PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS POR LAS QUE SE HA DE REGIR LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL POR PARTE DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA DE LAS JORNADAS DE FROZEN FOOD MARKET, A CELEBRAR EN SEVILLA DEL 20 AL 21 DE ENERO 2026.

N.º DE EXPEDIENTE: CONTR 2025 638129

1. OBJETO DEL PLIEGO.

El objeto del presente pliego es describir las prescripciones técnicas por las que habrá de regirse 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 las Jornadas de Frozen Food Market, que se celebrará en Sevilla del 20 al 21 de enero de 2026.

2. FICHA TÉCNICA Y DESCRIPCIÓN DEL EVENTO.

Nombre	Jornadas de Frozen Food Market
Lugar de celebración	Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla
Fecha	Del 19 al 21 de enero 2026
Periodicidad	Anual
Modalidad	Presencial
Carácter	Profesional, nacional e internacional
Sector	Sector andaluz de productos agroalimentarios a temperatura controlada
Perfil del expositor	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

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.

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

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		19/12/2025	PÁGINA 1 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGw2MU8UZbKorf69RjhFbs52113C	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

JOSE CARLOS ALVAREZ MARTIN		30/12/2025	PÁGINA 1 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGw7Vn87Fn01sK00C45oGw996Trt	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

oferta andaluza en un contexto global cada vez más dinámico.

Las pymes agroalimentarias de Andalucía, caracterizadas por su compromiso con la excelencia y la sostenibilidad, tienen ante sí 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.

Una presencia institucional más coordinada y activa en foros internacionales de referencia como **Frozen Food Market**, reforzará el posicionamiento de Andalucía como 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 fundamental apoyar el desarrollo económico y la promoción de acciones que resalten la calidad del producto en origen, impulsen las relaciones comerciales, y den 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. FROZEN ESPAÑA, es 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 garantizan el producto y dan la seguridad alimentaria de un producto sin bacterias. 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 de FROZEN ESPAÑA, se encuentra la participación en ferias, la organización de eventos y formaciones en Andalucía, la realización de congresos y el asesoramiento y creación de mercados gastronómicos que pongan en valor el producto congelado a nivel nacional e internacional.

En este sentido Frozen España ha puesto en marcha unas jornadas bajo la denominación **Frozen Food Market** que 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 está dirigido a los diferentes profesionales y decisores de compra entre 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. Para el 2026, se prevé un crecimiento notable con más de 180 expositores y más de 3.000 visitantes de diversos países, lo que confirma su posicionamiento estratégico y consolidación como un evento de referencia en el sector. Además, su impacto mediático y publicitario continuará 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 Frozen Food Market es 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.

Teniendo en consideración los antecedentes de este evento, la Consejería plantea su participación a través del Patrocinio Institucional de Frozen Food Market 2026, como evento referente tanto a nivel nacional como internacional con el objetivo de dar mayor visibilidad internacional a Andalucía y al sector de productos congelados y empresas andaluzas fabricantes o distribuidoras. Desde la Consejería se ha considerado de interés aprovechar este inmejorable escenario para impulsar la notoriedad de la marca de calidad y promoción "Gusto del Sur", así como servir de herramienta de apoyo para el sector a nivel nacional e internacional, y fortalecer la posición de los productos agroalimentarios andaluces a temperatura controlada.

Esta fórmula implica la realización de una serie de contraprestaciones de alta visibilidad, concebidas para garantizar a Andalucía una presencia destacada y un impacto significativo entre los principales agentes del sector nacional e internacional.. El patrocinio implicará la presencia de la marca de la Junta de Andalucía en diferentes espacios y soportes, tanto físicos como digitales, con los que cuenta el evento, centralizado en los accesos más transitados del recinto: puerta principal y acceso del pabellón. Asimismo, incluye presencia en espacios clave como el Foro del V Congreso anual de Frozen Food Market y en el stand del mercado.

Adicionalmente, Andalucía será protagonista en una de las acciones más visibles del evento en la ciudad de Sevilla, con presencia de mupis digitales repartidos en 5 localizaciones de la ciudad y 10 vallas distribuidas a nivel autonómico.

