

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 LA IV EDICIÓN DEL EVENTO “AUTÉNTICA PREMIUM FOOD” – “COMPROMETIDOS CON EL ORIGEN”, A CELEBRAR EN SEVILLA DEL 13 AL 15 DE SEPTIEMBRE DE 2026.

Expediente GEXAP: CONTR 2026 217724

1.- OBJETO DEL PLIEGO

El objeto del presente pliego es describir las prescripciones técnicas por las que habrá de regirse la contratación del 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 IV edición del evento “Auténtica Premium Food”– “Comprometidos con el origen” (en adelante Auténtica), que se celebrará en Sevilla del 13 al 15 de septiembre de 2026.

2. FICHA TÉCNICA Y DESCRIPCIÓN DEL EVENTO

Ficha técnica AUTÉNTICA

Nombre	IV edición Auténtica Premium Food “Comprometidos con el origen”
Organiza	Organizado en exclusiva por NEXT BUSINESS EXHIBITIONS. S.L (NEBEXT)
Carácter	Profesional internacional
Periodicidad	Anual
Modalidad	Presencial
Lugar	Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla (FIBES)
Fecha /horario	13 de septiembre de 2026: actividad Networking previa al evento 14 a 15 de septiembre 2026 – Congreso (10:30 a 19:00 horas aprox.)
Sectores	Gastronomía, canal HORECA, Sector Agroalimentario y Pesquero, Distribución alimentaria
Perfil del visitante	Cadenas de supermercados, mayoristas, comercio especializado, gran distribución, importadores y exportadores, canal horeca, asociaciones sectoriales, prensa generalista y especializada de ámbito nacional e internacional y críticos gastronómicos.....

La presencia de Andalucía en eventos regionales, nacionales, europeos e internacionales, vinculados con la promoción de los productos agroalimentarios a través de la gastronomía, es un instrumento de valor para el modelo de negocio de las empresas andaluzas y para su visualización en los mercados, tanto a nivel nacional como internacional. De ahí que eventos como AUTÉNTICA, orientados a poner en valor el vínculo que la industria agroalimentaria tiene con la gastronomía tradicional y de vanguardia, y con una marcada



proyección internacional, sean considerados soportes promocionales y de comunicación del máximo interés.

En esa línea, Auténtica surgió en 2023 como plataforma de reflexión social, laboratorio de experimentación, y espacio de comunicación transversal, en el que los profesionales de la gastronomía y la industria alimentaria interactuaron con otros destacados líderes de opinión de nuestra sociedad para contribuir a desarrollar una nueva consciencia a través de los alimentos, integrando en este discurso a disciplinas tan diversas como la salud, el deporte, la ciencia, la tecnología, la comunicación o la nutrición, entre otras.

El éxito de su tercera edición, en cuanto a participación, alcance e impacto mediático, presentan a la cuarta edición de este evento como una ocasión única para visualizar la potencia de la industria agroalimentaria y de la gastronomía andaluzas en el mundo, asociándolas a la auténtica Dieta Mediterránea. En este marco, la incorporación de Óleum Summit, concebido como una iniciativa orientada a la promoción, el conocimiento y la proyección internacional del sector del aceite de oliva virgen extra, refuerza la dimensión estratégica del evento y amplía su capacidad para poner en valor la excelencia de las producciones andaluzas. Esta iniciativa se integra en el conjunto del evento, en el que participarán empresas del sector oleícola junto con otras entidades de la industria agroalimentaria, favoreciendo la convivencia profesional y las sinergias entre distintos ámbitos productivos.

En ese mismo sentido, Auténtica volverá a constituirse en un excelente escaparate para reforzar la imagen en el exterior de nuestras producciones agroalimentarias y pesqueras, y en especial de aquellas amparadas por alguna figura de calidad ligada al origen (DOP, IGP o ETG), dando a conocer y promocionando sus valores de sabor, calidad y sostenibilidad, a través de la marca “Gusto del Sur” para los productos agroalimentarios y pesqueros de Andalucía, cuyo uso queda regulado a través del Decreto 153/2023, de 27 de junio (BOJA 30 junio de 2023).

