

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 XXIV EDICIÓN DEL CONGRESO INTERNACIONAL MADRID FUSIÓN – ALIMENTOS DE ESPAÑA, “EL CLIENTE TOMA EL MANDO”, A CELEBRAR EN MADRID, DEL 26 AL 28 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, de la XXIV edición del Congreso Internacional que se celebrará en Madrid del 26 al 28 de enero de 2026, bajo el título *Madrid Fusión “El Cliente toma el mando”*.

2. CÓDIGO GEXAP.

CONTR 2025 680342

3. CÓDIGO CPV.

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

4. SERVICIO PROPONENTE.

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

Personal de Contacto:

- Victoria Lindsay Jones. Técnico del Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible.
- Paqui Vázquez Palmero. Técnico del Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible.

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, 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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 1 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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.

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 Objetivo Estratégico 01-01 - *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*. Del cual se deriva el Objetivo Operativo 01-01.03 que centra su atención en - *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 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. previsto para el ejercicio 2026 incluye, en el marco del citado objetivo, dentro de la Actuación 26-01.03.01 - *Organización, participación y asistencia técnica en Eventos profesionales, Congresos y otras acciones de promoción*, el Proyecto 26-02-01.03.01.756 - *Congresos*. Proyecto del que es responsable la Subdirección de Promoción, Consultoría y Actuaciones SIG, a través del Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia. El Proyecto que contempla entre otras actuaciones el desarrollo del plan de promoción de la Dirección General de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria. Entre las acciones previstas, el citado plan contempla la participación en la *XXIV EDICIÓN DE MADRID FUSIÓN - ALIMENTOS DE ESPAÑA "El Cliente toma el mando"*, a celebrar en Madrid, del 26 al 28 de enero de 2026, bajo la dirección, coordinación y supervisión de dicha Dirección General.

La presencia de Andalucía en eventos regionales, nacionales, europeos e internacionales vinculados a la promoción de productos agroalimentarios a través de la gastronomía constituye un instrumento de alto valor para el modelo de negocio de las empresas andaluzas y para su posicionamiento en mercados

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 2 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



estratégicos. Estos encuentros permiten amplificar la visibilidad exterior de la oferta agroalimentaria de la región, facilitando el acceso a compradores profesionales, distribuidores, chefs de referencia y prescriptores internacionales.

La promoción y difusión de los valores saludables, sostenibles y de calidad de nuestras producciones agroalimentarias y pesqueras —especialmente de aquellos alimentos amparados por figuras de calidad diferenciada— adquiere una dimensión global cuando se expresa a través de su vinculación con la alta gastronomía. En este contexto, los productos andaluces dejan de ser meros ingredientes y se convierten en elementos centrales de la narrativa culinaria contemporánea, reforzando su prestigio en mercados exteriores. Por ello, los eventos especializados en gastronomía tradicional y de vanguardia se consideran plataformas de comunicación y promoción de máximo interés para impulsar la internacionalización de las empresas del sector.

Hace veintitrés años, Madrid Fusión surgió en un momento crucial de transformación de la cocina española, favoreciendo cambios culturales que impulsaron la apertura, el intercambio internacional de conocimiento y la proyección global de los productos locales. Tras veintitrés ediciones, el congreso se ha consolidado como el principal escenario gastronómico mundial, convirtiéndose en un espacio clave para mostrar e impulsar la vanguardia culinaria, fomentar el debate sobre los ámbitos que conforman el ecosistema gastronómico global —desde la enología y la industria alimentaria hasta la innovación tecnológica y los nuevos modelos de negocio—, así como descubrir talento emergente y dar visibilidad a los productos agroalimentarios y pesqueros más innovadores.

Madrid Fusión se ha posicionado como la cita anual imprescindible para la gastronomía internacional. Su capacidad para generar una escena global de alta cocina, identificar tendencias y atraer a los principales actores del sector convierte al congreso en un entorno altamente estratégico para las empresas andaluzas que buscan abrirse camino en mercados exteriores. La edición de este año reunirá nuevamente a profesionales de la restauración y de los sectores agroalimentario y pesquero en el Pabellón 14 de IFEMA, contando con un espacio expositivo superior a los 26.000 metros cuadrados y reforzando los contenidos experienciales.

Durante tres días, la programación del congreso exhibirá propuestas y tendencias procedentes de los cinco continentes, situando una vez más en primer plano a los productos agroalimentarios y pesqueros de alta calidad, fundamentales para las cocinas del pasado, del presente y del futuro. Esta diversidad global refuerza el atractivo del evento para empresas andaluzas que buscan diversificar mercados, identificar oportunidades de exportación y establecer relaciones con operadores internacionales.

