Estatutos y que se recogen en el Contrato Plurianual de Gestión (en adelante el Contrato o C.P.G.) de AGAPA.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 1 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 35 edición del evento Salón Internacional del Caballo - "SICAB" 2025, a celebrar en Sevilla los próximos del 18 Al 23 de noviembre de 2025, bajo la dirección, coordinación y supervisión de dicha Dirección General.

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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 2 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfKTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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.

Por otra parte, explorar nuevos formatos de eventos, para lograr un mayor alcance en los objetivos de promoción y difusión de nuestras producciones agroalimentarias y pesqueras de calidad, es una de la premisas de cara a la elaboración de los planes de promoción.

La presencia de nuestras producciones agroalimentarias y pesqueras de calidad en la 35 edición del Salón Internacional del Caballo, SICAB 2025, vuelve a representar una excelente oportunidad para el posicionamiento entre un público nacional e internacional que se aleja del habitual, de alto poder adquisitivo, para la nueva marca de calidad “Gusto del Sur”, tras su lanzamiento oficial que tuvo lugar en septiembre 2023.

Así mismo, la participación institucional de la Consejería en este evento supone pues, una ocasión única para promocionar entre un consumidor de “alto standing” la imagen de Andalucía y de sus productos agroalimentarios y pesqueros, como mejor carta de presentación, especialmente de aquellos amparados por alguna de las figuras de calidad diferenciada, tales como “Gusto del Sur” o las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) o las Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG). De esa forma, se contribuye a fortalecer nuestro posicionamiento, favoreciendo las oportunidades de negocio en el exterior de nuestras empresas y por tanto, su internacionalización. Un objetivo en línea con la cofinanciación de este evento, a través de fondos europeos (FEDER).

El carácter netamente internacional de SALÓN INTERNACIONAL DEL CABALLO – SICAB, como la muestra de caballos de Pura Raza Española (PRE) más importante del mundo, y su público target, dónde nos encontramos a lo más selecto del panorama del sector ecuestre a nivel nacional e internacional, ganaderos y criadores de más de 70 países, estando muchos de ellos ligados empresarialmente al sector de la gran distribución de alimentos y a grandes cadenas de restauración.

Todo ello unido a la alta repercusión mediática y potencial como generador de negocios del propio evento, contribuirá, por un lado, a reforzar el prestigio e imagen nuestro sector agroalimentario y pesquero. Y por otro, a incrementar el grado de internacionalización de las pymes andaluzas, para lograr un aumento de las exportaciones y de las inversiones extranjeras en nuestro territorio.

SICAB, que acumula más de tres décadas de ediciones de manera ininterrumpida, se ha consolidado como el mayor evento ecuestre en torno al caballo de Pura Raza Española (PRE) a nivel mundial. Es el tercer acontecimiento más influyente a nivel económico y turístico que se celebra en la ciudad de Sevilla, sólo superado por la Semana Santa y la Feria de Abril, alcanzando cada año los 40 millones de euros de impacto económico en la ciudad y las 200.000 visitas. De las cuales, un alto porcentaje se corresponde con un perfil profesional de directivos o inversores activos, profesionales del sector de la gran distribución de alimentos y de grandes cadenas de restauración que comparten su actividad empresarial principal con la cría de ejemplares equinos PRE (Pura Raza Española).

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 3 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



En la edición del año pasado participaron 323 ganaderías, que presentaron 890 caballos PRE. SICAB ocupó la totalidad de los 75.000 metros cuadrados disponibles en FIBES-Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla, que es uno de los espacios expositivos más grandes de España.

En línea con su gran dimensión y proyección internacional, SICAB lleva asociado una alta repercusión mediática, además de disponer de sus propios canales de comunicación digital. En este sentido, el portal televisivo del Salón (SICAB.TV), la web y su aplicación de concursos se convierten en el punto de mira de aficionados de todo el mundo que siguen las pruebas y resultados en directo. Cabe destacar que en la edición de 2025, ambas plataformas han cruzado fronteras hasta llegar a más de 70 países . Volviendo a ser los más activos 12 de ellos ; España, Alemania, Reino Unido, Países Bajos, Portugal, Francia, Suecia e Italia, Bélgica, Nicaragua, México y Estados Unidos. Además, SICAB se podrá una vez mas, seguir online desde los dispositivos móviles, a través de las redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.

En SICAB exponen todo tipo de empresas que operan en mas de 25 sectores .Por su parte el evento se posiciona como la mejor opción para que la Consejería invierta en la promoción del sector agroalimentario debido a varias razones:

Posicionamiento de marca:Vinculación con un símbolo de prestigio y tradición española: El caballo de Pura Raza Española (PRE) está asociado a la excelencia, la artesanía y el patrimonio cultural. Patrocinar SICAB permite que tu marca se asocie con esos valores.

Internacionalización: SICAB atrae a compradores, criadores y visitantes de más de 60 países, lo que proporciona visibilidad global sin salir de España.

Alcance y notoriedad: Gran volumen de visitantes: Es uno de los eventos ecuestres más visitados del mundo, con decenas de miles de asistentes presenciales cada año y Cobertura mediática masiva: Televisión nacional e internacional, prensa escrita, radio y redes sociales garantizan amplia difusión.

Oportunidades de networking y negocio para empresas andaluzas:Reúne a un público objetivo de alto poder adquisitivo (criadores, empresarios, coleccionistas, aficionados premium).Permite generar relaciones B2B y B2C en un ambiente distendido pero altamente cualificado.