Por todo lo expuesto, la Consejería valora participar en esta tercera edición de este evento especializado en la industria agroalimentaria del producto premium y gourmet, nuevamente a través de la fórmula de Patrocinio Institucional, al amparo del art. 22 de la Ley 34/1988 de 11 de noviembre General de Publicidad.

Una fórmula de participación que implica:

Con carácter previo a la celebración del evento:

- Patrocinio, con carácter no exclusivo, de 1 actividad de Networking a celebrar el día previo al de inicio del evento:
 - “Retiro de Chefs”. Acontecimiento exclusivo que reunirá a los principales chefs y referentes gastronómicos de nuestro país.

Durante los días de celebración del evento:

- Patrocinio con carácter exclusivo del espacio “Gusto del Sur”, ubicado en la zona Expo, centrado en difundir los valores de la marca de calidad para productos agroalimentarios y pesqueros “Gusto del Sur”. Este patrocinio incluye, así mismo, el patrocinio exclusivo de la programación de actividades desarrolladas en el espacio “Gusto del Sur”, que comprenderá un mínimo de 2 actividades de

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 2 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



libre configuración diarias (4 en total) y acciones de dinamización promocional mediante degustaciones de producto a través de una unidad móvil de restauración ecológica (food truck).

- Patrocinio con carácter exclusivo del espacio “Denominaciones de origen de Andalucía”, ubicado en la zona Expo, centrado en poner en valor el producto agroalimentario y pesquero andaluz con calidad diferenciada ligada al origen.
- Patrocinio con carácter exclusivo del espacio “Cooperativas agroalimentarias” ubicado en la zona Expo, centrado en poner en valor al asociacionismo agroalimentario andaluz, así la riqueza y calidad de los productos de origen cooperativo.
- Patrocinio con carácter exclusivo del espacio “Quesándaluz”, ubicado en la zona Expo, destinado a la promoción, divulgación y puesta en valor del queso andaluz y del sector lácteo de Andalucía.
- Patrocino con carácter no exclusivo del espacio “Frozen”, ubicado en la zona Expo, centrado en poner en valor la calidad, innovación y sostenibilidad de la industria española de alimentos congelados.
- Patrocinio con carácter no exclusivo, en calidad de patrocinador principal, del espacio Culinary Fest by Gusto del Sur, destinado al desarrollo de una amplia programación de experiencias culinarias través de las que mostrar la versatilidad de los productos agroalimentarios y pesqueros en la gastronomía local e internacional.
- Patrocinio con carácter no exclusivo, de los siguientes espacios: espacio Degusta, Gastromarketing Forum, Horeca Forum y Oleum Summit.
- Patrocinio con carácter no exclusivo del Restaurante “Gusto del Sur”
- Dentro de la programación general del evento, el patrocinio exclusivo de:
 - Un mínimo de 2 actividades diarias (talleres, charlas, demostraciones de cocina en vivo, catas, degustaciones, etc), dentro de la programación del espacio Culinary Fest by Gusto del Sur.
 - Un mínimo de 3 actividades diarias dentro de la programación del espacio Degusta.
 - Un mínimo de 2 actividades diarias dentro de la programación del espacio Oleum Summit.
 - Un mínimo de 3 actividades diarias dentro del resto de la programación del Auténtica Congress.
 - Patrocinio de, al menos, 1 categoría de los Auténtica Innovation Awards 2026.
- Dentro de la programación general del evento, el patrocinio no exclusivo de la misión comercial, orientada a fomentar el encuentro entre empresas expositoras, compradores, distribuidores e importadores nacionales e internacionales, facilitando la generación de oportunidades comerciales, el establecimiento de alianzas estratégicas y la apertura de nuevos mercados para los productos agroalimentarios participantes.

