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 EN LAS JORNADAS DE FROOZEN FOOD MARKET, A CELEBRAR EN SEVILLA EL 19, 20 Y 21 DE ENERO DE 2026.

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, en las jornadas de Froozen Food Market, que se celebrará en Sevilla los días 20 y 21 de enero de enero de 2025.

2. CÓDIGO GEXAP: 2025 638129

3. CÓDIGO CPV:

- 79952000-2 Servicios de eventos.

4. SERVICIO PROPONENTE.

Servicio Proponente: Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia / Subdirección de Promoción, Consultoría y Actuaciones SIG.

Personal de Contacto:

- Gema Rubio Estrada. Técnica del Departamento de Promoción.
- Laura Rivas Rodríguez. Técnica del Departamento de Promoción.
- Inmaculada González González. Jefa del Departamento de Promoción.

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

La Ley 1/2011, de 17 de febrero, de reordenación del sector público de Andalucía, autoriza en su artículo 11.1 la creación de la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía (en adelante, la Agencia o 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 de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural (en adelante, la Consejería), a la que se encuentra adscrita. Para ello, la Agencia, en el marco de la planificación y coordinación definido por la Consejería, 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 CPG) de AGAPA, aprobado según

Acuerdo de 21 de diciembre de 2020 del Consejo de Gobierno para el período 2021-2024 prorrogable automáticamente por el tiempo indispensable hasta la aprobación del nuevo conforme a lo establecido en el artículo 26,4 de los Estatuto.

De las funciones y competencias generales que se relacionan en el apartado 1.2 del citado CPG, 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:

1. 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.
2. 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 CPG 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. El presente proyecto se encuentra recogido dentro del Objetivo Estratégico 01. “Impulsar servicios públicos especializados e innovadores en los ámbitos agrario, pesquero, agua y desarrollo rural mediante el desarrollo de las tareas asignadas por la Consejería, conforme a las funciones y competencias de la Agencia", y concretamente en el Objetivo Operativo 3 “Fortalecer la visibilidad con acciones de promoción, comunicación y divulgación del sector agroalimentario y pesquero”.

Conforme a lo establecido en la sección 2ª del Capítulo V de los Estatutos, las actividades que AGAPA desarrolle en el marco del citado CPG se realizarán con arreglo al Plan de Acción Anual (en adelante el Plan o PAA) de cada ejercicio, que recoge las actuaciones y tareas previstas para la anualidad de aplicación.

El Objetivo Operativo mencionado incluye, por su propia naturaleza las iniciativas orientadas a la promoción, la información y la comunicación. En esta línea, el PAA contempla para el ejercicio 2026 la incorporación del proyecto 756 “Congresos agroalimentarios”, dentro de la actuación “Organización, participación y asistencia técnica en eventos profesionales, congresos y otras acciones de promoción”. Este proyecto tiene como propósito reforzar la presencia y la proyección del sector agroalimentario a través de espacios de encuentro, intercambio y difusión de conocimiento.

El Servicio de Calidad y Promoción Agroalimentaria y Pesquera, a través del Departamento de Promoción, es el responsable, entre otros, del citado proyecto, que recogerá todas las tareas relacionadas con el “Plan de la DG Industrias, Innovación y Calidad Agroalimentaria” (en adelante, DGIICA) en materia de Promoción Agroalimentaria para la anualidad 2025. Entre las acciones previstas, el citado Plan contempla la participación en las jornadas **“Frozen Food Market”**, que se celebrarán en Sevilla del 19 al 21 de enero de 2026, bajo la dirección, coordinación y supervisión de dicha Dirección General.

La evolución del mercado de productos congelados ofrece nuevas oportunidades de desarrollo en segmentos emergentes, lo que favorece la diversificación de mercados y la consolidación de la oferta andaluza en un contexto global cada vez más dinámico. El sector andaluz de productos agroalimentarios a temperatura controlada, especialmente en las categorías de congelados y frescos, se distingue por su alta calidad, su capacidad de innovación y su sólido potencial competitivo, factores que lo sitúan en una posición privilegiada para fortalecer su proyección internacional y ampliar su presencia en los principales canales de comercialización europeos.