Experiencia de marca en un entorno único: con espacios para activaciones, stands, experiencias VIP y hospitalidad corporativa.Y por otro lado escenarios visualmente espectaculares (desfiles, competiciones morfológicas, exhibiciones ecuestres) ideales para generar contenido.

Se distingue este evento de otros eventos promocionales celebrados en nuestro país por las siguientes causas:

1. Temática: Centrado en el Pura Raza Española, un icono cultural con proyección internacional.
2. Especialización:siendo un evento monográfico, líder mundial en su segmento y normalmente multi-sectorial
3. Duración e impacto : Al tratarse de una semana de actividades continuas con alta concentración de público especializado siendo el resto de eventos más cortos o dispersos en el tiempo.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 4 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



4. Público Mixto: Profesional, internacional y aficionado premium además de en muchos casos, público local o regional.
5. Proyección exterior: Para la Marca España y para turismo ecuestre internacional. Y por otro lado mayoritariamente de alcance nacional.

Espectacularidad: Al tratarse de un gran formato visual y emocional, ideal para comunicación de la marca, pues pocos eventos logran combinar competición, exhibición y feria comercial en un mismo espacio.

Por todo ello SICAB no es solo un evento comercial, sino un escaparate de la cultura española, un punto de encuentro internacional y una plataforma emocionalmente potente para marcas que quieren asociarse con prestigio, tradición y proyección global.

Tanto es así que la Consejería fundamenta la elección de participar una vez mas en este evento en las siguientes premisas:

1. Impacto económico y alcance global: Reconocimiento internacional con un alto volumen de visitantes: Más de 200 000 visitantes procedentes de 18 países de manera presencial y con una audiencia digital que supera las 360 .000 visualizaciones desde 74 países.

1. Impacto económico local: En la edición 2024, el impacto para Sevilla fue de entre 40 y más de 60 millones de euros, generando alrededor de 2 000 empleos directos.

2. Magnitud y sofisticación del evento: Con una participación internacional de primer nivel e Infraestructura de primer orden; 75 000 m² en FIBES, 81 palcos ganaderos, 321 stands comerciales y más de 2 000 profesionales trabajando durante los seis días

3. Visibilidad y difusión multicanal : Respaldo por más de 350 periodistas acreditados de más de una docena de países, junto a una veintena de influencers nacionales e internacionales . Reportando un Streaming de alto rendimiento(207 958 usuarios de 70 países, con una media de permanencia superior a los 13 minutos en SICAB TV). Así como con por su Presencia digital destacada: 1,2 millones de impresiones en Facebook, 2,18 millones en Instagram con un promedio de 73 779 personas diarias y más de 40 000 visitas al perfil .

Todo ello supone para su la marca Gusto del Sur:

-**Refuerzo de imagen de marca:** Vinculación con valores de tradición, excelencia y cultura española, en un contexto internacional.

-**Alto retorno de exposición** dados los datos Audiencias globales (presencial y on line), amplificación mediática y de Redes Sociales.

-**Acceso directo a un público exclusivo** : Criadores, aficionados premium, prensa especializada e influencers de alto perfil.

-**Impacto económico y reputacional** : Beneficio económico para la ciudad de Sevilla y para Andalucía en general, prestigio asociado al vehículo promocional más destacado del sector ecuestre.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 5 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



-**Visibilidad multiformato:** Presencia física (stands, palcos), digital (streaming, redes), institucional y cultural.

CIFRAS DE PARTICIPACIÓN E IMPACTO ECONÓMICO SICAB 2023 y 2024

Conceptos	2023	2024	%
Visitantes	252.588	254.363	-
Caballos Participantes	890 de 323 ganaderías	893 de 323 ganaderías	890 de 323 ganaderías
Medios Acreditados	266	350	+31%
Valoración Económica Presencia en Medios	8.6M€	5.4M€	59%
Impacto Económico Generado a la Ciudad	65.374.205€	75.333.299 €	15,2%
Fuente : Anexo 2 Informe de Impacto SICAB 2024 y Anexo 3 Informe de impacto SICAB 2023			

Como se puede observar en la tabla superior, el **impacto total económico que ha recibido Sevilla**, por ser la sede del evento de SICAB 2024, teniendo en cuenta la valoración económica en medios y el valor económico generado a la ciudad, ha sido de **75.333.299 €**

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

Sponsor	TV	Clipping	Onsite	Redes Sociales	Digital	TOTAL
Junta de Andalucía	856.700 €	3.480.877 €	84.385 €	2.423 €	2.490 €	4.426.874 €
“Gusto del Sur”	1.250.710 €	1.305.329 €	83.618 €	2.002 €	2.178 €	2.643.836 €
TOTAL	11.469.767 €	17.730.719 €	975.367 €	46.229 €	30.809 €	30.252.891 €

Por otra parte y si atendemos al impacto por tipo de medio, del informe elaborado por la consultora Camaleonic Analytics (Anexo 2) para el pasado año, se desprende los siguientes datos:

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 6 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



RESUMEN IMPACTO POR TIPO DE MEDIO - SICAB 2024

Tipo de canal	Núm. noticias	Alcance	Valor económico
Prensa Online	671	13.241.943	657.224€
Prensa impresa	134	170.589.088	1.146.942€
Radio	101	17.847.189	1.599.561€
Tv	45	11.978.130	1.074.207€
RRSS(*)	2.107	70.157.743	960.937€
TOTAL	3.058	283.814.093	5.438.871€