3. DESCRIPCIÓN DE LAS CONTRAPRESTACIONES DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL.

3.1 Contraprestaciones generales.

- Presencia de Andalucía, como patrocinadora principal, en las acreditaciones. La Consejería dispondrá de un espacio en las acreditaciones para incluir la marca genérica de la Junta así como la marca de Gusto del Sur y los logotipos de fondos FEDER.
- Invitaciones ilimitadas para la Junta de Andalucía en "Pase libre" y "Pase de compradores" (invitaciones digitales con posibilidad de impresión obligatoria en punto de acreditaciones) para difusión desde la administración a empresas de alimentación.
- Presencia de Andalucía en material de merchandising. Se producirán 1.000 unidades de bolsas isotérmicas para la promoción del transporte y el mantenimiento de la cadena de frio de los productos congelados que serán entregadas a los asistentes que compren productos en el evento. Las bolsas llevarán la marca genérica de la Junta, así como la marca de Gusto del Sur y los logotipos de fondos FEDER (a un color).
- Presencia de Andalucía en los lanyards del evento. Se producirán 1.000 unidades personalizadas con la marca genérica de la Junta, así como la marca de Gusto del Sur y los logotipos de fondos FEDER.

3.2. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de la marca de la Junta de Andalucía, de Gusto del Sur y de fondos FEDER, en soportes físicos ubicados en FIBES Sevilla:

- Cartel principal. Se ubicará un cartel en la fachada de la cúpula de FIBES Sevilla con la marca

genérica de la Junta de Andalucía, como patrocinadora del evento, y de la marca de Gusto del Sur y los logotipos de fondos FEDER.

- Vinilo en la zona de showcooking. En el frontal de la cocina que a su vez será la zona de concursos, se instalará un vinilo con la marca genérica de la Junta de Andalucía, de la marca de Gusto del Sur y los logotipos de fondos FEDER.
- Cartel en el portón de acceso con la marca genérica de la Junta de Andalucía, de la marca de Gusto del Sur y los logotipos de fondos FEDER.
- Cartel en el podium de entrada al pabellón con la marca genérica de la Junta de Andalucía, de la marca de Gusto del Sur y los logotipos de fondos FEDER.
- Lona cúpula. Se instalará una lona en la cúpula con la marca genérica de la Junta de Andalucía y de la marca de Gusto del Sur y los logotipos de fondos FEDER.
- Lonas en la plaza del Palacio del Congresos. Se ubicarán 6 lonas de PVC doble cara de 1x3 m en la plaza con la marca genérica de la Junta de Andalucía y de la marca de Gusto del Sur y los logotipos de fondos FEDER.
- Photocall entrada. Se ubicará un photocall de 4x2,70 metros en la entrada al pabellón con la marca genérica de la Junta de Andalucía, de la marca de Gusto del Sur y los logotipos de fondos FEDER.
- Photocall en los premios FROZEN España. En la zona donde se entregaran los premios FROZEN España se ubicará un photocall con la marca genérica de la Junta de Andalucía, de la marca de Gusto del Sur y los logotipos de fondos FEDER.
- Photocall trasero Foro Congreso principal. Se ubicará un photocall trasero en el Foro del Congreso Principal con la marca genérica de la Junta de Andalucía, de la marca de Gusto del Sur y los logotipos de fondos FEDER.
- Vinilo en el pórtico de entrada al espacio HUB 360 para empresas auxiliares y patrocinadores con la marca genérica de la Junta de Andalucía, de la marca de Gusto del Sur y los logotipos de fondos FEDER.
- Paneles de FOAM 3x3 (2 unidades) para el espacio de mercado con la marca genérica de la Junta de Andalucía, de la marca de Gusto del Sur y los logotipos de fondos FEDER.

Nota: AGAPA facilitará a la organización los logotipos para los soportes, corriendo la organización con la producción, montaje y desmontaje y cualquier necesidad logística que pudiera ser necesaria.

La inclusión de la marca de Andalucía, Gusto del Sur y de fondos FEDER se realizará de acuerdo con las indicaciones del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, de Gusto del Sur y de Fondos Europeos.

3.3. Contraprestaciones relacionadas con la presencia de Andalucía en el stand del mercado.

- Punto de información y captación de empresas para adherirse a la marca Gusto del Sur. Se trata de un stand modular de 18 m² que será personalizado por la Junta de Andalucía y que se destinará a punto de información para explicar la marca Gusto del Sur, sus beneficios y a promover adhesiones de nuevas empresas con el objetivo de ampliar la comunidad Gusto del Sur. El stand dispondrá de una mesa y 3 sillas para el personal de asistencia técnica.