Así, Madrid Fusión se consolida como el congreso de alta gastronomía más prestigioso del mundo y como un punto de encuentro estratégico para todos los profesionales implicados en el universo gastronómico global. Ofrece oportunidades únicas de interacción con asistentes internacionales, medios de comunicación especializados y líderes de opinión, generando un entorno altamente favorable para presentar productos andaluces, acceder a nuevos mercados y fortalecer la competitividad internacional de las empresas participantes.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 3 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



La Consejería ha participado en diversas ediciones, siendo la de 2025 la última de ellas, mediante la contratación de Patrocinio Institucional al amparo del art. 22 de la Ley 34/1988 de 11 de noviembre General de Publicidad.

Para el planteamiento de participación de la Consejería en la edición 2026, se han tenido en consideración los antecedentes de este evento, que ha visto incrementados sus resultados económicos en torno a un 32%, pasando de los 72,1M€ de impacto de 2024 a los 102,3M€ de 2025 (Anexo 1_Dossier de patrocinio - MF 2026).

La tendencia ascendente de este congreso también se pone de manifiesto con cifras tan destacadas como las de su impacto de audiencia, pasando de los 10,20 millones de la edición de 2024, a los 15 millones de la última edición celebrada en 2025, suponiendo un 32% de incremento; su número de congresistas, que de los 1.814 de 2024 pasó a los 1.874 de 2025 (+3,3%), y su público asistente, con 26.104 visitantes en 2025 frente a los 25.812 de 2024 (+1,13%). (Anexo 1_Dossier de patrocinio - MF 2026)

Cifras de participación y alcance en MADRID FUSIÓN 2025 (Anexo 1_Dossier de patrocinio - MF 2026)

26.104	1.874	121	1.131	1.357	232	26.580 m ²
Visitantes (+1,13%)	Congresistas (+3,3%)	Estrellas Michelin (+34,4%)	Chefs	Periodistas acreditados	Empresas expositoras (+9,95%)	Área expositiva

En asistencia física también se batieron récords de participación en lo que respecta a prensa acreditada, con un total de 1.357 periodistas que cubrieron este evento. Como también puede apreciarse en el cuadro adjunto, las empresas y entidades expositoras fueron 232, un 10% más que en 2024, mientras que la superficie de exposición superó los 26.000 m². También fueron muy satisfactorias las cifras de usuarios web (29.572), nacionalidades participantes (95), así como estrellas Michelin (121, un 34,4% más sobre la edición de 2024).

En cuanto a la participación en las acciones y espacios patrocinados por la Consejería cabe destacar la gran afluencia de público que pasó por nuestro stand, alcanzando el aforo completo durante toda la duración del congreso. Por su parte protagonizaron la programación de nuestro stand 25 empresas y/o entidades andaluzas (8 empresas LANDALUZ y 10 Consejos Reguladores de DDOO e IGP andaluzas, 5 empresas adscritas a la marca Gusto del Sur y 13 empresas expositoras en la muestra).

Atendiendo al retorno de la comunicación del evento, los datos de la pasada edición ponen de manifiesto que Madrid Fusión cuenta con un poderoso motor de producción de contenidos que combina un equipo de producción propio con una amplia red de colaboradores locales e internacionales. Son datos representativos los 9.420 artículos en medios (+18% respecto 2024), 317 apariciones en televisión (+50%) (Anexo 1_Dossier de patrocinio - MF 2026) y en 143 programas de radio (+40,2%) (Anexo 2_Memoria Justificativa MF 2025).

Del análisis del clipping de prensa se desprende que la participación andaluza en Madrid Fusión 2025 obtuvo más de un centenar de impactos en medios de comunicación, principalmente en medios digitales,

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 4 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



junto con una relevante presencia en prensa escrita y una cobertura significativa en radio y televisión. .
(Anexo 3_Cliping JA – Gusto del Sur_MF 2025).

En lo relativo al alcance en las RRSS del evento, se contabilizaron 34,73K seguidores en Facebook (+0,42% respecto a 2024), 51,83K seguidores en Twitter (X) (-0,95%) y 70,35K usuarios en Instagram, lo que supuso un incremento del 10,75% frente a 2024 **(Anexo 4_Informe RRSS_MF25).**

En paralelo, los contenidos publicados específicamente por la Junta de Andalucía / Gusto del Sur durante Madrid Fusión 2025 generaron:

Actividad propia de la Junta de Andalucía **(Anexo 5_Informe RRSS JA_MF25).**

- **X:** 2 publicaciones con 864 reproducciones.
- **Facebook:** 6 publicaciones con 3.083 reproducciones, 2.376 personas alcanzadas y 38 interacciones.
- **Instagram (posts):** 2 publicaciones con 10.749 reproducciones, 7.165 cuentas alcanzadas, 189 likes y 40 guardados.
- **Instagram (stories):** 4 bloques con 18.926 reproducciones, 17.295 cuentas alcanzadas y 171 interacciones.
- **Instagram (reel):** 1 reel con 17.726 reproducciones, 10.335 cuentas alcanzadas y 452 likes.