Las redes sociales de SICAB en 2024 han vuelto a jugar también un papel determinante para la difusión del Salón Internacional del Caballo PRE en todo el mundo, destacando las visitas que han provenido desde México, Estados Unidos, Alemania, Italia, Portugal y Francia . Los perfiles oficiales de SICAB, durante la semana de celebración, han registrado miles de interacciones por parte de los usuarios. Los valores totales de las cuentas oficiales de SICAB recogidos en documento **Anexo 2 citado anteriormente** , son los que se muestran a continuación comparándose con el 2023:

ALCANCE EN REDES SOCIALES SICAB 2024 y % sobre el 2023

ALCANCE EN RRSS(*)		
Red Social	2024	Variación sobre los datos 2023(%)
TWITTER - X:	93.366	+13,1%
FACEBOOK - FB:	116.077	+48,1%
INSTAGRAM – IG:	17.334.256	+31,4%
TOTAL	17.543.699	30,8%

Atendiendo al retorno de la comunicación del evento, los datos de la pasada edición ponen de manifiesto que SICAB cuenta con una gran capacidad de difusión de contenidos. Las estadísticas de la plataforma tele-

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 7 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



visiva CLIPMYHORSE.TV reflejan un incremento aproximado del 70%(las visualizaciones en el 2024 fueron 312 678 vistas) suponen un incremento exponencial respecto al año pasado . Al tratarse de un evento profesional, no Business to Consumer (B2C) dirigido al público en general, a nivel de comunicación los esfuerzos de difusión se centran en promoción especializada, no generalista, es decir, medios de comunicación de perfiles técnico y económicos.

En lo que respecta a la previsión de impacto para la edición de 2025, la organización de SICAB aspira a incrementar los valores de impacto de audiencia hasta alcanzar 285M frente a los 283 de 2024. De igual manera, el impacto económico de la edición de 2024 se espera supere los 6 millones de euros. Constatándose por tanto la progresión ascendente de sus resultados desde su creación 1990. En la siguiente tabla se exponen desagregadas las previsiones anteriormente indicadas(Anexo 4):

PREVISIONES DEL SICAB 2025		
NÚMERO DE VISITANTES:		260000
CABALLOS PARTICIPANTES:		900
MEDIOS ACREDITADOS:		360
PAÍSES PARTICIPANTES		12
PAÍSES DE LOS VISITANTES		20
VALORACIÓN DE PRESENCIA EN MEDIOS:		6 M €
AUDIENCIA:		285M
NOTICIAS PUBLICADAS: (prensa ,tv, radio y on line)		3100
SUPERFICIE OCUPADA		75.000 m2
STANDS COMERCIALES Y GANADEROS		321
PALCOS GANADEROS		81
NOTICIAS EN TV		50
NOTICIAS EN RADIO		110
NOTICIAS EN PRENSA EN PAPEL:		145
NOTICIAS EN PRENSA DIGITAL:		700
REDES SOCIALES (ALCANCE):		70.500.000
SICAB.TV:		315.000 accesos de 70 países

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 8 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfKTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



A la hora de valorar la conveniencia de participar en la 35 edición SICAB, también se ha atendido a lo que dicha participación reporta en términos de reputación e imagen, contribuyendo a una mayor visibilidad y alcance del patrocinador y su marca, tanto con su presencia en el evento como a través del uso del logotipo y la imagen corporativa de este congreso en sus principales comunicaciones.

La experiencia como participante en este evento se ve reforzada mediante la libre disposición de una serie de acreditaciones o pases que conforman una valiosa herramienta de networking o contactos profesionales.

A todo ello, cabe sumar el valor añadido que supone para este evento mantener su vertiente digital, mediante una importante generación y dinamización de contenidos en RRSS. Ello propiciará, sin duda, una mayor participación, alcance y repercusión de las acciones objeto de patrocinio, contribuyendo de este modo a un mayor retorno de la inversión. Retorno que además se podrá monitorizar y cuantificar a través de las analíticas de las plataformas en cuestión, pudiéndose así valorar y orientar, en función de los resultados obtenidos, el planteamiento de la participación futura de la Consejería en este evento.

Al valor añadido que reporta la participación en esta acción, desde el punto de vista de resultados obtenidos y la excelencia del público destinatario a nivel internacional, se ha de añadir también el interés de este evento como plataforma internacional de nuestra producción agroalimentaria y pesquera de calidad. Donde destacan nuestros productos más icónicos como el AOVE, las frutas y hortalizas o el jamón ibérico, así como otros menos conocidos pero igual de excelentes (*no el balde, Andalucía es la principal comunidad autónoma de España en número de denominaciones de calidad, con 66 figuras de calidad reconocidas, entre Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG)*). Cabe destacar además la línea ascendente de la nueva Marca de Calidad “Gusto del Sur” que respalda en la actualidad más de 193 empresas adheridas y 488 productos agroalimentarios hasta la fecha (<https://www.gustodelsur.es/>).

Con esta acción concreta, la Consejería desea, por tanto, apoyar a las empresas andaluzas para dar a conocer sus productos en SICAB 2025, a fin de fortalecer sus relaciones comerciales con potenciales clientes extranjeros y aumentar su volumen de negocio en el ámbito internacional. Todo ello permitirá incrementar el la proyección internacional de las Pymes de Andalucía, generar empleo de calidad y fortalecer la posición de los productos andaluces en el exterior.