Todo ello según las especificaciones que se desarrollarán a continuación.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 3 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYG89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



3. DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS A DESARROLLAR

3.1. Patrocinio no exclusivo de una actividad de Networking previa al inicio del evento

Patrocinio no exclusivo del “Retiro de Chefs”, un acontecimiento exclusivo que reunirá a los principales chefs y referentes gastronómicos de nuestro país.

El menú del evento deberá elaborarse a partir de productos agroalimentarios andaluces de calidad diferenciada, incluyendo la selección de vinos.

El diseño final del menú deberá contar con la aprobación de AGAPA/Consejería.

Los espacios deberán incluir la marca ‘Gusto del Sur’, marca genérica de la Junta de Andalucía en tantas ubicaciones como sean necesarias para asegurar su visibilidad en el mismo, de acuerdo con las indicaciones del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, del Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «Gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y de su Manual de Estilo de Comunicación.

3.2. Patrocinio con carácter exclusivo del Espacio “Gusto del Sur”

Patrocinio con carácter exclusivo del espacio “Gusto del Sur” ubicado en el área expositiva EXPO, centrado en difundir los valores de la marca de calidad “Gusto del Sur”. Contará con una superficie no inferior a 80 m² para el adecuado desarrollo de las actividades previstas en el mismo y se ubicará en la zona más destacada de la Zona Partner – pasillo principal.

3.2.1. Diseño, producción, montaje y desmontaje del espacio

La empresa adjudicataria presentará un máximo de 2 propuestas de diseño para el espacio, bajo el principio de libertad creativa, estará basada en la marca de calidad para productos agroalimentarios y pesqueros de Andalucía “Gusto del Sur”. Cada propuesta deberá incluir planos de distribución con detalle de cotas tanto en planta como en alzado, así como secciones y perspectivas generales con diferentes vistas, mediante imágenes en 3D que permitan una clara definición y comprensión del proyecto. Se garantizará un diseño innovador que capte la atención del público asistente. Asimismo, deberá ser funcional, no debiendo existir ningún obstáculo que dificulte la accesibilidad a personas con discapacidad. Se requiere creatividad y alta visibilidad, con un diseño que potencie su visualización y localización en el pabellón. Debiéndose incluir en la propuesta el diseño de elementos de señalización, para una eficaz localización.

El espacio deberá incluir la marca ‘Gusto del Sur’, marca genérica de la Junta de Andalucía en tantas ubicaciones como sean necesarias para asegurar su visibilidad en el mismo, de acuerdo con las indicaciones del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, del Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «Gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y de su Manual de Estilo de Comunicación.

La distribución del espacio, deberá incluir zona de recepción – información, zona de networking, zona de actividades - promoción de la marca “Gusto del Sur”, sala institucional de uso privado y zona almacén.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 4 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



El diseño presentado deberá incluir el suministro de, todo el mobiliario/equipamiento necesario, que deberá incluir atril y juego de banderas institucionales, así como una zona de asientos en el área de actividades, cuyo número deberá ser adecuado a las dimensiones y necesidades del espacio. Además, se garantizará el servicio de agua y cafetera de autoservicio, refrescos y bebidas isotónicas debidamente refrigeradas para los dos días de celebración del evento.

Se deberá incluir equipo de audiovisuales, como mínimo una pantalla de gran formato para la proyección de spot publicitarios y/o proyección de presentaciones acorde con las dimensiones del espacio y que garantice la correcta visualización de las proyecciones que se realicen a través de ella; Megafonía para correcta acústica del espacio a cubrir; Equipo técnico de sonido con micrófonos de mano, y diadema en caso de ser necesario. Equipo de realización de vídeo con capacidad de visionado de presentaciones y reproducción de vídeos corporativos e institucionales. Puntos de luz necesarios para la idónea iluminación del conjunto, que permita además una adecuada toma de fotografías e imágenes de vídeo, y tomas de corriente suficientes. Puntos de conexión para portátil en la zona de networking.

La empresa adjudicataria asumirá todos los costes del diseño, montaje/desmontaje y mantenimiento del espacio, así como los de suministro y consumo eléctrico y toda la producción de la gráfica del espacio. El espacio deberá estar en perfecto estado de utilización, a más tardar, a las 19 horas del día anterior al de inauguración del evento.

