

MEMORIA JUSTIFICATIVA SOBRE LA NECESIDAD DE CONTRATAR EL PATROCINIO INSTITUCIONAL DE GUSTO DEL SUR INTERNATIONAL CHEESE FESTIVAL 2026

1.- OBJETO DEL CONTRATO

Constituye el objeto de este contrato el Patrocinio Institucional de “Gusto del Sur International Cheese Festival- World Cheese Awards”, que se celebrará en Córdoba en 2026, para la promoción de la marca agroalimentaria gusto del Sur con acciones para reforzar la presencia y visibilidad de la misma. Con la presencia en este evento se persigue dar valor a la marca de calidad gusto del Sur y el reconocimiento de la misma por los asistentes, consumidores y productores a nivel nacional e internacional.

2.- N.º EXPEDIENTE: CONTR/2025/434237

3.- ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

3.1. Competencias de la Administración Andaluza

Corresponde a la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural (CAPADR) el ejercicio de las competencias atribuidas en materia de agricultura, ganadería, pesca y agroalimentación, de agua y desarrollo rural. El Decreto 165/2024, de 26 de agosto, por el que se modifica el Decreto 157/2022, de 9 de agosto, establece la estructura orgánica de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, además de las competencias de la Dirección General de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria quien es la encargada de la promoción, internacionalización y regulación de la calidad de los productos agroalimentarios andaluces, de la producción ecológica e integrada, de las denominaciones de origen y del resto de los distintivos y figuras de calidad, así como la dirección y coordinación de las labores de vigilancia, inspección y control en materia de calidad agroalimentaria.

De acuerdo con el artículo 11 de la Ley 2/2011, de 25 de marzo, de la Calidad Agroalimentaria y Pesquera de Andalucía, las marcas de calidad referidas a productos agroalimentarios y pesqueros que cree reglamentariamente y registre la Junta de Andalucía serán marcas de calidad de titularidad pública. Mediante dicha marca se está contribuyendo al apoyo de la comunidad empresarial con presencia en mercados internacionales.

3.2. Gusto del Sur, la marca paraguas de los productos agroalimentarios de Andalucía

La Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, ha impulsado la marca de calidad de los alimentos y bebidas “Gusto del Sur”, aprobada por el Decreto 153/2023 el 27 de junio. Cuenta con el reconocimiento de la Unión Europea y es compatible con las figuras de calidad diferenciada europeas.



	MARIA JOSEFA MARTIN CABRILLA	17/09/2025	PÁGINA 1 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwh52nKfINUG6JAaJE9629YTB11	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

	CARMEN CRISTINA DE TORO NAVERO	17/09/2025 20:42:56	PÁGINA: 1 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw73HL7wTt12nS03tAfrR7XDe52	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Gusto del Sur es una marca paraguas que aglutina a todos los sellos de calidad agroalimentaria y otros supuestos de calidad diferenciada, por lo que otorga un valor añadido para el crecimiento y posicionamiento de productos agroalimentarios andaluces. A día de hoy, ha logrado una adhesión superior a 180 entidades agroalimentarias con más de 445 referencias comercializadas.

En el artículo 2, punto 1, del Decreto 153/2023 se indica: “La finalidad de la marca «gusto del Sur» es la de garantizar la calidad diferenciada de los productos agroalimentarios y pesqueros elaborados o distribuidos por operadores debidamente autorizados, así como facilitar su distinción y promoción en el mercado”.

Además, mediante la Resolución de 24 de abril de 2020, de la Dirección General de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria, se aprueba el Manual de Identidad Gráfica de la marca “Gusto del Sur”, donde se especifican las aplicaciones de la misma.

Mediante esta identidad, la Junta de Andalucía abandera la promoción agroalimentaria de la región, poniendo en valor Andalucía, su manera de producir alimentos y su cultura gastronómica vinculada a la calidad, al sabor, la tradición, la sabiduría y el saber hacer. Por tanto, este sello de calidad es una marca de la administración al servicio del sector para fomentar la competitividad.

La Junta de Andalucía, a través de la CAPADR, trabaja en el posicionamiento de la marca en los mercados nacionales e internacionales para visibilizar la calidad diferenciada de los alimentos y bebidas de nuestra región. Desde el lanzamiento de la marca “Gusto del Sur”, la Consejería se comprometió a dar un impulso promocional a todo el sector agroalimentario en general y en especial a aquellos sectores, asociaciones y empresas adheridos a esta marca propia de calidad.