En atención a lo anteriormente expuesto, la Consejería valora participar en esta XXXV edición de este evento internacional, 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 durante los días de celebración del SALÓN INTERNACIONAL DEL CABALLO – SICAB 2025:

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 9 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



1. Patrocinio exclusivo de 1 espacio gastronómico "Stand Gusto del Sur":

1.1. Patrocinio exclusivo del Stand de 64m2 para el desarrollo de actividades gastronómicas; "Stand Gusto del Sur" . Incluirá el diseño del espacio dedicado a la promoción de nuestros productos para desarrollo de como mínimo 4 actividades experienciales culinarias al día ,repartidas en mañana y tarde, 2 a 2 ,cada uno de los días del evento (Cocina en directo,catas,degustaciones y /o presentaciones).Se incluirá así mismo la dotación de equipos menaje,electrodomésticos,utensilios de cocina, necesidades de frío,etc,...así como la materia prima para elaboración de los platos y/o degustaciones para la ejecución de la programación etc.

1.2. Patrocinio exclusivo de la programación del "Stand Gusto del Sur", con actividades gastronómicas; durante todo el evento.

Se diseñará una programación que albergará un mínimo 5 actividades experienciales culinarias al día ,repartidas en mañana y tarde, 3 a 2 ,cada uno de los días del evento de martes a sábado y 3 actividades sólo de mañana el domingo (Cocina en directo,catas,degustaciones y /o presentaciones).

El programa de actividades será dirigido por una persona que diseñará la programación,dirigirá su ejecución, coordinará la dotación de equipos; menaje, necesidades de frío, materia prima para elaboración de los platos, etc....

El desarrollo de las actividades será dirigido por una persona que diseñará dicho programa de actividades, a aprobar por parte de la Agencia/Consejería, así como dirigirá su ejecución, coordinará la dotación de equipos humanos y materiales; menaje, necesidades de frío, materia prima para elaboración de los platos, etc....

Estas actividades irán dirigidas, entre otros, a ganaderos internacionales, medios comunicación especializados, influencers y bloggers, empresas de distribución, etc unas 8/10 personas en cada una de ellas previa invitación .*La empresa confeccionará las listas de los invitados que han de ser aprobadas por la Agencia/Consejería.*

- Agencia de actividades gastronómicas GS con mención en el programa SICAB deberá incluir productos andaluces con reconocimiento de Calidad ligado al origen (DO,DOP,IGP,ETG o producción integrada) así como los acogidos a la marca "Gusto del Sur" se incluirán:

- Cocina en directo.
- Catas.
- Degustaciones.
- Presentaciones.

2-Patrocinio de 2 actividades en los Palcos Ganaderos (pista del pabellón 1) : Consistente en dos degustaciones gratuitas , dos de los cinco días del evento(miércoles y jueves), con showcookings en directo de un plato "Gusto del Sur" (81 palcos, 486 pax). Esto implicará:

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 10 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- Presencia de platos “Gusto del Sur” en la carta del catering con distintivo de la marca.
- Los platos serán cocinados por diferentes restauradores de Andalucía.
- Degustación de un plato “Gusto del Sur” para cada palco, con maridaje de vinos andaluces reconocidos por la marca para todos los comensales.
- Los showcookings tendrán lugar en la pista del pabellón 1, con apoyo de pantalla gigante y sonido para proyección del spot.

3- Patrocinio Cena de Gala SICAB 2025: Se elaborarán 4 tapas “aperitivos gusto del Sur” por parte de restaurantes andaluces a incluir en los aperitivos de la cena de gala del sábado 22 de noviembre (220 pax). Estas tapas estarán incluidas en la minuta de dicha cena y los productos a utilizar estarán reconocidos por la marca “gusto del Sur”.

Contará entre sus asistentes con ganaderos internacionales, medios comunicación especializados, empresas de distribución, instituciones, etc. El espacio estará ubicado en un lugar emblemático de la ciudad de Sevilla, y contará con una superficie y equipamientos necesarios para el adecuado desarrollo de la actividad prevista.

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 SALÓN INTERNACIONAL DEL CABALLO SICAB 2025

Denominación	SALÓN INTERNACIONAL DEL CABALLO – SICAB.
Organización	Real Asociación Nacional de Criadores de Caballos de Pura Raza Española (ANCCE)
Sector	Caballo Pura Raza Española (PRE)
Ámbito y carácter	Evento internacional, dirigido a público profesional y general
Formato	Presencial y on line
Lugar	Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla (FIBES)
Fecha	Del martes, 18 al domingo 23 de noviembre
Horario^(**)	RECINTO: de 9.30h a 21.00h (martes a sábado). De 9.30h a 19.00h (domingo) ESPÉCTACULO ^(*) : 20.00h (martes, con invitación) / 20.00h (miércoles a viernes) / 13.30h (mañana) y 19.30h (tarde) (sábado) / 17.00h (domingo)
Periodicidad	Anual

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 11 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfKTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Edición	XXXV
Perfil del visitante	Ganaderos del sector, profesionales y amantes del mundo ecuestre y en especial del caballo Pura Raza Española de dentro y fuera de España, autoridades, periodistas de medios de comunicación generales y especializados, empresarios agroalimentarios, gran distribución, restauración, etc.

La entidad es propietaria y organizadora única del evento 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 Sevilla con carácter anual.

Dicha circunstancia se acredita por parte de la citada empresa mediante certificación – declaración responsable que queda incorporada como **Anexo 1** a este expediente como documento adicional no firmable.