El servicio de mantenimiento incluirá, como mínimo, para todos los días del Congreso:

- Equipo de mantenimiento para la reparación y/o sustitución de posibles averías en el espacio y dependencias anexas.
- Servicio de limpieza y retirada de residuos preinaugural y diario (al final de cada jornada, después de cada actividad y siempre que sea necesario), en horario de 10:00 a 19:00 horas. Garantizándose el suministro en cantidad suficiente de material de limpieza, bolsas de basura, etc.

3.2.2. Programa de actividades del espacio

Patrocinio con carácter exclusivo del programa de actividades, abiertas al público del evento, se estructurará en una agenda diaria de carácter divulgativo y profesional, orientada a la puesta en valor de los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces. Además, el mencionado Espacio, podrá ser utilizado por la Consejería/Agencia en términos de atención institucional y de promoción.

El patrocinio exclusivo del programa de actividades deberá contar con las siguientes especificaciones:

- Mínimo de 2 actividades de libre configuración diarias (4 en total). Estas actividades consistirán en espacios puestos a disposición de las empresas e instituciones participantes designadas por AGA-PA/Consejería para el desarrollo de presentaciones, catas, ponencias u otras acciones de promoción, con una duración máxima de cuarenta y cinco (45) minutos por actividad, en las que no podrán realizarse demostraciones de cocina en vivo.

La organización será responsable de la producción, montaje y desmontaje de estas actividades, así como de la provisión de todas las necesidades logísticas asociadas, incluyendo mobiliario, equipa-

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 5 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



miento audiovisual, menaje de alta calidad y cualquier otro recurso necesario para su correcto desarrollo.

- Acciones de dinamización promocional mediante degustaciones de producto a través de unidades móviles de restauración ecológica (1 food truck), aportadas y operadas por una entidad participante bajo el paraguas de la marca, con la coordinación y autorización de la organización. Estas acciones se desarrollarán en espacios adecuados y expresamente habilitados dentro del recinto ferial, designados por la organización, garantizando su correcta operatividad, la afluencia de público y el cumplimiento de la normativa aplicable.

Estas acciones de dinamización no computarán como actividades de libre configuración, integrándose como elemento complementario del programa de actividades del espacio, con el objetivo de reforzar la visibilidad del patrocinio, la atracción de visitantes y la experiencia de marca.

3.2.3. Personal de servicio

La empresa adjudicataria pondrá al servicio del espacio el personal de servicio que, como mínimo, se indica a continuación:

- Servicio de técnicos/as de audiovisuales para el espacio.
- Servicio de un mínimo de 2 azafatos/as con idiomas requeridos de español e inglés para dar servicio a las zonas de bienvenida/acreditación y de comercialización de la marca. Antes del inicio del evento, la empresa adjudicataria aportará información a todas/as las/os azafatas/os sobre las actividades a desarrollar así como al respecto de la marca “Gusto del Sur” para la correcta atención de cada uno de los espacios mencionados.

El alojamiento, transporte caso de ser necesario y la manutención, incluyendo las dietas de todo este personal correrá a cargo de la empresa adjudicataria.

3.3. Patrocinio exclusivo del espacio “Denominaciones de Origen de Andalucía”

Patrocinio exclusivo del espacio “*Denominaciones de origen de Andalucía*” ubicándose, igualmente, en la zona más destacada de la Zona Partner – pasillo principal, centrado en poner en valor el producto agroalimentario y pesquero andaluz con calidad diferenciada ligada al origen. Contará con una superficie no inferior a 60 m² para el adecuado desarrollo de las actividades previstas en el mismo.