Totales Junta de Andalucía MF25:

- 51.348 reproducciones
- 37.101 cuentas alcanzadas
- 890 interacciones

Las previsiones de la organización para la edición de 2026 es la de mantener un crecimiento similar al de la pasada edición como evento referente que atrae la atención de todos los medios de comunicación de una manera orgánica.

A la hora de valorar la conveniencia de participar en una nueva edición de Madrid Fusión, 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 un evento que, al ser el escaparate gastronómico internacional más potente a nivel mundial, atrae la atención de los medios de una forma orgánica y natural, como a través del uso del logotipo y la imagen corporativa de este congreso en todas sus comunicaciones.

Así mismo, se ha considerado la evolución cualitativa del propio congreso, que en los últimos años ha incorporado contenidos más experienciales, sensoriales y orientados a generar visibilidad de alto valor para las empresas e instituciones participantes. Este enfoque potencia la capacidad del evento para atraer la atención de medios internacionales, compradores profesionales y prescriptores globales, reforzando así la proyección exterior de la oferta agroalimentaria andaluza.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 5 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



La experiencia de participación se ve además fortalecida por la disponibilidad de invitaciones profesionales, una herramienta de gran utilidad para dinamizar el networking y favorecer el establecimiento de contactos estratégicos con distribuidores, importadores, chefs influyentes y otros actores clave del sector gastronómico mundial.

A ello se suma el impulso de la vertiente digital del congreso, consolidada durante las últimas cuatro ediciones, que permite amplificar el alcance internacional de las acciones patrocinadas. La generación continuada de contenidos en redes sociales y plataformas profesionales asegura una mayor interacción con audiencias globales y contribuye de forma decisiva a mejorar el retorno de la inversión para las empresas andaluzas. Dicho retorno puede medirse con precisión mediante las analíticas de la plataforma digital, lo que facilita evaluar el impacto real de la participación y optimizar la planificación de futuras acciones de promoción exterior. En este sentido, destaca la visibilidad privilegiada que ofrece el congreso en todos sus canales oficiales, un escaparate de primera línea ante mercados estratégicos.

Por estas razones, Madrid Fusión – Alimentos de España se configura como un escenario excepcional para proyectar internacionalmente los valores saludables, sostenibles y de calidad de los productos agroalimentarios y pesqueros más emblemáticos de Andalucía. Destacan especialmente los Aceites de Oliva Virgen Extra (AOVE) y los vinos andaluces con figuras de calidad diferenciada, cuya presencia en un foro gastronómico de referencia mundial fortalece su posicionamiento en mercados de alto valor añadido y contribuye a abrir nuevas oportunidades comerciales para las empresas productoras.

A todo lo anterior se suma el carácter diferencial del evento frente a otros certámenes agroalimentarios: la participación activa de los principales profesionales de la alta cocina a escala global. Estos chefs, considerados prescriptores esenciales para la internacionalización de productos premium, no solo intervienen como ponentes, sino que también participan como público especializado en búsqueda de innovación, inspiración y nuevas tendencias, especialmente en lo relativo a materias primas de alta calidad y origen garantizado. Este entorno favorece que las empresas andaluzas generen alianzas estratégicas, accedan a nuevos canales de distribución y consoliden su presencia en la restauración internacional de vanguardia.

Finalmente, Madrid Fusión se distingue por su firme compromiso con la puesta en valor del Aceite de Oliva Virgen Extra. La categoría de Producto Oficial, creada en 2021, refuerza transversalmente su presencia en todos los espacios y actividades del congreso, situándolo en el centro del discurso gastronómico internacional. Este reconocimiento no solo evidencia su estrecha vinculación con la alta gastronomía, sino que también representa una oportunidad estratégica para impulsar su presencia en mercados exteriores y en la cesta de la compra de los países visitantes, contribuyendo directamente a la expansión comercial de las empresas andaluzas productoras de AOVE.