6. TIPO DE CONTRATO.

☒ **Contrato privado**

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

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

En función de su régimen jurídico de derecho comunitario:

☒ **Contratos NO sujetos a regulación armonizada.**

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

☒ **Contratos privados**

7. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN

☒ **Procedimientos no ordinarios** (en supuestos tasados):

☒ **Negociado sin Publicidad.**

☐ **Tramitación de urgente.**

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

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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 12 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfKTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



«cualquier intento de forzar la concurrencia en una cuestión de esta naturaleza, siempre y a cualquier precio, solo podría acabar mezclando entidades con actividades muy diferentes, de difícil o imposible homogeneización, tanto en cuanto al presupuesto de la actividad, como en lo que a la difusión publicitaria pretendida se refiere. Normalmente se tratará de un contrato por razón de la persona o "intuito personae", en el que la concurrencia resultaría, si no en todos los casos, al menos, en muchos de ellos, incompatible con la naturaleza y objeto del contrato».

8. DIVISIÓN EN LOTES DEL OBJETO DEL CONTRATO.

☒ (NO)

Justificación de motivos válidos para la no división en lotes:

No cabe la división en lotes al tratarse de una prestación única donde además existen derechos exclusivos que obligan con un único empresario.

9. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución se extenderá desde la fecha de formalización del contrato hasta el próximo 19 de diciembre de 2025, no existiendo posibilidad de prórroga.

Plazos parciales:

1. Prestaciones objeto de contrato:
 - a) Desde la firma del contrato hasta el 24 de noviembre de 2025, con la celebración de la 35 edición de SICAB 2025 y ejecutados los trabajos de conformidad.
2. Presentación de la memoria final: desde la finalización del evento hasta el 19 de diciembre de 2025.

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

El presupuesto base de licitación es de **TRES CIENTOS MIL EUROS (300.000,00 €) 21% IVA INCLUIDO.**

ACTIVIDAD	IMPORTE	%
1.- Patrocinio del Stand de 64 m2 con actividades gastronómicas	107.131,93 €	35,71 %
A) Costes directos estimados	84.000,00 €	
1.1 Producción, montaje y desmontaje del stand	55.000,00 €	
1.2 Diseño de espacio para show cooking y presentaciones	8.000,00 €	
1.3 Mobiliario y decoración	18.000,00 €	
1.4 Personal: azafata y coordinador de actividades	3.000,00 €	
B) Costes indirectos estimados	23.131,93 €	
1.5 Diseño de 4 actividades diarias	4.500,00 €	
1.6 Producción de las 4 actividades diarias	11.131,93 €	
1.7 Difusión en radio, RR.SS oficiales	2.500,00 €	

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 13 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



1.8 Cocineros, presentador	5.000,00 €	
2.- Patrocinio de 2 experiencias gastronómicas en los palcos ganaderos	34.435,26 €	11,48 %
A) Costes directos estimados	18.000,00 €	
2.1 Materia prima para las comidas degustación	8.500,00 €	
2.2 Alquiler de menaje	3.500,00 €	
2.3 Compra de vinos para maridaje	6.000,00 €	
B) Costes indirectos estimados	16.435,26 €	
2.4 Cocineros y personal auxiliar	4.000,00 €	
2.5 Habilitación del espacio para cocinar	5.000,00 €	
2.6 Difusión en radio, RR.SS oficiales y minuta de los actos	2.500,00 €	
2.7 Presentador coordinador de las actividades	2.500,00 €	
2.8 Alquiler de audiovisuales y difusión en streaming	2.435,26 €	
3.- Patrocinio de Tapas en la cena de gala del SI-CAB	13.774,10 €	4,59 %
A) Costes directos estimados	9.500,00 €	
3.1 Producción de las 4 tapas	6.500,00 €	
3.2 Producción del mobiliario y alquiler de menaje	3.000,00 €	
B) Costes indirectos estimados	4.274,10 €	
3.3 Presencia en la minuta de la cena de gala	1.774,10 €	
3.4 Difusión en RR.SS. Oficiales	2.500,00 €	
4.- Contraprestaciones (incluye las generales y las particulares)	74.227,12 €	24,74 %
A) Costes directos estimados	40.000,00 €	
4.1 Producción de los materiales impresos	25.000,00 €	
4.2 Promoción del patrocinio en banderolas, prensa y radio	15.000,00 €	
B) Costes indirectos estimados	34.227,12 €	
4.3 Final de la Copa ANCCE de doma clásica	15.000,00 €	
4.4 Presencia insitucional en la inauguración y cena de gala	1.227,12 €	
4.5 Elaboración del estudio de patrocinio	2.500,00 €	
4.5 Entrevista en radio y sicab.tv y difusión en RR.SS y streaming	2.000,00 €	
4.7 Alquiler de audiovisuales para proyección de spot publicitario	3.500,00 €	
4.8 Banner en sicab.org y aplicación de concursos	10.000,00 €	
TOTAL COSTES DIRECTOS	151.500,00 €	50,50 %
TOTAL COSTES INDIRECTOS	78.068,41 €	26,02 %
Beneficio industrial estimado	18.365,47 €	6,12 %
TOTAL BASE IMPONIBLE	247.933,88 €	82,64 %

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 14 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



IVA 21%	52.066,12 €	17,36 %
TOTAL PRESUPUESTO	300.000,00 €	100,00 %

1. Patrocinio exclusivo de un espacio 1 espacio gastronómico stand “Gusto del Sur” en la zona expositiva, (64m2) y de toda la Programación del mismo : Esta partida supone un 35,71% del presupuesto total

El patrocinio exclusivo de este espacio incluirá el diseño y dotación del stand así como de los equipos técnicos y del personal necesario para el desarrollo de sus actividades .Su programación contendrá un mínimo 6 actividades experienciales culinarias al día ,repartidas en mañana y tarde, 3 a 2 ,cada uno de los días del evento (de martes a sábado) y de 3 actividades sólo de mañana el domingo; (Cocina en directo,catas,degustaciones y /o presentaciones).