Las pymes agroalimentarias andaluzas del sector de productos a temperatura controlada, caracterizadas por su compromiso con la excelencia, tienen por lo tanto un amplio margen para potenciar su participación en redes internacionales de distribución, integrarse en plataformas de promoción sectorial y adaptarse con éxito a las nuevas exigencias de sostenibilidad, trazabilidad y consumo responsable que demanda el mercado. Del mismo modo, la creación y consolidación de espacios de encuentro profesional y formativo entre productores, distribuidores y restaurantes favorecerá el intercambio de experiencias, el impulso a la innovación y el fortalecimiento de la marca “Gusto del Sur”, como emblema de la calidad y autenticidad de los productos andaluces.

Asimismo, una presencia institucional más coordinada y activa en foros internacionales de referencia como Frozen Food Market, reforzará el posicionamiento de Andalucía como un modelo en producción agroalimentaria, sostenible, innovadora y de calidad, contribuyendo al reconocimiento y proyección exterior del conjunto del sector.

El 45% de las empresas de España que operan con productos congelados se ubican en Andalucía, por lo que es primordial apoyar el desarrollo económico y la promoción de acciones que difundan la calidad del producto en origen, impulsando las relaciones comerciales, y dando a conocer los beneficios de los procesos actuales de congelación y ultracongelación con los que se consigue reducir el desperdicio y mantener el producto de temporada durante más tiempo.

La asociación nacional de fabricantes y distribuidores de productos congelados (**FROZEN ESPAÑA**) con sede en Andalucía, cuenta actualmente con más de 150 empresas nacionales dedicadas al desarrollo y venta de productos congelados. Se trata de una entidad sin animo de lucro destinada a la promoción y defensa del producto congelado y de las empresas fabricantes o distribuidoras que operan con ella, desarrollando acciones conjuntas para mejorar la competitividad y dar a conocer los beneficiarios y evolución del uso de los procesos de congelación y ultracongelación, que nos garantizan el producto y nos dan la seguridad alimentaria de un producto sin bacterias. Estamos ante una asociación nacional dedicada al producto congelado, nacida en Andalucía, de andaluces y con sede en Sevilla, donde se desarrollan la mayoría de las actividades.

Dentro de las actividades que FROZEN ESPAÑA lleva a cabo se encuentra la participación en ferias, la organización de congresos, eventos y formaciones en Andalucía y el asesoramiento y creación de mercados gastronómicos que pongan en valor el producto congelado a nivel nacional e internacional. En este marco, FROZEN ESPAÑA ha desarrollado unas jornadas, que bajo la denominación Frozen Food Market, tienen como objetivo fundamental el desarrollo de oportunidades de negocio en toda la cadena alimentaria, poniendo en valor los productos congelados y las empresas del sector. El programa de estas jornadas está dirigido a los diferentes profesionales y decisores de compra de la distribución HORECA, las grandes superficies, cadenas de hoteles y marcas de restauración nacionales e internacionales.

Frozen Food Market ha demostrado un crecimiento sostenido en sus dos ediciones realizadas y un aumento en su proyección internacional, consolidándose como **el principal evento profesional del producto congelado en el sur de Europa**.

Destacamos algunas de las cifras de **Frozen Food Market 2025**:

La edición de 2025 contó con la participación de más de 2.200 profesionales y la presencia de 47 empresas expositoras (34,28% más que la edición 2024), así como 125 referencias de congelados.

En cuanto a la presencia internacional, se encuentra en pleno proceso de expansión. En 2025 los expositores internacionales supusieron el 4,2% del total de expositores del evento. Para la edición de 2026 ya hay confirmadas 6 empresas internacionales provenientes de Portugal, Francia, Bélgica, Italia, Alemania y Países Bajos.

La atención mediática puso de manifiesto la relevancia de este evento, con 65 apariciones en medios nacionales y regionales, que incluyeron entrevistas en Canal Sur, Onda Cero, Europa Press y ABC Sevilla. La cobertura mediática alcanzó 1,2 millones de impactos, lo que evidencia el impacto y capacidad de atracción del evento.

Por su parte, en 2026 se prevén 90 apariciones y cobertura de TV en directo, con un alcance estimado de 2.000.000 de impactos.

Respecto a las redes sociales (Facebook, Instagram y Linkedin), en 2025 se consiguieron más de 300.000 impresiones en conjunto.

El conjunto de impactos en medios derivados del evento generaron en la edición pasada un retorno publicitario valorado en **210.000 €**. Para la edición de 2026, se prevé un notable crecimiento con más de 180 expositores y más de 3.000 visitantes de diversos países (un 36% más que en 2025), lo que confirma el posicionamiento estratégico de Frozen Food Market y su consolidación como un evento de referencia en el sector. Además, se estima que su impacto mediático y publicitario continúe incrementándose, reforzando la imagen de Andalucía como un referente internacional en innovación, calidad y sostenibilidad en productos congelados.