Para ello, se ha elaborado un Plan Estratégico de Comunicación Gusto del Sur, que se revisa anualmente para adaptar los objetivos y acciones a la realidad del momento.

Dicho plan, se articula a través de cinco ejes sobre los que se promueve la promoción:

1. La estrategia de adhesión y fidelización de empresarios agroalimentarios.
2. La estrategia de posicionamiento de Gusto del Sur en las ferias, certámenes y otros encuentros agroalimentarios profesionales y populares.
3. El plan de publicidad y patrocinios para difundir nuestra marca y ponerla en valor.
4. El plan de ayuda a la comercialización con la distribución comercial.
5. Otras actuaciones de promoción que fomenten la visibilidad de la marca.

El objetivo es convertir “Gusto del Sur” en la gran marca de calidad alimentaria de Andalucía que identifica a los productos agroalimentarios de calidad garantizada, además de ayudar a los consumidores a reconocer y apreciar los alimentos y bebidas andaluces de calidad.

Para favorecer a su consolidación, es importante que la marca tenga protagonismo y se dé a conocer en cada uno de los eventos y actuaciones. Por ello, es imprescindible contar con la presencia de la marca “Gusto del Sur” en las distintas actuaciones de carácter nacional e internacional de promoción de los productos agroalimentarios andaluces promovidas por esta Dirección General, siendo necesario participar en eventos de gran impacto en el sector y entre los ciudadanos.

MARIA JOSEFA MARTIN CABRILLA		17/09/2025	PÁGINA 2 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwh52nKlINUG6JAaJE9629YTB1	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

CARMEN CRISTINA DE TORO NAVERO		17/09/2025 20:42:56	PÁGINA: 2 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw73HL7wTt12nS03tAfrR7XDDe52	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



3.3. Justificación del Patrocinio institucional

La consejería realiza patrocinios con las entidades privadas que ostentan mayor representación en distintos espacios de promoción a internacional, nacional y regional (ferias, exposiciones y jornadas), logrando así satisfacer, por un lado la necesidad de ofrecer la mayor publicidad a los productos agroalimentarios andaluces, y por otro, mejorar el pronóstico de crecimiento en futuros espacios expositivos para el sector agroalimentario apostando por los mejores espacios exclusivos y ayudando a implementar a otros que potencialmente aún no siéndolos buscan lograrlo. Se considera, por tanto, que mediante este patrocinio se satisface la utilidad de dotar de mayor alcance a la marca "gusto del Sur", con motivo de un emplazamiento que dotará de valor a la región andaluza, productores del queso y marcas.

En este contexto, la organización y patrocinio institucional del evento "International Cheese Festival – World Cheese Awards", que tiene prevista su celebración en Córdoba del del 12 al 15 de noviembre de 2026, se alinea con los objetivos del Plan Estratégico de Comunicación Gusto del Sur y las competencias de la Consejería de Agricultura, constituyendo una actuación de alto impacto para la visibilidad del sector quesero andaluz y el posicionamiento nacional e internacional de la marca "gusto del Sur".

Este certamen internacional, considerado el más relevante a nivel mundial en el ámbito quesero, cuenta con la participación de miles de referencias comerciales de más de 40 países, evaluadas por un jurado internacional de expertos y con alta repercusión mediática. En su 36.ª edición celebrada en Portugal, el evento reunió 4.786 muestras de queso procedentes de 47 países, valoradas por 240 jueces procedentes de 40 países distintos.

Tras evaluar otras convocatorias de festivales en el sector del queso se puede concluir que el International Cheese Festival se enmarca internacionalmente como el concurso con mayor prestigio en Europa para los consumidores interesados en el queso, por ser el campeonato supremo del sector quesero global. Tan solo el World Championship Cheese Contest (Wisconsin, EE. UU.) se considera el "mayor concurso técnico del mundo", seguido del International Cheese Awards (Reino Unido) cuyo reconocimiento se basa en ser de los más antiguos con un nivel de asistencia de 40.000 personas, seguido de Global Cheese Awards y Good Food Awards tal y como mostramos en el cuadro comparativo siguiente:

MARIA JOSEFA MARTIN CABRILLA		17/09/2025	PÁGINA 3 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwh52nKfINUG6JAaJE9629YTB1	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