3.3.1. Diseño, producción, montaje y desmontaje

La empresa adjudicataria presentará un máximo de 2 propuestas de diseño para el espacio, bajo el principio de libertad creativa, que estará orientada a dar conocer la variedad y riqueza de las denominaciones de calidad andaluzas. Cada propuesta deberá incluir planos de distribución con detalle de cotas tanto en planta como en alzado, así como secciones y perspectivas generales con diferentes vistas, mediante imágenes en 3D que permitan una clara definición y comprensión del proyecto. Se garantizará un diseño innovador que capte la atención del público asistente. Asimismo, deberá ser funcional, no debiendo existir ningún obstáculo que dificulte la accesibilidad a personas con discapacidad. Se requiere creatividad

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 6 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



y alta visibilidad, con un diseño que potencie su visualización y localización en el pabellón. Debiéndose incluir en la propuesta el diseño de elementos de señalización, para una eficaz localización.

El espacio deberá incluir los sellos de garantía europeos para IGP y DOP además de la marca ‘Gusto del Sur’ y la marca genérica de la Junta de Andalucía en tantas ubicaciones como sean necesarias para asegurar su visibilidad en el mismo, de acuerdo con las indicaciones del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, del Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y de su Manual de Estilo de Comunicación.

El diseño de esta zona requiere un proyecto interpretativo por parte de la empresa adjudicataria en base a las Denominaciones de Calidad andaluzas que permita, al menos, una clara localización de las mismas y de su zona de producción dentro del territorio andaluz, así como una identificación de las características diferenciales de sus productos y elaboración, u otras peculiaridades. Para ello, dicho diseño estará basado en gráficas explicativas de las diferentes denominaciones de calidad de Andalucía y su aplicación en soportes de gran formato (tótems, paneles, soportes retroilumandos...) y en displays interactivos o soportes digitales si se considera conveniente.

La distribución del espacio, deberá incluir zona de recepción – información institucional de las Denominaciones de Calidad de Andalucía; zona interpretativa – expositiva que incluirá zona de trabajo con mesas altas y zona de cortador de jamón; Almacén.

El diseño presentado deberá incluir el suministro de, todo el mobiliario/equipamiento necesario.

Se deberá incluir equipo de audiovisuales para la proyección de spot publicitarios y/o proyección de presentaciones acorde con las dimensiones del espacio y que garantice la correcta visualización de las proyecciones que se realicen a través de ella; Megafonía para correcta acústica del espacio a cubrir; Equipo técnico de sonido con micrófonos de mano. Equipo de realización de vídeo con capacidad de visionado de presentaciones y reproducción de vídeos corporativos e institucionales. Puntos de luz necesarios para la idónea iluminación del conjunto, que permita además una adecuada toma de fotografías e imágenes de vídeo, y tomas de corriente suficientes.

La empresa adjudicataria asumirá todos los costes del diseño, montaje/desmontaje y mantenimiento del espacio, así como los de suministro y consumo eléctrico y toda la producción de la gráfica del espacio. El espacio deberá estar en perfecto estado de utilización, a más tardar, a las 18 horas del día anterior al de inauguración del evento.

El servicio de mantenimiento incluirá, como mínimo, para todos los días del Congreso:

- Equipo de mantenimiento para la reparación y/o sustitución de posibles averías en el espacio y dependencias anexas.
- Servicio de limpieza y retirada de residuos preinaugural y diario (al final de cada jornada, después de cada actividad y siempre que sea necesario), en horario de 10:00 a 19:00 horas. Garantizándose el suministro en cantidad suficiente de material de limpieza, bolsas de basura, etc.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 7 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



3.3.2. Personal de servicio

La empresa adjudicataria pondrá al servicio del espacio el personal de servicio que, como mínimo, se indica a continuación:

- Servicio de técnicos/as de audiovisuales para el espacio.
- Servicio de un mínimo de 2 azafatos/as con idiomas requeridos de español e inglés para dar servicio a las zonas de recepción – información institucional de las Denominaciones de Calidad de Andalucía y zona interpretativa – expositiva. Antes del inicio del evento, la empresa adjudicataria aportará información a todas/as las/os azafatas/os sobre las actividades a desarrollar así como al respecto de las Denominaciones de Calidad de Andalucía para la correcta atención de cada uno de los espacios mencionados.