Este relevante incremento en dimensión, internacionalización e impacto mediático ratifica que las jornadas Frozen Food Market son hoy día una plataforma esencial para promover las oportunidades de negocio, la visibilidad y la innovación en el sector del producto congelado en Andalucía, España y Europa.

A la hora de valorar la conveniencia de patrocinar en las jornadas de Frozen Food Market por parte de la Consejería, se ha atendido a lo que dicha participación reporta en términos de reputación e imagen, contribuyendo a una mayor visibilidad y alcance de la Junta y su marca, tanto con su presencia en un evento que, al ser uno de los escaparates agroalimentarios del sector, atrae la atención de los medios de una forma orgánica y natural; como a través del uso de la imagen corporativa en todas sus comunicaciones.

Asimismo, el público asistente a FROZEN FOOD MARKET es muy especializado y altamente segmentado, lo que garantiza un mayor impacto en el retorno publicitario del patrocinio.

En definitiva, el patrocinio de este evento permitirá a la Consejería alcanzar los siguientes objetivos:

- Reforzar la proyección internacional del sector agroalimentario andaluz, especialmente de los productos a temperatura controlada, facilitando su acceso a nuevos mercados y canales de distribución.
- Dar visibilidad y prestigio a la marca Gusto del Sur, vinculándola a valores de calidad, sostenibilidad, innovación y gastronomía saludable.

- Promover la cooperación entre productores, distribuidores del canal Horeca y grandes superficies, favoreciendo sinergias comerciales y la generación de oportunidades de negocio en toda la cadena alimentaria.
- Impulsar la formación y la innovación en torno al uso de la temperatura controlada como garantía de calidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad.
- Consolidar la presencia institucional de Andalucía en eventos de referencia internacional, reforzando su posicionamiento como territorio productor de alimentos de calidad, sostenibles y competitivos.
- Contribuir a los objetivos del Programa Andalucía FEDER 2021-2027, fomentando la internacionalización de la economía andaluza y la modernización del tejido productivo.

En resumen, el crecimiento sostenido en dimensión, internacionalización e innovación de las jornadas, convierten a Frozen Food Market en uno de los principales referentes del sector. Su capacidad de atraer a expositores y visitantes, así como su proyección internacional, sitúan a este evento por encima de otras acciones de la competencia en término de oportunidades de negocio y visibilidad, y lo convierten en la mejor opción para canalizar la inversión pública orientada a la promoción internacional del sector de los productos congelados. Nos encontramos por lo tanto, en un escenario inmejorable para dar visibilidad a Andalucía y, a las empresas andaluzas expositoras en el evento entre los profesionales del sector.

Por todo esto, la Consejería plantea el **patrocinio Institucional de las jornadas Frozen Food Market 2026**. Las contraprestaciones del patrocinio implican, entre otros, la presencia en los diferentes espacios y soportes, tanto físicos como digitales, con los que cuenta el evento, asegurando la correcta difusión de los mensajes publicitarios a lanzar.

FICHA TÉCNICA DEL EVENTO

Nombre	FROZEN FOOD MARKET 2026
Lugar de celebración	Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla
Fecha	Del 19 al 21 de enero de 2026
Periodicidad	Anual
Modalidad	Modalidad: Presencial
Carácter	Profesional, nacional e internacional.
Sector	Sector andaluz de productos agroalimentarios a temperatura controlada
Perfil del participante	Productores de alimentos del sector primario (pescadores, agricultores y ganaderos, etc), fabricantes de productos congelados, empresas de distribución, cadenas de supermercados, de restauración organizada y empresas auxiliares del sector de la alimentación
Página web	https://frozenfoodmarket.es

La **Asociación FROZEN ESPAÑA** con **CIF G-90460460**, es la entidad organizadora y única comercializadora de todos los espacios y soportes publicitarios tanto presenciales como virtuales del evento Frozen Food Market. Dicha circunstancia se acredita por parte de la citada entidad mediante certificación de fecha 24 de octubre de 2025, incorporada como Anexo I a la presente Memoria.

6. TIPO DE CONTRATO.

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 y justificación expresa de la elección del procedimiento, cuando se utiliza un procedimiento distinto del abierto o del restringido.