CARMEN CRISTINA DE TORO NAVERO		17/09/2025 20:42:56	PÁGINA: 3 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw73HL7wTt12nS03tAfrR7XDe52	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Concurso	Alcance geográfico	Tipo de jurado	Prestigio global	Enfoque principal
International Cheese Festival - World Cheese Awards	Mundial (~50 países) Itinerante por diferentes países	Jueces internacionales diversos	Muy alto	Calidad, innovación y diversidad. Programa completo de mas de 5 días. Abierto a publico general y profesional. Rigor técnico y evaluación tradicional.
World Championship Cheese Contest International Cheese Awards	Internacional, técnica	Académicos y profesionales del queso	Alto en el sector técnico	Un día de celebración. No abierto a publico. Exposición comercial y profesional
Global Cheese Awards	Internacional + público	Mixto: industria y público general	Relevante en UK	Fomento global de productores. No abierto a publico general. 1 día de celebración
Good Food Awards	EE. UU. Nacional	Evaluación técnica y sostenible	Regional, muy respetado	Artesanía y sostenibilidad. No abierto a publico general. 1 día de evento.

Mediante una comparativa global y de gran visibilidad, el World Cheese Awards es la referencia clave. El International Cheese Festival es ideal para visibilidad pública y networking comercial, especialmente en Europa para compradores a nivel global. Es especialmente relevante por la agenda exclusiva de compradores y medios de comunicación especializados. La apertura a publico general, que puede disfrutar de la mayor exposición universal de quesos es un gran valor diferencial con respecto al resto de eventos.

Otros eventos de esta categoría con menor impacto mediático y de relaciones empresariales y notoriedad de marca para los patrocinadores son:

- Para enfoque estrictamente técnico y profesional, destaca el World Championship Cheese Contest, con claridad académica y rigurosidad.
- El International Cheese Awards es ideal para visibilidad pública y networking comercial, especialmente en exclusividad para Europa.
- El Global Cheese Awards representa una opción emergente de alcance creciente.
- En EE. UU., los Good Food Awards resultan importantes para productoras artesanales comprometidas con la calidad y la sostenibilidad que comercialicen sus productos en USA.

Los WCA alcanzaron en 2023 una audiencia cercana a 73.7 Millones de espectadores a través de la retransmisión por radio y televisión (CNN, TV2 y NRK1) con una cobertura de 51 países. La cobertura en prensa resultó en 2,3 millones de espectadores y más de 379.000 visitas en canales de youtube para espectadores de 50 países.

Tan pronto como se anuncia la nueva sede anfitriona, se inicia una campaña estratégica de RRPP para difundir la historia de WCA a una audiencia internacional. Se ponen en marcha una sucesión de comunicados de prensa, entrevistas con periodistas, campañas en RRSS, acceso al sitio web oficial de concurso y a medios impresos a través de las publicaciones y boletines informativos de Guild of Fine Food, así como correo directo en España reforzados por la web oficial www.internationalcheesefestival.com. Los comunicados en España a

MARIA JOSEFA MARTIN CABRILLA		17/09/2025	PÁGINA 4 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwh52nKfINUG6JAaJE9629YTB11	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

CARMEN CRISTINA DE TORO NAVERO		17/09/2025 20:42:56	PÁGINA: 4 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw73HL7wTt12nS03tAfrR7XDe52	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



través de envío de correos electrónicos has superado los 10 mil contactos. Productores, prensa, jueces y expertos del sector productor, nuevas tecnologías, etc.

La propuesta de Patrocinio se basa en el estudio comparativo de los resultados de anteriores eventos organizados en España (Asturias Paraíso Natural International Cheese Festival 2021), cuyo impacto arrojó un resultado económico a la ciudad de Oviedo de 2,2 millones de euros. Este caso se utiliza como referencia para justificar inversiones en patrocinio y relaciones públicas en otros sectores culturales y comerciales por parte de la Consejería.