El programa de actividades **será dirigido por una persona que** diseñará la programación,dirigirá su ejecución, coordinará la dotación de equipos; menaje, necesidades de frío, materia prima para elaboración de los platos, etc....**que albergará, como mínimo, 4 actividades experienciales culinarias durante todo el evento, entre otros, a ganaderos internacionales, medios comunicación especializados, empresas de distribución, etc....**

Las actividades diarias patrocinadas, que incluyen showcookings, presentaciones de producto ,catas y demostraciones, ofreciendo una exposición directa y práctica de los productos andaluces ante el público invitado. Los showcookings destacarán la versatilidad y excelencia de ingredientes andaluces en la alta cocina. Por otro lado, el resto de la programación darán a conocer el producto andaluz y sus novedades , posicionando a las empresas andaluzas como referentes en innovación y producción responsable. Este espacio no solo refuerza la imagen de los productos, sino que también crea un contexto ideal para establecer contactos comerciales y divulgar los valores de la marca “Gusto del Sur”.

2. Patrocinio de actividad en los Palcos Ganaderos: Supone un 11,48% del presupuesto total.

El patrocinio exclusivo de este espacio asegura una plataforma de alto impacto para la promoción de los productos andaluces y la marca “Gusto del Sur”. Ubicado en una zona estratégica del evento, se convertirá en un referente para medios de comunicación, profesionales del sector y asistentes. la atención personalizada a los asistentes, permitirá difundir los valores de calidad, tradición e innovación asociados a la marca. Además, servirá para conectar directamente con importadores, distribuidores y otros agentes clave, incrementando las oportunidades comerciales para las empresas andaluzas.

3- Patrocinio de las tapas en la Cena de Gala : Supone el 4,59% del presupuesto total.

El patrocinio de este espacio es clave para asociar los productos andaluces con la alta cocina sostenible. En esta cena, chefs de renombre elaborarán menús exclusivos utilizando productos andaluces acogidos a la marca , mostrando su calidad y potencial en platos innovadores. Esta acción no solo pone en valor los productos, sino que también ofrece a las empresas andaluzas una oportunidad única de visibilidad entre los asistentes al congreso, incluidos compradores, críticos gastronómicos y medios especializados, reforzando la conexión entre la agroindustria andaluza y la excelencia culinaria.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 15 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Contraprestaciones : Esta partida ocupa el 24,74% del presupuesto global y con las actividades patrocinadas conforma el 100% del Patrocinio.

Este patrocinio asocia a las empresas andaluzas con los valores de innovación, sostenibilidad y compromiso con el bienestar de las personas, reforzando su posición en el mercado y su reconocimiento como actores clave en la alimentación saludable.

Con estas acciones, la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía asegura un impacto integral en términos de visibilidad, reputación y oportunidades comerciales ,para los productos agroalimentarios y las empresas de la región, consolidando su posición como referente en gastronomía verde y sostenible.

Por todo lo anteriormente expuesto y teniendo en cuenta los datos de impacto de su pasada edición y al posicionamiento del evento como referente internacional para la ciudad de Sevilla, antes referidos en la presente Memoria Justificativa y a la importancia para el sector de su participación en 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.

La determinación del presupuesto base de licitación se ha realizado a partir de las tarifas que la REAL ASOCIACIÓN NACIONAL DE CRIADORES DE CABALLOS DE PURA RAZA ESPAÑOLA, con C.I.F. nº G41071960 ha facilitado al Servicio proponente en virtud del derecho de exclusividad que tiene sobre la organización y promoción de SICAB 2025.

Aún tratándose de un modelo de evento explorado desde 2023 hasta el momento, como queda recogido en la presente memoria, los resultados de asistencia y de impacto global en medios y Redes Sociales que la organización ofrece con respecto a la edición anterior (consultar Anexos 2 y 3), su ámbito internacional, el marcado carácter diferencial del público destinatario así como cuestiones directamente relacionadas con su responsabilidad social, como visibilizar el deporte, promover la sostenibilidad y, en general, un estilo de vida saludable, acorde con nuestra Dieta Mediterránea, distingue a SICAB dentro del amplio espectro de eventos promocionales y deportivos que pueden desarrollarse en Andalucía a lo largo del año. Presentándolo por tanto como 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. En consecuencia la posición de los productos andaluces en el mundo. Todo lo anterior hace considerar su presupuesto como ajustado a los precios de mercado habituales para este tipo de acciones promocionales.

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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 16 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



valorar la adecuación del presupuesto base de licitación a los precios de mercado habituales para este tipo de acciones. En concreto el Informe de Impacto elaborado por la consultora Camaleonic Analytics y facilitado por la Organización (**Anexo 2**), a través del cual se han obtenido los datos de impacto en medios.

Según se recoge en citado informe 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 (**Anexo 2**) así como la previsión de la misma para la edición 2025 (**Anexo 4**) (se mantiene entorno a los 8M€) según dossier comercial elaborado por la organizadora y recogido en el Anexo 5 de la presente memoria, siguen siendo muy superiores al del valor estimado del patrocinio en esta edición.