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

☒**Negociado sin Publicidad.**

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 (total y parciales) y PRÓRROGA, si la hubiera.

El plazo de ejecución se extenderá desde la fecha de formalización del contrato hasta el próximo 23 de febrero de 2026, no existiendo posibilidad de prórroga.

Plazos parciales:

1. Patrocinio del evento: Desde la firma del contrato hasta la finalización del evento patrocinado, el 21 de enero de 2026, y cumplidas las contraprestaciones previstas.
2. Presentación de la memoria final: Desde la finalización del evento hasta el 23 de febrero de 2026.

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

El presupuesto base de licitación es de **TREINTA MIL EUROS (30.000 €)**, 21% IVA incluido.

CONCEPTO	BASE IMPONIBLE (EUROS)
COSTES DIRECTOS ESTIMADOS	**20.730,00 €**
1. Contraprestaciones generales	**8.000,00 €**
Presencia de la marca de la Junta de Andalucía y los logos de Gusto del Sur y FFEE en acreditaciones	3.000,00 €
Invitaciones en “Pase libre” y “Pase de compradores”	3.000,00 €
Presencia de la marca de la Junta de Andalucía y los logos de Gusto del Sur y FFEE en bolsas isotérmicas	1.000,00 €
Presencia de la marca de la Junta de Andalucía y los logos de Gusto del Sur y FFEE en lanyards	1.000,00 €
2. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de Andalucía en soportes físicos de FIBES	**2.200,00 €**
Cartel principal en la fachada de la cúpula	100,00 €
Vinilo en zona showcooking	100,00 €
Cartel en portón de acceso	50,00 €
Cartel en el podium entrada al pabellón	50,00 €
Lona cúpula	100,00 €
Lonas en la plaza	300,00 €
Photocall en la entrada al pabellón	100,00 €
Photocall en los premios FROZEN ESPAÑA	100,00 €
Photocall trasero Foro Congreso Principal	100,00 €
Vinilo en el pórtico de entrada al espacio HUB 360	100,00 €
Paneles para el espacio de mercado	1.100,00 €
3. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de Andalucía en el stand del mercado	**2.000,00 €**
Punto de información y captación de nuevas empresas para adherirse a la marca Gusto del Sur	2.000,00 €
4. Contraprestaciones relacionadas con la comunicación y difusión	**8.530,00 €**
Presencia de Andalucía como patrocinadora en newsletters de las jornadas	80,00 €
Presencia de Andalucía como patrocinadora en la Home de la web de Frozen Food Market	150,00 €
Notas de prensa para revistas especializadas y generalista	150,00 €
Inserciones publicitarias con la marca genérica de la Junta de Andalucía, Gusto del Sur y de Fondos Europeos en revistas especializadas y generalista	150,00 €
Mención de la participación de la Junta de Andalucía en entrevistas en prensa y radio	150,00 €
Mupis digitales en la ciudad de Sevilla	500,00 €
Vallas publicitarias en ubicaciones de Andalucía	7.350,00 €
COSTES INDIRECTOS	**1.809,45 €**
Gastos generales de estructura (suministros, materias primas, arrendamientos)	1.809,45 €
BENEFICIO INDUSTRIAL	**2.253,94 €**
TOTAL BASE IMPONIBLE	**24.793,39 €**
IVA (21%)	**5.206,61 €**
TOTAL	**30.000,00 €**

El presupuesto base de licitación ha sido obtenido a partir de las tarifas que la entidad propietaria y organizadora del evento ha facilitado al servicio proponente. Al tratarse de un contrato de patrocinio la adecuación a los precios de mercado está avalada por el certificado de exclusividad y la imposibilidad de promover o tramitar un procedimiento abierto o un procedimiento de concurrencia competitiva.

Asimismo, se han aportado al expediente de contratación del que es objeto esta memoria, datos que respaldan el impacto en medios que se ha tenido en consideración a la hora de valorar la adecuación del presupuesto base de licitación de a los precios de mercado habituales para este tipo de acciones (Anexo II (informe dimensión y retorno publicitario Frozen Food Market 2025).

Cabe destacar que la valoración del impacto económico total del evento para 2025 en el informe del anexo II anteriormente citado fue de **210.000 €**, muy superior al del valor estimado del patrocinio del que es objeto la presente memoria justificativa.