El festival logró, gracias a una amplia cobertura y repercusión internacional, un valor mediático que multiplica ampliamente la inversión realizada por las autoridades del Gobierno del Principado de Asturias, gestor de la marca de calidad “ Asturias Paraíso Natural” valorado en 300.000€ (un 16% superior a la propuesta para el 2026). La afluencia de público (14.500 personas) y el número de profesionales asistente (45%) indica la relevancia sectorial del evento. En un contexto de restricciones COVID -19, el 100% de los participantes viajó con certificados de Vacunación completos. Se alcanzó el 100% del aforo permitido para el espacio. Los resultados del Patrocinio muestran una eficiencia de resultados equivalente a un ahorro de 1,5 millones, ya que en el caso de haber sido contratado con fórmulas alternativas de publicidad el coste hubiese ascendido a 2 millones de euros. En conclusion el ROI (Retorno Objetivo de Inversión) estimado del patrocinio superó con creces la expectativas respecto a la contratación privada publicitaria:

ROI Mediático (Retorno sobre exposición)

- Patrocinio con clipping:

$ROI = (2.000.000 \text{ €} - 300.000 \text{ €}) / 300.000 \text{ €} = 5,67 (567\%)$ (excelente retorno en términos de visibilidad y medios ganados)

- Coste Publicidad: CPM estimado = 10–15 €

- Coste Patrocinio (con clipping): CPM real estimado = 1,5–3 €

El valor del press clipping representa la estimación económica de la cobertura mediática que el festival ha recibido en medios tradicionales (prensa, TV, radio) y digitales (portales web, redes sociales). Esta cifra es calculada en base a tarifas publicitarias oficiales, asignando un valor a cada aparición, mención o reportaje. Este valor es el real obtenido como sumatorio de las publicaciones y está recogido en un informe detalle.

Para ofrecer mejor detalle sobre el precio de las contraprestaciones, las comparamos con los costes de empresas (consultoras, asociaciones, prensa y televisión) dedicadas a la publicidad que puedan ofrecer un servicio estratégico de lanzamiento de marca en entornos publicitarios con medios tradicionales y digitales, estimándose un costo por impacto por persona menor a la publicidad tradicional, un alto alcance estimado de personas a un precio menor en patrocinios y a una variabilidad de posicionamiento de marca directamente proporcional al esfuerzo en número de apariciones públicas de la misma tal y se muestra en el siguiente cuadro:

MARIA JOSEFA MARTIN CABRILLA		17/09/2025	PÁGINA 5 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwh52nKfINUG6JAaJE9629YTB11	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

CARMEN CRISTINA DE TORO NAVERO		17/09/2025 20:42:56	PÁGINA: 5 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw73HL7wTt12nS03tAfrR7XDe52	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Indicador	Detalle
Valor estimado del press clipping	Más de 2 millones de euros (institutodelqueso.com)
Asistentes totales	14.500 personas, de las cuales un 45% profesionales del sector. 100% del Aforo permitido (COVID-19)
Periodistas acreditados	153 medios nacionales e internacionales
Impacto económico local	Aproximadamente 1,8 millones de euros (rtpa.es)
Impresiones en redes sociales	Cerca de 986.450 impresiones mensuales
Variedades de queso exhibidas	Más de 4.000 quesos procedentes de 45 países

Andalucía ocupa una posición destacada en la producción nacional de leche, siendo la primera comunidad en leche de cabra y segunda en leche de vaca, lo que le confiere un papel esencial en la estabilidad de precios del mercado nacional. Según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y el Instituto del Queso, la comunidad produce el 46% de la leche de cabra del país, contribuyendo a la conservación de razas autóctonas como la Malagueña, Murciano-Granadina, Florida, Payoya, Montejaqueña, Merina y Merina de Grazalema.

No obstante, la presencia de la industria quesera es todavía limitada, con 130 queserías registradas, de las cuales más del 95% son microempresas, que apenas absorben el 20% de la leche producida. Esto refleja una asimetría entre producción ganadera e industrialización, que limita la generación de valor añadido en el territorio. Del total de leche producido, el 30 % se transforma y el resto se destina a venta de leche líquida cruda a otras comunidades y exportación (siendo el mercado francés el mayor importador).

En cuanto a distintivos de calidad, Andalucía no cuenta actualmente con denominaciones de origen protegidas (DOP), ni indicaciones geográficas protegidas (IGP) específicas para quesos, a diferencia del conjunto nacional, donde existen 27 DOP de queso, dos de mantequilla y 4 IGP de queso.

Esta información ha sido obtenida de recientes estudios procedentes del Instituto del Queso en colaboración con asociaciones y productoras del sector y del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación de España.