Según se recoge en citado Anexo 4 para 2025 hacemos una comparación % con los obtenidos de la edición anterior ((2025-2024)/2024)x100):

CONCEPTOS	2024	2025	%
Número de visitantes:	252.588	260.000	4%
Nº noticias publicadas:	3.058	3.100	4%
Impactos de audiencia:	283M€	285M	0,7%
Valoración económica(€):del espacio dedicado por los medios	5.4M €	6M€	10%
ALCANCE RRSS	18.025.443	70.500.000	26%
SICAB TV	350.370(*)	315.000 visitas	-

(*) sicav Tv+ sicab org por lo que no lo comparamos al ser los datos del 25 tan sólo de Sicab tv.

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 SICAB2025 nos permite conectar con el público objetivo (*Ganaderos del sector, profesionales y amantes del mundo ecuestre y en especial del caballo Pura Raza Española de dentro y fuera de España, autoridades, periodistas de medios de comunicación generales y especializados, empresarios agroalimentarios, gran distribución, restauración, etc...*), 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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 17 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 SICAB, 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 soló uno de los objetivos de la acción, pero la reunión de más de cerca de 260.000 personas (únicamente en la vertiente presencial del evento) con 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 cuánto costaría alcanzar el número de impactos previstos mediante contratos publicitarios y de difusión, a fin de poder apreciar una cierta proporción entre el coste del patrocinio y el valor del retorno publicitario.

11. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO :

El valor estimado del contrato asciende a DOSCIENTOS CUARENTA Y SIETE MIL NOVECIENTOS TREINTA Y TRES EUROS CON OCHENTA Y OCHO CÉNTIMOS DE EURO (247.933,88 €), 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. N.º de solicitud de operación FE04 2025/000000903 .

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 18 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Ejerc Efec Caja	Posición Presupuestaria	Importe (€)
2025	1239172000.G/71X/22616/00.A411CD21AR	300.000,00

CONTR 2025 156241

15. PUBLICIDAD.

No procede.

16. PROPUESTA DE CRITERIOS DE SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA :

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

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

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

1. Volumen anual de negocios, de la persona licitadora o candidata que, referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos concluidos deberá ser al menos de una vez y media el valor estimado del contrato, esto es, TRESCIENTOS SETENTA Y UN MIL, NOVECIENTOS EUROS CON OCHENTA Y DOS CÉNTIMOS DE EURO (371.900,82 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: SESENTA MIL EUROS (60.000,00 EUROS) (21% IVA INCLUIDO).

El patrimonio neto de la persona licitadora se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas correspondientes al último ejercicio para el que esté vencida la obligación de aprobar las cuentas anuales, y depositadas en el Registro Mercantil u oficial que corresponda; si no lo estuvieran, deben presentarlas acompañadas de la certificación de su aprobación por el órgano de administración competente.

El depósito de las cuentas anuales se acreditará mediante certificación del depósito de cuentas anuales expedido por el Registro Mercantil o administrativo competente.

El servicio proponente entiende que los citados criterios son los más adecuados para el contrato por su viabilidad, objetividad y eficacia en la comprobación de la solvencia económica y financiera de la empresa adjudicataria, de cara a la buena ejecución de las contraprestaciones objeto del patrocinio.

17. PROPUESTA DE CRITERIOS DE SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL

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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 19 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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

La acreditación de la solvencia técnica o profesional se realizará mediante declaración responsable con indicación del personal técnico que servirá para dar cobertura al correcto desarrollo de las prestaciones contratadas, en particular:

- 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 de la programación del evento.
 - 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 por parte de la adjudicataria, implican un porcentaje muy considerable del éxito de impacto y alcance de la acción, se considera necesario demandar una especialización y experiencia adecuadas que garanticen la correcta ejecución del contrato. De ahí que se consideren justificados los anteriores criterios.

18. PROPUESTA DE CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN

☒ **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 demostraciones gastronómicas y demás actividades en las que se realice cocina en vivo en las que estará presente la Consejería a través de la marca “Gusto del Sur”, para su posterior reciclaje a través de la instalación de contenedores selectivos perfectamente señalizados y visibles. El objetivo de esta condición de ejecución es fomentar la sostenibilidad en el empleo de recursos, valor que defiende la marca “Gusto del Sur”. Para acreditar el cumplimiento de esta condición de ejecución, la empresa adjudicataria deberá incluir en la memoria final confirmación de haber realizado estos procedimientos. Se justifica esta propuesta en base a la vinculación de la condición especial al objeto del contrato. Su aplicación se considera repercutirá positivamente en la calidad del servicio que constituye el objeto del contrato, minimizando los efectos negativos de la no recogida selectiva de residuos, garantizando su recogida selectiva y posterior reciclaje, logrando una mayor concienciación de los proveedores y mejorando, en definitiva, la imagen que se proyectará en los destinatarios finales de la acción. El incumplimiento de estas obligaciones esenciales no da derecho a resolver el contrato, en los términos y con los requisitos del artículo 211 f) LCSP.

Si bien la Asesoría Jurídica en expedientes contratación de similar naturaleza, ha hecho alusión a la posibilidad de incluir otra condición especial de ejecución, se ha optado por incluir la de tipo medioambiental al estar más directamente relacionada con el objeto del contrato tal y como se ha

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 20 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfKTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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

19. CLASIFICACIÓN DE LAS ENTIDADES PARTICIPANTES.

No es obligatoria. Según lo estipulado en el artículo 77.1.c de la LCSP.