El motivo de optar por la fórmula del patrocinio frente al contrato publicitario y de difusión tradicional es que, a diferencia de este, el patrocinio de FROZEN FOOD MARKET nos permite conectar con el público objetivo, a través de las acciones patrocinadas, generando un vínculo emocional, altamente experiencial y generador de confianza así como unas prestaciones y feed back, que no se puede establecer a través de la publicidad en Mass Media o mono canal, ya que la información es unilateral sin interacción entre cliente y marca. Interacción que se facilita con una presencia física y real en el propio evento que se desea apoyar, y que no

podríamos alcanzar de ningún modo a través de una acción de publicidad y de difusión en medios exclusivamente.

Considerando todo lo anteriormente expuesto, así como los datos de impacto de la pasada edición y el posicionamiento del evento en el sector (descritos en la presente Memoria Justificativa), y atendiendo a la relevancia de las distintas acciones patrocinadas, se concluye que las tarifas del proveedor son proporcionales al impacto previsto de dichas acciones en el marco del evento.

11. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO y justificación expresa del citado valor (criterios de determinación del mismo). Se indicarán todos los conceptos que lo integran, incluyendo, si existiesen, los costes laborales.

El valor estimado del contrato asciende a **VEINTICUATRO MIL SETECIENTOS NOVENTA Y TRES EUROS CON TREINTA Y NUEVE CÉNTIMOS DE EURO** (24.793,39 €).

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, tras la recepción de la correspondiente factura, una vez finalizado el evento patrocinado cumpliendo las contraprestaciones previstas y entregada la memoria final de conformidad.

14. FINANCIACIÓN.

☒**OTROS FONDOS:** La financiación se realizará con Fondos del Programa FEDER de Andalucía 2021 – 2027, dentro de la Medida/Categoría de Gasto: A4111CD21AR Apoyo a la internacionalización de la economía andaluza y captación de inversiones extranjeras, impulsando la internacionalización de las pymes andaluzas. La tasa de cofinanciación es del 85 % UE.

Ejerc Efec Caja	Posición Presupuestaria	Importe (€)
2025	1239172000.G/71X/22616/00.A411CD21AR	30.000 €

Operación: A411CD21AR0009

15. PUBLICIDAD.

No procede.

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

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 igual al valor estimado del contrato, esto es, **VEIINTICUATRO MIL SETECIENTOS NOVENTA Y TRES EUROS CON TREINTA Y NUEVE CÉNTIMOS DE EURO (24.793,39 €) (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 50 por 100 del valor estimado del contrato, esto es: **DOCE MIL TRESCIENTOS NOVENTA Y SEIS EUROS CON SESENTA Y NUEVE CÉNTIMOS DE EURO (12.396,69 €) (IVA EXCLUIDO).**

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

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

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

17. PROPUESTA DE CRITERIOS DE SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL y justificación expresa de la elección de los citados criterios.

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

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

La acreditación de la solvencia técnica o profesional se realizará mediante declaración responsable con indicación de los medios y soportes que servirán para dar cobertura a las contraprestaciones del patrocinio, en particular:

- Disponibilidad del personal técnico cualificado para la elaboración de newsletters, notas de prensa y difusión de contenidos sobre el patrocinio institucional en la web de Frozen Food Market. El equipo técnico deberá contar con al menos un profesional con titulación superior con experiencia y formación en periodismo o Publicidad y RRPP.

El anterior criterio se justifica en función de la naturaleza el objeto del contrato, el cual requiere de una necesaria especialización y experiencia por parte de la empresa adjudicataria, de cara a la buena ejecución de las contraprestaciones objeto del patrocinio.

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

☒ **SÍ. Condición de ejecución de tipo ambiental.** La empresa adjudicataria vendrá obligada a responsabilizarse de realizar una recogida selectiva de los residuos generados durante las jornadas técnicas profesionales y demostraciones, para su posterior reciclaje a través de la instalación de contenedores selectivos perfectamente señalizados y visibles. El objetivo de esta condición de ejecución es fomentar la sostenibilidad en el empleo de recursos, 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 mediante fotografías u otros justificantes. 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, logrando una mayor concienciación de los proveedores y mejorando, en definitiva, la imagen que se proyectará en los destinatarios finales de la acción.

19. CLASIFICACIÓN DE LAS ENTIDADES PARTICIPANTES.

☒**NO.** Según lo estipulado en el artículo 77.1.c de la LCSP.