En Andalucía, las principales asociaciones para la promoción de los productos queseros son:

- Quesandaluz.
- Asociación de Productores de Quesos de la Sierra de Cádiz.
- Asociación del queso artesano y productos lácteos de Sevilla.
- Pro denominación de origen queso Serranía de Ronda.
- Asociación Quesos de Málaga.
- Asociación de queserías tradicionales de Villaluenga.

“Gusto del Sur International Cheese Festival 2026” está organizado por el Instituto del Queso, con N.I.F.: B7520603, siendo dicha entidad la que acredita la competencia de contratación de las colaboraciones y patrocinios propias con motivo de la celebración de los mismos. Para ello, aporta certificado de exclusividad con reconocimiento de la entidad The Guild of Fine Food, propietario del concurso World Cheese Awards.

MARIA JOSEFA MARTIN CABRILLA		17/09/2025	PÁGINA 6 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwh52nKlINUG6JAaJE9629YTB11	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

CARMEN CRISTINA DE TORO NAVERO		17/09/2025 20:42:56	PÁGINA: 6 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw73HL7wT12nS03tAfrR7XDe52	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



La Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural firmó un protocolo con el Instituto del Queso el 4 de febrero de 2025, con vigencia hasta diciembre de 2026, en el que se ratifica la participación de Andalucía como sede y agente estratégico del evento, reconociendo el valor promocional y comercial que representa para el conjunto del sector.

Asimismo, este evento fomenta la cooperación institucional con entidades como Quesandaluz, Cooperativas Agroalimentarias de Andalucía, CICAP, IFAPA, ACENTA, FARALAND y otras asociaciones sectoriales, promoviendo el desarrollo de sinergias a medio y largo plazo entre administración, empresas y ciudadanía.

La participación en el “World Cheese Awards 2026” representa una oportunidad única para:

- Consolidar la marca “gusto del Sur” como referente de calidad en el ámbito agroalimentario internacional, impulsando su diferenciación y su proyección internacional en un contexto de alta competencia.
- Reforzar la visibilidad y el conocimiento de la marca ante el sector quesero y los consumidores, teniendo cada día más valor los productos etiquetados.
- Mostrar el apoyo institucional a las entidades adscritas a “gusto del Sur”.
- Cumplir con el compromiso con las entidades adscritas de beneficios de la marca: potenciar su imagen, favorecer su comercialización e internacionalización y darles prioridad en las acciones de promoción.
- Tener un contacto directo con entidades adscritas y no a la marca para seguir fomentando una red colaborativa.

4.- RESPONSABLE DEL CONTRATO

Se designa como responsable del contrato a la persona titular del Servicio de Promoción y Cadena Agroalimentaria.

5.- PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución se extenderá desde la fecha de firma del contrato hasta el 30 de noviembre de 2026.

6.- PRESUPUESTO Y FINANCIACIÓN

El presupuesto base de licitación es de **TRESCIENTOS MIL OCHENTA EUROS (300.080,00 €) IVA INCLUIDO**, con el desglose que se detalla a continuación:

MARIA JOSEFA MARTIN CABRILLA		17/09/2025	PÁGINA 7 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwh52hKiNUG6JAaJE9629YTB1	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

CARMEN CRISTINA DE TORO NAVERO		17/09/2025 20:42:56	PÁGINA: 7 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw73HL7wTt12nS03tAfrR7XDe52	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



CONCEPTO PATROCINADO	Nombre de Evento	PRESUPUESTO (€)
Identificación del evento		100.000,00
Presencia de Marca en Documentos y contratos con todas las entidades participantes		3.000,00
Premios y Certificados		10.000,00
	Campaña de Comunicación	
Of Line		25.000,00
On line		20.000,00
Prensa y Medios de comunicación		25.000,00
	Desarrollo de Evento	
Desarrollo de Evento		65.000,00
	BASE	248.000,00
	IVA (21%)	52.080,00
	IMPORTE TOTAL	300.080,00

CONCEPTO	PRESUPUESTO (€)
COSTES DIRECTOS	213.616,81
COSTES INDIRECTOS (Luz/Agua/alquiler/amortización de bienes, seguros, asesoría técnica/impuestos/mano de obra indirecta/plataformas publicitarias)	20.345,45
SUBTOTAL	233.962,26
Beneficio Industrial (6%)	14.037,74
BASE	248.000,00
I.V.A (21%)	52.080,00
TOTAL	300.080,00

Valor estimado del contrato: 248.000 euros. En este contrato no se contemplan ni prórrogas, ni opciones, ni primas, ni modificaciones. Por tanto, coincide con el presupuesto base de licitación, IVA excluido.