20. GARANTÍA.

☒ **(Si. Definitiva:** 5 % del precio final ofertado (excluido el IVA). Conforme establece el art. 107 LCSP. Dicha garantía podrá prestarse de acuerdo a cualquiera de los medios establecidos en el artículo 108 LCSP. Si bien, al tratarse de una acción cofinanciada con Fondos Europeos, el Decreto Ley 3/21 contempla la retención del precio como medio preferente para su constitución. Es por ello que se podrá optar también por prestarse mediante retención en el precio, mediante retención en los documentos contables de pago de la única o varias facturas que se presenten, hasta alcanzar el importe total de la garantía. La persona contratista deberá aportar solicitud para que se le retenga del pago dicha garantía.

Plazo de garantía: 15 días a contar desde la finalización de los trabajos de conformidad.

21. PROPUESTA DE CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Al tratarse de un contrato negociado sin publicidad por razón de exclusividad, a pesar de ser un contrato de financiación europea, no sería de aplicación lo establecido en el artículo 26 del Decreto Ley 3/21, de 16 de febrero, en el que se dice lo siguiente:

"serán criterio de adjudicación, entre otros, la evaluación de la calidad a partir de las características intrínsecas de los equipos y la adecuación entre los equipos ofertados y el parque de equipos destinado a realizar idénticas tareas analítica en el laboratorio de destino, así como de los medios personales adscritos al mismo contrato, que tendrá en cuenta la idoneidad del personal, vinculado directamente con la Dirección Técnica, la formación y los mantenimientos de los equipos objetos del presente contrato, en atención a su titulación y especialización, así como los programas de formación y control de calidad."

Se tendrán en cuenta como criterios de adjudicación para valorar la mejor relación calidad/precio y criterios automáticos dado que la prestación esta perfectamente definida técnicamente y no es posible variar los pla-

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 21 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



zos ni introducir modificaciones de ninguna clase en el contrato, siendo por consiguiente el precio el único factor determinante de la adjudicación.

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

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

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

siendo,

Max= Puntuación máxima de la proposición económica

OMB= Oferta económica Más Baja (en euros)

Of= Oferta económica de la empresa (en euros)

22. UMBRAL MÍNIMO PARA CONTINUAR CON EL PROCESO SELECTIVO.

☒ (NO)

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

☒ (SI)

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

24. SUBCONTRATACIÓN. No procede.

25. PENALIDADES.

☒ (SI)

- Penalidades por cumplimiento defectuoso:

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

- 1) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la presencia de una marca distinta de la marca "Gusto del Sur" (en adelante la marca), con cartelería e imágenes en el espacio patrocinado en su calidad de patrocinador exclusivo del mismo.
- 2) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO Emisión de spot publicitario (1 min) antes ,durante y después el desarrollo de las actividades y mención por parte del conductor ,así como presencia de la misma en el vídeo que se pudiera editar de ésta.
- 3) **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.sicab.org/>, que hagan referencia a las actividades patrocinadas en Stand Gusto del Sur.
- 4) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO publicación de contenidos diarios en las Redes Sociales de SICAB (Facebook, Instagram, Twitter), antes y durante el desarrollo de las actividades

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 22 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



patrocinadas, con mención a la marca, y a la cofinanciación con Fondos FEDER, a través de los hashtags #GustodelSur. Así como mención a la Consejería y a la Agencia a través de sus respectivos usuarios.

- 5) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en la minuta que será entregada a cada invitado de la Cena de Gala SICAB 2025 y/o en los delantales del personal que apoyen el desarrollo de la actividad.
- 6) **2,5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en las chaquetillas y/o delantales de los chef y/o personal de sala que participen de las actividades patrocinadas; (experiencias culinarias en el stand/Palcos Ganaderos/o Cena de Gala).
- 7) **2,5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en las mantas de los caballos participantes de la Copa patrocinada.
- 8) **2,5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO disposición de 18 metros de publicidad estática de la marca en todas las pistas en su condición de patrocinador principal.
- 9) **2,5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO emisión de Spots publicitarios en las pantallas de las pistas de forma adicional a la que se realice en las actividades patrocinadas.
- 10) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia y mención de la marca y de la cofinanciación del patrocinio a través de Fondos Europeos en notas de prensa de inicio y balance de participación a la finalización del evento.
- 11) **2,5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en toda la comunicación del SICAB (entradas, posters, programas de actividades, etc.) en su condición de patrocinador principal.
- 12) **2,5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO incorporación de anuncio de la marca en la revista "El Caballo Español" (1 M receptores/año).

Las cuantías de cada una de estas penalidades no podrán ser superior al 10% del precio del contrato, IVA excluido, ni el total de las mismas superar el 50 % del precio del contrato.

Si la empresa adjudicataria incurriese en 4 o más incumplimientos de los anteriormente citados, el Órgano de Contratación podrá optar por la resolución del contrato.

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

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

- **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.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 23 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



No procede.

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

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

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

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

Las facturas deberán ser remitidas al siguiente código DIR3:

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

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

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

29. PROPUESTA DE LA PERSONA RESPONSABLE DEL CONTRATO.

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

Vinculada a AGAPA:

☒ SI

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 24 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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

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

LA JEFA DE SERVICIO DE PROMOCIÓN, CALIDAD Y ESTRATEGIA
Fdo: Gemma Enríquez San Nicolás

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 25 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		08/09/2025 10:29:30	PÁGINA: 26 / 26
VERIFICACIÓN	NJyGw0b3NAUar86PtQY7zfkTRacZVr	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	