20. GARANTÍA.

☒**SÍ. Definitiva:** 5% del precio final ofertado (excluido el IVA), conforme establece el art. 107 LCSP. La garantía podrá prestarse de acuerdo a cualquiera de los medios establecidos en el artículo 108 LCSP.

Dicha garantía definitiva se constituirá preferentemente mediante retención en el precio, a través de la 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.

Se estable como único criterio de adjudicación el precio.

22. UMBRAL MÍNIMO PARA CONTINUAR CON EL PROCESO SELECTIVO.

☒**NO**

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

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

24. SUBCONTRATACIÓN.

No procede.

25. PENALIDADES.

☒**SÍ. Penalidades por cumplimiento defectuoso:**

En el supuesto que se produzca incumplimiento defectuoso y se cumplan sólo parte de las obligaciones y/o contraprestaciones previstas en el apartado 3 del Pliego de Prescripciones Técnicas por causas imputables al adjudicatario, se penalizará conforme a lo siguiente:

1) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por el NO **envío** de las 10 newsletters con el banner personalizado con la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora principal de las jornadas, junto con los logos de Gusto del Sur y fondos FEDER,
2) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la no realización de las notas de prensa.
3) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la no mención de la participación de la Junta de Andalucía en entrevistas en prensa y radio (Onda Cero y Grupo Joly).
4) La falta de aparición de la marca genérica de la Junta de Andalucía como patrocinadora y/o de Gusto del Sur y los Fondos FEDER en cualquiera de los soportes devendría en el **"No" pago de la totalidad del soporte/s publicitario/s o acción patrocinada en cuestión.**

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

26. PARÁMETROS OBJETIVOS PARA CONSIDERAR UNA OFERTA ANORMALMENTE BAJA.

No procede.

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.

PUEF (Punto General de Entrada de Facturas Electrónicas de la Comunidad Autónoma de Andalucía):

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 Promoción. 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, Dª Gemma Enríquez San Nicolás.

Vinculada a AGAPA:

☒**SÍ**

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

- Inmaculada González González. Responsable del Departamento Promoción.
- Gema Rubio Estrada. Técnica del Departamento de Promoción.

EL SUBDIRECTOR DE PROMOCIÓN, CONSULTORÍA Y ACTUACIONES SIG

Fdo: Leopoldo Gómez de Lara Caro

ANEXO I

CERTIFICADO DE EXCLUSIVIDAD. FROOZEN FOOD MARKET 2026

CERTIFICADO DE EXCLUSIVIDAD.

D. Ángel Espinar, con DNI 28592739J, en calidad de **Secretario** de la **Asociación Frozen España**, con **NIF G90460460** y domicilio a efecto de notificaciones en **Plaza Pintor Amalio García del Moral, nº 6, Local 6A, 41005 – Sevilla**,

CERTIFICAN

I. Que la **Asociación Frozen España** es la **única entidad organizadora y titular exclusiva** del evento denominado **"Frozen Food Market"**, cuya próxima edición se celebrará en **Sevilla, en el Palacio de Congresos y Exposiciones (FIBES), los días 19, 20 y 21 de enero de 2026**, considerado como un encuentro internacional de profesionales para la creación de oportunidades de negocio y relaciones comerciales.

II. Asimismo, se hace constar que la **Asociación Frozen España** actúa como **único referente sectorial del multiproducto congelado en España** que **representa a los fabricantes, distribuidores y empresas vinculadas al sector de productos congelados** sin distinción del origen del producto o la empresa que operan en el territorio nacional, promoviendo la innovación, visibilidad y cooperación entre sus miembros.

III. En consecuencia, **ninguna otra entidad, empresa o asociación** ostenta derechos de organización, representación o uso de la marca **"Frozen Food Market"** ni de los programas, contenidos o actividades vinculadas a dicho evento.

Y para que así conste a los efectos oportunos ante la **Junta de Andalucía y la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural así como ante los organismos europeos** se expide el presente **certificado de exclusividad**, firmado en **Sevilla**, a **24 de Octubre de 2025.**

Fdo. El Secreteario.
Angel Espinar.
Firmado por ESPINAR LOPEZ ANGEL - ***9273** el

VBº del Presidente.
Simón Raúl Moreno Macias.

ANEXO II

INFORME DIMENSIÓN Y RETORNO PUBLICITARIO FROZEN FOOD MARKET 2026

Se adjunta al expediente como documento independiente a la presente memoria