También resulta fundamental la promoción en general de las distintas figuras de calidad agroalimentaria, tales como las denominaciones de origen protegidas (DOP), indicaciones geográficas protegidas (IGP) o las especialidades tradicionales garantizadas (ETG), la producción Ecológica e Integrada y de aquellos productos que cuentan ya con la marca de calidad “Gusto del Sur”, 553 referencias/productos en total y 214 empresas adheridas hasta la fecha <https://www.gustodelsur.es/>, que continúa incrementándose. Así como también otros valores diferenciales de nuestras producciones que contribuyen a incrementar el grado de inter-

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 6 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



nacionalización del tejido empresarial andaluz, ayudando a nuestras empresas agroalimentarias a superar las barreras a las que se enfrentan para comercializar en el exterior, fortaleciendo de esta forma la posición de los productos andaluces en el mundo, a fin de incrementar las exportaciones y la cuota de negocio internacional.

Con esta acción concreta, la Consejería desea, por tanto, apoyar a las empresas andaluzas para difundir sus productos en el congreso Madrid Fusión, a fin de fortalecer sus relaciones comerciales con potenciales clientes extranjeros y aumentar su volumen de negocio en el ámbito internacional. Particularmente con clientes de los países participantes en esta edición, lo cual permitirá incrementar el grado de internacionalización de nuestro sector, generar empleo de calidad y fortalecer la posición de los productos andaluces en el mercado exterior.

Por todo ello, la Consejería plantea su participación en Madrid Fusión - Alimentos de España a través de la fórmula del Patrocinio Institucional, implicando:

- Patrocinio exclusivo del *Espacio Gastronómico Madrid Fusión – “Gusto del Sur”* dentro de la zona expositiva del congreso, centrado en poner en valor el producto agroalimentario y pesquero andaluz a través de su programación diaria.
- Patrocinio exclusivo de la Programación de las Actividades del Espacio Gastronómico Madrid Fusión – “Gusto del Sur”, abiertas al público. Se llevarían a cabo un mínimo de 6 actividades diarias (18 actividades en total):
 - 1 showcooking diario (3 en total).
 - 1 actividad diaria de desayuno o presentación de tapas (3 en total).
 - 4 actividades gastronómicas de libre configuración diarias (12 en total), basadas en los productos agroalimentarios y pesqueros con calidad diferenciada de Andalucía y/o adheridos a la marca “Gusto del Sur”.
- Patrocinio de una demostración fundamentada en los productos amparados por figuras de calidad diferenciada ligadas al origen reconocidas en Andalucía, a desarrollar en *Sala Polivalente* de zona expositiva.
- Patrocinio de una cata de vinos andaluces “singulares” amparados por alguna de las figuras de calidad diferenciada existentes en Andalucía, en el espacio *Madrid Fusión The Wine Edition*.
- Patrocinio categoría producto oficial “*Aceite de Oliva Oficial Madrid Fusión 2026*”.

Las contraprestaciones del patrocinio 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.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 7 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Ficha técnica MADRID FUSIÓN 2026

Nombre	MADRID FUSIÓN – ALIMENTOS DE ESPAÑA “El Cliente tiene el mando”
Organiza	Organizado en exclusiva por FORO DE DEBATE, SL
Carácter	Profesional internacional
Periodicidad	Anual
Edición	XXIV
Modalidad	Presencial
Lugar	IFEMA (Institución Ferial de Madrid). Pabellones 14.0 – 14.1
Fecha	26 a 28 de enero de 2026
Horario	Lunes y martes (10h-20h) y miércoles (10h-19:30h) – horarios estimados.
Sectores	Sector de la restauración en general; sector agroalimentario - pesquero
Perfil del visitante	Profesionales del sector de la hostelería (cocineros, jefes de sala, sumilleres, etc), empresarios agroalimentarios, responsables de compras de hostelería y grandes superficies, distribuidores, importadores, exportadores prensa generalista y especializada de ámbito nacional e internacional y críticos gastronómicos...

La entidad FORO DE DEBATE, SL con CIF B82054792, es propietaria y organizadora única del evento Madrid Fusión - Alimentos de España 2026. 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 Madrid con carácter anual. Dicha circunstancia se acredita por parte de la citada empresa mediante certificación – declaración responsable que queda incorporada como documento adicional no firmable, **Anexo 6**, al expediente de contratación del que es objeto esta Memoria Justificativa.

6. TIPO DE CONTRATO.

En la calificación en función de su régimen jurídico de derecho administrativo o de derecho privado indicamos:

- ✓ **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**

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 8 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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.

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:

«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 "intuitio 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 (total y parciales) y PRÓRROGA, si la hubiera.

El plazo de ejecución se extenderá desde la fecha de formalización del contrato hasta el próximo 3 de marzo de 2026, no existiendo posibilidad de prórroga.