3.4. Contraprestaciones relacionadas con la comunicación y difusión:

- Presencia de Andalucía como patrocinadora de las jornadas en al menos 10 newsletters enviadas a la base de datos de las empresas de congelados de la Asociación FROZEN España y Frozen Food Market (2.000 empresas). En las newsletters se incluirá 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, de acuerdo con las indicaciones del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, Gusto del Sur y de Fondos Europeos.
- Presencia de Andalucía como patrocinadora de las jornadas en la Home de la web de Frozen Food Market hasta febrero 2026. Se personalizará banner con la marca genérica de la Junta de Andalucía, junto con los logos de Gusto del Sur y Fondos FEDER de acuerdo con las indicaciones del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, Gusto del Sur y de Fondos Europeos.
- Notas de prensa. Generación de tres notas para revistas especializadas y generalista en versión impresa y digital (Alimarket, Aral e Inforetil).
- Inserciones publicitarias con la marca genérica de la Junta de Andalucía, junto con los logos de Gusto del Sur y Fondos FEDER, para revistas especializadas y generalistas versión impresa y digital (Alimarket, Aral e Inforetil).
- Mención de la participación de la Junta de Andalucía en entrevistas en prensa y radio (Onda Cero y Grupo Joly).
- Mupis digitales en formato 9:16 (verticales 1080x1920 full HD en vertical). Se ubicarán 5 mupis digitales en diferentes puntos de Sevilla (Jardines de Murillo, Altozano, Paseo Cristina, Encarnación, y FIBES II) con la marca gMenérica de la Junta de Andalucía, como patrocinadora del evento, y la marca de Gusto del Sur y los logotipos de fondos FEDER. Los mupis deben estar georreferenciados para determinar su ubicación exacta.
- Vallas publicitarias. Se distribuirán 10 vallas en distintas ubicaciones de Andalucía con la marca genérica de la Junta de Andalucía, como patrocinadora del evento, y la marca de Gusto del Sur y los logotipos de fondos FEDER. Las vallas deben estar georreferenciadas para determinar su ubicación exacta.

La inclusión de la marca de Andalucía, Gusto del Sur y de fondos FEDER se realizará de acuerdo con las indicaciones del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, de Gusto del Sur y de Fondos Europeos.

4. MEMORIA FINAL.

Tras la finalización del evento y teniendo como fecha límite el 23 de febrero de 2026, la empresa adjudicataria deberá entregar a AGAPA una memoria final o dossier informativo del resultado de las actividades patrocinadas y de todas las contraprestaciones del patrocinio, así como la repercusión mediática no sólo del evento patrocinado, sino de las acciones patrocinadas por la Consejería en esta edición. Esta memoria servirá de base y respaldo del cumplimiento de las prescripciones técnicas del patrocinio en los términos que se han expuesto en los apartados anteriores. Es por ello por lo que se considera de especial interés que la memoria incluya toda la información y estadísticas que se puedan aportar.

Así, se deberá incluir, entre otra, la información que se relaciona a continuación:

- Estadísticas generales de la edición de Frozen Food Market 2026
  - Metros cuadrados totales.
  - Número total de expositores.
  - Número de expositores nacionales.
  - Número de expositores internacionales.
  - Número de empresas/instituciones andaluzas participantes.
  - Número de países expositores.
  - Cifra de visitantes y, si fuera posible, sector y país de procedencia (en caso de ser nacional, provincia).
  - Número de newsletters enviadas y cifras de impacto.
  - Número de pases o invitaciones digitales generados.

- En relación a la prensa acreditada:
  - Número de periodistas acreditados.
  - Medio de procedencia.
  - Provincia (en caso de ser nacional).
  - País.

- En relación a la repercusión del patrocinio en medios de comunicación (prensa, radio, televisión):
  - Datos con el impacto de la feria en diferentes medios de comunicación (prensa diaria y especializada, radio) con indicación del número y/o porcentaje de medios escritos y digitales, nacionales, internacionales y cifras de tirada o visualizaciones, para medios impresos y digitales, respectivamente. Se recogerá además el dato del número de noticias publicadas y menciones realizadas sobre la participación de la Junta en el evento, indicando el tipo de medio y su área geográfica (nacionales -regionales, provinciales- e internacionales).
  - Valoración económica de la repercusión del patrocinio en medios.

- En relación a la repercusión mediática del patrocinio en la web del evento:
  - Impactos/visualizaciones de la presencia del patrocinio en la web de Frozen Food Market.