El gasto podrá atenderse según el siguiente detalle de financiación:

ANUALIDAD	PARTIDA PRESUPUESTARIA	IMPORTE (euros)
2025	1200010000 G/71E/22616/00 01	120.032,00
2026	1200010000 G/71E/22616/00 01	180.048,00

El presupuesto base de licitación ha sido obtenido a partir de la propuesta de patrocinio realizada por la entidad propietaria y organizadora, basado en estudios comparativos de eventos anteriores.

MARIA JOSEFA MARTIN CABRILLA	17/09/2025	PÁGINA 8 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwh52nKfINUG6JAaJE9629YTBt1	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/

CARMEN CRISTINA DE TORO NAVERO	17/09/2025 20:42:56	PÁGINA: 8 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw73HL7wTt12nS03tAfrR7XDe52	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/



7.- NATURALEZA DEL CONTRATO Y PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN

Dadas las características del objeto del presente contrato, cuyo valor estimado asciende a la cantidad de 248.000,00 euros (IVA excluido), se trata de un contrato de patrocinio al amparo de lo previsto en el artículo 22 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, (en adelante LGP), el cual establece:

“El contrato de patrocinio publicitario es 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”.

En cuanto al régimen jurídico del contrato, nos encontramos ante un contrato privado celebrado por una Administración Pública. En consecuencia y en virtud del artículo 26.2 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, (en adelante LCSP), se regirá, en cuanto a su preparación y adjudicación, en defecto de normas específicas, por las Secciones 1.ª y 2.ª del Capítulo I del Título I del Libro Segundo de la presente Ley con carácter general, y por sus disposiciones de desarrollo, aplicándose supletoriamente las restantes normas de derecho administrativo o, en su caso, las normas de derecho privado, según corresponda por razón del sujeto o entidad contratante. En lo que respecta a su efectos, modificación y extinción, se regirá por el derecho privado.

Para la adjudicación del contrato se elige el procedimiento negociado sin publicidad conforme a lo establecido en el Artículo 168 a) 2º de la LCSP “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 única; que no exista competencia por razones técnicas; o que proceda la protección de derechos exclusivos, incluidos los derechos de propiedad intelectual e industrial “; tal y como se ha expuesto en el apartado tercero de la presente memoria, solo 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.

8.- JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA, SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL, CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN Y CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN

8.1.- CRITERIOS DE SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA

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 mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades de la persona licitadora y de presentación de ofertas por importe igual o superior al 50 por 100 del valor estimado del contrato, esto es, CIENTO VEINTICUATRO MIL EUROS (124.000,00 €) cifra inferior al máximo establecido en la LCSP, una vez y media el valor estimado del contrato.

2. El 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, CUARENTA Y NUEVE MIL SEISCIENTOS EUROS (49.600,00 €). 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

9

MARIA JOSEFA MARTIN CABRILLA		17/09/2025	PÁGINA 9 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwh52nKfINUG6JAaJE9629YTB11	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

CARMEN CRISTINA DE TORO NAVERO		17/09/2025 20:42:56	PÁGINA: 9 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw73HL7wT112nS03tAfrR7XDe52	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



económica y financiera de la empresa adjudicataria, de cara a la buena ejecución de las contraprestaciones objeto del patrocinio.

8.2.- CRITERIOS DE SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL

La solvencia técnica viene determinada por las razones de protección de derechos exclusivos, previstas en el art. 168 a) 2º de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público.

8.3.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

En relación a los criterios de adjudicación, al tratarse de un patrocinio, no cabe su aplicación, sino que esta Consejería busca asociar su marca al evento que se patrocina a efectos de alcanzar sus objetivos de marketing y comunicación, obedeciendo por tanto a una decisión de negocio. Razones de exclusividad imposibilitan la concurrencia, de manera que sólo puede contratarse con la entidad promotora a través de un acuerdo voluntario entre las partes, basado en aspectos estratégicos, de imagen y de interés mutuo.