Plazos parciales:

1. Prestaciones objeto de contrato: desde la firma del contrato hasta la finalización del evento y ejecutados los trabajos de conformidad.
2. Presentación de la memoria final: desde la finalización del evento hasta el 03 de marzo 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 **DOSCIENTOS CINCUENTA MIL EUROS (250.000,00€), 21% IVA INCLUIDO.**

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 9 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



CONCEPTOS DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL	IMPORTE
COSTES DIRECTOS ESTIMADOS DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL	151.040,00 €
Patrocinio con carácter exclusivo del Espacio Gastronómico Madrid Fusión – “Gusto del Sur”	55.400,00 €
1. Personalización del espacio. Diseño, dotación, producción, montaje y desmontaje	34.400,00 €
2. Mención a la marca y de la cofinanciación con Fondos FEDER en los posts/contenidos colgados en la web del evento	8.000,00 €
3. Publicación de contenidos sobre el espacio patrocinado en las redes sociales del evento con mención a la marca y de la cofinanciación con Fondos FEDER.	13.000,00 €
Patrocinio exclusivo de la Programación de las Actividades del Espacio Gastronómico Madrid Fusión – “Gusto del Sur”	33.500,00 €
1. Diseño, dotación, producción, montaje y desmontaje de 2 actividades diarias (6 en total)	22.500,00 €
2. Dotación, producción montaje y desmontaje de 4 actividades diarias (12 en total)	
3. Presencia de la marca en chaquetillas y delantales del personal que apoye el desarrollo del programa de actividades	2.000,00 €
4. Publicación de contenidos sobre el programa de actividades en las redes sociales del evento con mención a la marca y de la cofinanciación con Fondos FEDER.	6.000,00 €
5. Emisión de spot publicitario y mención de la marca y de la cofinanciación con Fondos FEDER por parte del conductor del programa	3.000,00 €
Patrocinio de una demostración a desarrollar en la Sala Polivalente de zona expositiva.	11.850,00 €
1. Diseño, dotación, producción, montaje y desmontaje de la ponencia	4.750,00 €
2. Presencia de la marca y de la cofinanciación con Fondos FEDER en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de ésta	2.000,00 €
3. Mención a la marca y de la cofinanciación con Fondos FEDER en los posts/contenidos colgados en la web del evento	2.000,00 €
4. Publicación de contenidos sobre la actividad patrocinada en las redes sociales del evento con mención a la marca y de la cofinanciación con Fondos FEDER.	2.000,00 €
5. Emisión de spot publicitario antes y después de la actividad y mención de la marca y de la cofinanciación con Fondos FEDER por parte del conductor de la actividad	1.100,00 €
Patrocinio de una cata de vinos andaluces en el espacio Madrid Fusión The Wine Edition.	6.500,00 €
1. Diseño, dotación, producción, montaje y desmontaje de la ponencia	2.400,00 €
2. Presencia de la marca y de la cofinanciación con Fondos FEDER en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de ésta	1.500,00 €
3. Mención a la marca y de la cofinanciación con Fondos FEDER en los posts/contenidos colgados en la web del evento	1.000,00 €
4. Publicación de contenidos sobre la actividad patrocinada en las redes sociales del evento con mención a la marca y de la cofinanciación con Fondos FEDER.	1.000,00 €
5. Emisión de spot publicitario antes y después de la actividad y mención de la marca y de la cofinanciación con Fondos FEDER por parte del conductor de la actividad	600,00 €

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 10 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Patrocinio categoría producto oficial “Aceite de Oliva Oficial Madrid Fusión 2026”	17.200,00 €
1. Presencia de la marca con mención expresa del patrocinio: “ACEITES DE OLIVA VIRGEN EXTRA DE ANDALUCÍA CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN. ACEITE OFICIAL MADRID FUSIÓN” en los soportes del evento	5.500,00 €
2. Uso transversal y presencia de los AOVES de Andalucía en los dos escenarios del congreso (Auditorio Principal y Espacio Polivalente)	5.500,00 €
3. Mención a la categoría de producto oficial patrocinado, “ACEITES DE OLIVA VIRGEN EXTRA DE ANDALUCÍA CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN. ACEITE OFICIAL MADRID FUSIÓN”, en los posts/contenidos colgados en la web del evento que hagan referencia a dicho patrocinio	2.000,00 €
4. Publicación de contenidos sobre de este patrocinio en las redes sociales de Madrid Fusión con mención a la categoría patrocinada y de la cofinanciación con Fondos FEDER	2.000,00 €
5. Presencia de los AOVES andaluces en el welcome pack de prensa acreditada	2.200,00 €
Contraprestaciones Generales	26.590,00 €
1. Visibilidad e imagen de marca	26.590,00 €
3. Invitaciones y actos protocolarios	Sin coste
COSTES INDIRECTOS ESTIMADOS	36.788,70 €
Gastos generales de estructura (suministros, materias primas, arrendamientos, gastos de administración, etc.)	36.788,70 €
BENEFICIO INDUSTRIAL	18.782,87 €
TOTAL BASE IMPONIBLE	206.611,57 €
IVA 21%	43.388,43 €
TOTAL	250.000,00 €