El documento deberá ilustrarse con no menos de 20 fotografías sobre la visibilidad del patrocinio institucional de la Consejería en la feria. Se deberá incluir documentación gráfica que acredite la realización de **cada una de las contraprestaciones y soportes incluidos en el patrocinio institucional**, así como la acreditación del cumplimiento de la cláusula especial de ejecución establecida en el PCAP: "Instalación de contenedores selectivos perfectamente señalizados y visibles para la recogida selectiva de los residuos generados en la sala de compradores y sala de prensa".

5. PLAZO DE EJECUCIÓN Y PRÓRROGA.

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 próximo 21 de enero de 2026, y cumplidas las contraprestaciones previstas de conformidad.
2. Presentación de la memoria final: desde la finalización del evento hasta el 23 de febrero de 2026.

6. OTRAS CONSIDERACIONES.

a) Las personas intervinientes que hablen públicamente, no deben expresar logro político ni lanzar mensajes electoralistas.

b) Tratamiento de datos de carácter personal. La empresa adjudicataria, deberá cumplir el REGLAMENTO (UE) 2016/679 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos). Para ello, y en aplicación de la disposición adicional vigésima quinta de la Ley 9/2017, la persona contratista tendrá la consideración de encargado del tratamiento. Asimismo la persona contratista deberá cumplir, en cuanto no se oponga al Reglamento citado, la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, en virtud de la cual tendrá la obligación de guardar sigilo respecto de los datos de carácter personal a los que tenga acceso en el marco del presente contrato, unicamente los tratará conforme a las instrucciones de AGAPA, y no los aplicará o utilizará con un fin distinto al estipulado, ni los comunicará, ni siquiera para su conservación, a otras personas. Además, deberá cumplir las medidas técnicas y organizativas estipuladas en el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal. En el caso de que la empresa, o cualquiera de sus miembros, destine los datos a otra finalidad, los comunique o los utilice incumpliendo las estipulaciones del contrato, será responsable de las infracciones cometidas. Una vez finalizada la relación contractual, los datos de carácter personal tratados por la adjudicataria, así como el resultado del tratamiento obtenido, deberán ser destruidos o devueltos a AGAPA en el momento en que ésta lo solicite.

c) Todos los trabajos requeridos en el presente pliego contemplarán las condiciones de accesibilidad universal y de diseño para todos.

d) Los trabajos descritos deben ajustarse adecuadamente a las normas establecidas en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucia, de la marca “Gusto del Sur” **y de los Fondos FEDER**,y 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. Todas las piezas creativas y/o cuales quiera de los soportes indicados en el presente pliego en los que se lleve a cabo la inserción de la marca, deberán contar con la aprobación de AGAPA antes de su producción.

e) Toda la organización, producción y montaje/desmontaje del evento y de las acciones patrocinadas, en los términos expuestos, correrá por cuenta de la patrocinada, siendo a su cargo los medios materiales y personales precisos para el perfecto desarrollo del mismo.

f) La organización se responsabilizará de que el evento disponga de las pólizas de seguros que exija la normativa vigente en este tipo de actividades, así como de cuantos permisos o autorizaciones administrativas

sean preceptivos. En todo caso y de forma expresa, la organización mantendrá indemne a la Agencia de toda responsabilidad frente a terceros, participantes o espectadores que pudiera derivarse de la celebración del evento.

g) Cualquier cambio o modificación en la organización o desarrollo del evento, habrá de ser previamente comunicado a la Agencia, quien se reserva el derecho a proceder a la resolución del contrato y retirar su patrocinio del evento.

Para cualquier aclaración o duda respecto a los contenidos del presente Pliego de Prescripciones Técnicas pueden contactar con:

Inmaculada González González, Responsable del Departamento de Promoción.
inmaculada.gonzalez.g@juntadeandalucia.es
Gema Rubio Estrada, Técnica del Departamento de Promoción.
mariag.rubio@juntadeandalucia.es
Laura Rivas Rodríguez, Técnica del Departamento de Promoción.
laura.rivas@juntadeandalucia.es

EL SUBDIRECTOR DE PROMOCIÓN, CONSULTORÍA Y ACTUACIONES SIG

Fdo: Leopoldo Gómez de Lara Caro

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		19/12/2025	PÁGINA 8 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGw2MU8UZbKorf69RjhFbs52113C	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

JOSE CARLOS ALVAREZ MARTIN		30/12/2025	PÁGINA 8 / 8
VERIFICACIÓN	NJyGw7Vn87Fn01sK00C45oGw996Trt	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	