8.4.- CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN

Se establece la siguiente condición especial de ejecución de tipo medioambiental: con objeto de disminuir el consumo de papel todas la documentación y los materiales que no sean imprescindibles para el desarrollo de las contraprestaciones de este contrato se realizarán por medios electrónicos. Para acreditar su cumplimiento la empresa adjudicataria deberá incluir en la memoria final Declaración Responsable de haber realizado como tal dicha acción.

9.- INFORMACIÓN RELATIVA A LOS LOTES

No cabe la división en lotes al tratarse de una prestación única donde además existen derechos exclusivos que obligan con un único empresario, y ello conforme lo establecido en el artículo 99.3 de la LCSP.

10.- FORMA DE PAGO

Se establece el siguiente calendario de pago:

1. Primer pago del 20% tras la formalización del contrato y aportación del plan de trabajo: 60.016 €
2. Segundo pago del 20% tras el traspaso de testigo en noviembre de 2025: 60.016 €
3. Tercer pago del 60 % tras la finalización de los trabajos en diciembre de 2026: 180.048 €

Los pagos parciales se realizarán una vez se certifique por parte de la Responsable del contrato la realización de los mismos y posterior presentación de las correspondientes facturas.

11.- INFORMACIÓN BÁSICA DE PROTECCIÓN DE DATOS

En cumplimiento de lo dispuesto en el Reglamento General de Protección de Datos (art. 12 y 13), la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural le informa que:

a) El responsable del tratamiento de los datos personales proporcionados en esta contratación es la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural – Secretaría General Técnica -, cuya dirección es C/. Tabladilla, s/n – 41071 Sevilla y dirección electrónica sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MARIA JOSEFA MARTIN CABRILLA		17/09/2025	PÁGINA 10 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwh52nKfINUG6JAaJE9629YTB11	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

CARMEN CRISTINA DE TORO NAVERO		17/09/2025 20:42:56	PÁGINA: 10 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw73HL7wTt12nS03tAfrR7XDe52	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



b) Puede contactar por correo electrónico con el Delegado de Protección de Datos de la Consejería en la dirección electrónica dpd.capadr@juntadeandalucia.es

c) Los datos personales proporcionados serán integrados para gestión de los contratos en su tratamiento previo a la contratación (proceso de licitación y adjudicación), así como seguimiento de su ejecución hasta su finalización, en la actividad de tratamiento denominada "GESTIÓN DE EXPEDIENTES DE CONTRATACIÓN", cuya base jurídica es el tratamiento necesario para el cumplimiento de una misión realizada en interés público o en el ejercicio de poderes públicos conferidos al responsable del tratamiento (artículo 6.1.e) RGPD), la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público y 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.

d) Los derechos de acceso, rectificación, supresión y portabilidad de sus datos, de limitación y oposición a su tratamiento, así como a no ser objeto de decisiones basadas únicamente en el tratamiento automatizado de sus datos, cuando procedan, se pueden ejercitar ante el órgano de contratación, de acuerdo con la información adicional, que puede encontrar, junto con el formulario para la reclamación y/o ejercicio de esos derechos, en la siguiente dirección electrónica:
<https://www.juntadeandalucia.es/protecciondedatos>

e) La Consejería sólo contempla la posible cesión de estos datos a otros órganos de Administraciones Públicas amparada en la legislación sectorial, además de las derivadas de obligación legal.

f) Los datos se conservarán por el tiempo que exija la normativa sobre contratación pública, hacienda pública y archivo con fines de interés público.

La información adicional detallada, se encuentra disponible en la siguiente dirección electrónica:
<https://juntadeandalucia.es/protecciondedatos/detalle/166204.html>

LA JEFA DEL SERVICIO DE PROMOCIÓN Y CADENA AGROALIMENTARIA
Fdo.: María José Martín Cabrilla

Conforme: LA DIRECTORA GENERAL DE INDUSTRIAS, INNOVACIÓN
Y CADENA AGROALIMENTARIA
Fdo.: Carmen Cristina de Toro Navero

MARIA JOSEFA MARTIN CABRILLA		17/09/2025	PÁGINA 11 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwh52nKfINUG6JAaJE9629YTBt1	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

CARMEN CRISTINA DE TORO NAVERO		17/09/2025 20:42:56	PÁGINA: 11 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGw73HL7wTt12nS03tAfrR7XDe52	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	