El presupuesto base de licitación ha sido obtenido a partir de las tarifas que la entidad propietaria y organizadora del evento FORO DE DEBATE, SL con CIF B82054792, 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.

Tal como se comentaba con anterioridad, la dilatada trayectoria de este evento, sus exitosos datos de participación de público congresista y general y de impacto global en medios y su marcado carácter internacional, referidos en el apartado quinto de la presente memoria justificativa, convierten a Madrid Fusión en una acción estratégica para continuar apoyando la consolidación de la nueva marca de calidad “Gusto del Sur”, como para reforzar el prestigio e imagen nuestro sector agroalimentario y pesquero y, en consecuencia, incrementar el grado de internacionalización de las pymes andaluzas. Fortaleciendo de esta forma la posición de los productos andaluces en el mundo, para que aumenten las exportaciones y las inversiones extranjeras. Todo lo anterior, sumado a los datos económicos de participación en ediciones anteriores de este evento, hacen considerar su presupuesto para 2026 como ajustado a los precios de mercado habituales para este tipo de acciones promocionales.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 11 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 valorar la adecuación del presupuesto base de licitación a los precios de mercado habituales para este tipo de acciones.

Los resultados, tanto en valoración económica (102,3M€ en 2025 un incremento del 32% respecto a 2024, 72M€) como en audiencia (15M) (**Anexo 1_Dossier de patrocinio - MF 2026**), reafirman la sólida evolución del evento y llevan a la organización a estimar un crecimiento similar en la próxima edición. Se prevé que Madrid Fusión vuelva a registrar un crecimiento notable y un nivel de repercusión mediática comparable al del año anterior, consolidando de nuevo el interés y la visibilidad de la participación andaluza en todos los formatos informativos —medios digitales, prensa, radio y televisión—, reafirmando así la tendencia positiva del evento.

En línea con lo anteriormente comentado, dada la naturaleza del contrato y una vez argumentado el interés y beneficio que supone para el sector agroalimentario andaluz la participación en este evento, se justifica a continuación la proporcionalidad de las tarifas del patrocinio en relación al interés y la previsión de retorno de las acciones propuestas:

- Patrocinios exclusivos del Espacio Gastronómico Madrid Fusión – “Gusto del Sur” (supone el 36,68% de los costes directos) y de la Programación de las Actividades del Espacio Gastronómico Madrid Fusión – “Gusto del Sur” (supone el 22,18% de los costes directos). Gracias al patrocinio exclusivo de este espacio y de su programación, se dará la oportunidad a las empresas agroalimentarias y pesqueras andaluzas de poner en valor la calidad de sus productos y promocionarlos al importante y variado perfil profesional que acude anualmente a esta cita gastronómica. De igual forma, se trata de un marco idóneo para la promoción nacional e internacional de la marca de calidad institucional “Gusto del Sur” y de los productos adheridos a ella.
- Patrocinio de una demostración fundamentada en los productos andaluces, a desarrollar en Sala Polivalente de zona expositiva. Supone el 7,85% de los costes directos. La Sala Polivalente es uno de los espacios programados dentro del congreso para la presentación y puesta en valor de los productos y la gastronomía presentes en el evento. Contar con una ponencia patrocinada en este espacio, dará la oportunidad de promocionar y difundir las bondades de productos andaluces y sus aplicaciones gastronómicas, dando la posibilidad de que los profesionales de la hostelería nacionales e internacionales, así como el resto de los perfiles asistentes al evento, conozcan de primera mano el producto andaluz.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 12 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- Patrocinio de una cata de vinos andaluces amparados por alguna de las figuras de calidad diferenciada existentes en Andalucía, en el espacio Madrid Fusión The Wine Edition. Supone el 4,30% de los costes directos. Al igual que el caso anterior, el espacio Madrid Fusión The Wine Edition es uno de los espacios programados dentro del congreso para la presentación y puesta en valor, en este caso, de los productos vitivinícolas presentes en el evento. Contar con una cata patrocinada en este espacio, dará la oportunidad de promocionar y difundir las bondades de los vinos andaluces amparados por figuras de calidad diferenciada ligadas al origen reconocidas en Andalucía, dando la posibilidad de que los profesionales de la hostelería nacionales e internacionales, así como el resto de perfiles asistentes al evento, conozcan de primera mano el producto andaluz.
- Patrocinio categoría producto oficial “Aceite de Oliva Oficial Madrid Fusión 2026” (supone el 11,39% de los costes directos). El patrocinio de esta categoría supone para los AOVES andaluces el uso transversal de este producto andaluz en los escenarios principales de Madrid Fusión (Auditorio Principal y Espacio Polivalente). Además, supone la presencia de este producto emblemático en el welcome pack a la prensa acreditada, por lo que la promoción directa de este producto entre los distintos perfiles asistentes a este evento de proyección internacional estaría garantizada.

Por todo lo anteriormente expuesto y teniendo en cuenta los datos de impacto de su pasada edición y al posicionamiento del evento como primer congreso gastronómico a nivel mundial, antes referidos en la presente Memoria Justificativa y a la importancia para el sector de 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.

Finalmente, abordar que 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 Madrid Fusión nos permite conectar con el público objetivo (Profesionales del sector de la hostelería (*cocineros, jefes de sala, sumilleres, etc*), *empresarios agroalimentarios, responsables de compras de hostelería y grandes superficies, distribuidores, importadores, exportadores prensa generalista y especializada de ámbito nacional e internacional y críticos gastronómicos.....*), 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 pueden establecer a través de la publicidad en Mass Media o mono canal, donde la información es unilateral y, por tanto, sin interacción entre cliente y marca. Una relación que facilita la presencia física y real en el propio evento que se desea apoyar, y que no podríamos generar 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 Madrid Fusión - Alimentos de España, no puede compararse de ninguna manera, en términos de impacto,

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 13 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



a la inversión por el mismo importe en una campaña publicitaria, cuyo resultado podría ser el de generar una marca, que es sólo uno de los objetivos de la acción promocional contemplada para Madrid Fusión, escenario de enorme interés estratégico y público, por ser punto de encuentro de más de 25.000 profesionales (únicamente en la vertiente presencial del evento) de perfiles como los ya indicados, y por las oportunidades comerciales y de internacionalización que de ello se derivan para las empresas agroalimentarias andaluzas, así como para el conocimiento de la marca “Gusto del Sur” por parte de un segmento de público al cual es difícil llegar a través de la publicidad Mass Media o mono canal. Éste 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 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 **DOSCIENTOS SEIS MIL SEISCIENTOS ONCE CON CINCUENTA Y SIETE CÉNTIMOS DE EURO (206.611,57€), 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

- Factura, correspondiente al 100% del importe de adjudicación: A la finalización del evento patrocinado, cumplidas las contraprestaciones previstas y recibida la memoria final de conformidad.

14. FINANCIACIÓN.

OTROS FONDOS: Cofinanciación FEDER, al 85 % específicamente bajo la Medida A411CD21AR - Apoyo a la Internacionalización de la Economía Andaluza y captación de inversiones extranjeras, impulsando la internacionalización de las pymes andaluzas.

Ejerc Efec Caja	Posición Presupuestaria	Importe (€)
2026	1239172000.G/71X/22616/00.A411CD21AR	250.000,00€

FE04 2025 0000001433 en trámite.

15. PUBLICIDAD.

No procede.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 14 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 de una vez y media el valor estimado del contrato, esto es, TRESCIENTOS NUEVE MIL NOVECIENTOS DIECISIETE CON TREINTA Y CINCO CÉNTIMOS DE EURO (309.917,35 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: CINCUENTA MIL EUROS (50.000,00 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 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, 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 de personal técnico cualificado para el manejo de los medios audiovisuales de los espacios ESPACIO GASTRONÓMICO, SALA POLIVALENTE, y ESPACIO MADRID FUSIÓN THE WINE EDITION, que se utilizarán para el desarrollo de los contenidos – ponencias patrocinadas por la Consejería.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 15 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- 1 técnico superior en producción de audiovisuales y espectáculos, responsable de sonido y vídeo que coordinará todo el personal técnico que se describe a continuación, así como la realización de presentaciones y proyecciones de los contenidos – ponencias patrocinadas por la Consejería en los diferentes espacios.
 - Personal técnico Sala Polivalente
 - 1 técnico de audio
 - 1 técnico de audio auxiliar
 - 1 técnico de iluminación
 - 1 técnico de iluminación auxiliar
 - 1 técnico audiovisual led
 - 1 realizador de pantalla y emisión
 - 1 técnico audiovisual auxiliar realizador de pantalla
 - 1 técnico informático (sala revisión)
 - 1 realizador
 - 1 operador rotulación
 - 2 operadores de cámara
 - 1 técnico audiovisual traducción + streaming
 - Espacio MF The Wine Edition.
 - 1 técnico de audio
 - 1 técnico de audio auxiliar
 - 1 técnico de iluminación
 - 1 técnico de iluminación auxiliar
 - 1 técnico audiovisual led
 - 1 realizador de pantalla y emisión
 - 1 realizador de pantalla y editor para plataforma
 - 1 realizador
 - 2 operadores de cámara
 - 1 técnico audiovisual traducción + streaming
 - Espacio Gastronómico
 - 1 técnico de audio
 - 1 técnico audiovisual led
 - 1 realizador de pantalla y emisión

Atendiendo a la naturaleza del contrato y teniendo en cuenta que las prestaciones de carácter audiovisual implican un porcentaje muy considerable, tanto del presupuesto como de los trabajos a realizar por parte de la adjudicataria, se considera necesario demandar una especialización y experiencia adecuadas que garanticen la correcta ejecución de las contraprestaciones objeto del patrocinio. De ahí que se consideren justificados los anteriores criterios.

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

- **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 ponencias, demostraciones y talleres patrocinados, en los cuales se desarrolla cocina en vivo o

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 16 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



catas, 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 especial de ejecución, la empresa adjudicataria deberá incluir en la memoria final una declaración expresa de haber llevado a cabo los procedimientos establecidos, acompañada de documentación acreditativa. Dicha acreditación deberá realizarse mediante la incorporación de imágenes gráficas, junto con una declaración responsable o un certificado emitido por la entidad gestora de los residuos, o bien por el propio palacio de congresos o lugar de celebración del evento, en el que se certifique el cumplimiento de esta obligación respecto del evento concreto. 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 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 subtítulo 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: Definitiva: 5 % del precio final ofertado (excluido el IVA). Conforme establece el art. 107 LCSP.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 17 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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

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

$$X=(OMB \times Max)/Of$$

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: depende de las contraprestaciones**

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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 18 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- 1) **10 %** 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 Gastronómico Madrid Fusión “Gusto del Sur”*; en su calidad de patrocinador exclusivo del espacio.
- 2) **10 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO emisión del spot institucional (20”) antes y después de la ponencia patrocinada y/o mención de la marca por parte del conductor, en la demostración en la sala polivalente y en la cata de vinos a realizar en el espacio de “The Wine Edition” o de las actividades patrocinadas dentro de la programación del Espacio Gastronómico Madrid Fusión – “Gusto del Sur”.
- 3) **5 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en pantalla y la cofinanciación de los fondos FEDER durante el desarrollo de la demostración y cata patrocinados en cada uno de los espacios anteriormente citados.
- 4) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO mención a la marca y a la cofinanciación de los fondos FEDER en los posts/contenidos colgados en la web del evento o contenidos que sean publicados en las redes sociales de Madrid Fusión que hagan referencia a la demostración y cata patrocinados en cada uno de los espacios anteriormente citados.
- 5) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia y uso de manera transversal de los AOVES andaluces en los escenarios principales de Madrid Fusión.
- 6) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO mención a la marca y a la cofinanciación de los fondos FEDER en los posts/contenidos colgados en la web del evento o contenidos que sean publicados en las redes sociales de Madrid Fusión que hagan referencia a la categoría de producto oficial patrocinado, “ACEITES DE OLIVA VIRGEN EXTRA DE ANDALUCÍA CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN – ACEITE OFICIAL MADRID FUSIÓN 2026”.
- 7) **2%** del precio del contrato, excluido el IVA, por NO figurar como patrocinador institucional, con presencia de marca, en todos los soportes y/o publicaciones físicos y/o digitales (programa, web www.madridfusion.net, etc) editados con motivo de Madrid Fusión 2026.

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 o los incumplimientos relacionados con la NO presencia o vinculación de “la marca” dieran lugar a una penalidad superior al 20%, 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.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 19 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- **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.

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 persona titular del Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia de AGAPA, D^a Gemma Enríquez San Nicolás.

Vinculada a AGAPA: SI

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 20 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	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):**

Victoria Lindsay-Jones González. Técnico del Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible del Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia.

Paqui Vázquez Palmero. Técnico del Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible del Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia.

En Sevilla, a fecha de firma electrónica

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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		19/12/2025 17:34:58	PÁGINA: 21 / 21
VERIFICACIÓN	NJyGwVL2GF47V7vjaS16QfQIB3aiRx	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	