El alojamiento, transporte caso de ser necesario y la manutención, incluyendo las dietas de todo este personal correrá a cargo de la empresa adjudicataria.

3.4. Patrocinio exclusivo del espacio “Cooperativas Agroalimentarias”

Patrocinio exclusivo del espacio “Cooperativas Agroalimentarias” ubicándose, igualmente, en la zona más destacada de la Zona Partner – pasillo principal, centrados en poner en valor el asociacionismo agroalimentario de Andalucía y la riqueza y calidad de los productos de origen cooperativo, así como la tecnología y las innovaciones que hay detrás de alimentos. Contará con una superficie no inferior a 80 m² para el adecuado desarrollo de las actividades previstas en el mismo.

3.4.1. Diseño, producción, montaje y desmontaje

La empresa adjudicataria presentará un máximo de 2 propuestas de diseño para el espacio, bajo el principio de libertad creativa, que estará orientada a dar conocer el valor el asociacionismo agroalimentario de Andalucía y su producción vinculada. Cada propuesta deberá incluir planos de distribución con detalle de cotas tanto en planta como en alzado, así como secciones y perspectivas generales con diferentes vistas, mediante imágenes en 3D que permitan una clara definición y comprensión del proyecto. Se garantizará un diseño innovador que capte la atención del público asistente. Asimismo, deberá ser funcional, no debiendo existir ningún obstáculo que dificulte la accesibilidad a personas con discapacidad. Se requiere creatividad y alta visibilidad, con un diseño que potencie su visualización y localización en el pabellón. Debiéndose incluir en la propuesta el diseño de elementos de señalización, para una eficaz localización.

El espacio deberá incluir la marca de Cooperativas Agroalimentarias, además de la marca ‘Gusto del Sur’ y la marca genérica de la Junta de Andalucía en tantas ubicaciones como sean necesarias para asegurar su visibilidad en el mismo, de acuerdo con las indicaciones del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, del Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y de su Manual de Estilo de Comunicación.

El diseño de esta zona requiere un proyecto interpretativo por parte de la empresa adjudicataria en base a la riqueza y calidad de los productos de origen cooperativo que permita, al menos, una clara localización de

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 8 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



estas producciones, así como de la tecnología y las innovaciones que hay detrás de ellas. Para ello, dicho diseño estará basado en gráficas explicativas y su aplicación en soportes de gran formato (tótems, paneles, soportes retroiluminados...) y en displays interactivos o soportes digitales si se considera conveniente.

La distribución del espacio, deberá incluir zona de recepción – información institucional de Cooperativas Agroalimentarias; zona interpretativa – expositiva que incluirá zona de trabajo con mesas altas; Almacén.

El diseño presentado deberá incluir el suministro de, todo el mobiliario/equipamiento necesario.

Se deberá incluir equipo de audiovisuales para la proyección de spot publicitarios y/o proyección de presentaciones acorde con las dimensiones del espacio y que garantice la correcta visualización de las proyecciones que se realicen a través de ella; Megafonía para correcta acústica del espacio a cubrir; Equipo técnico de sonido con micrófonos de mano. Equipo de realización de vídeo con capacidad de visionado de presentaciones y reproducción de vídeos corporativos e institucionales. Puntos de luz necesarios para la idónea iluminación del conjunto, que permita además una adecuada toma de fotografías e imágenes de vídeo, y tomas de corriente suficientes.

La empresa adjudicataria asumirá todos los costes del diseño, montaje/desmontaje y mantenimiento del espacio, así como los de suministro y consumo eléctrico y toda la producción de la gráfica del espacio. El espacio deberá estar en perfecto estado de utilización, a más tardar, a las 18 horas del día anterior al de inauguración del evento.

El servicio de mantenimiento incluirá, como mínimo, para todos los días del Congreso:

- Equipo de mantenimiento para la reparación y/o sustitución de posibles averías en el espacio y dependencias anexas.
- Servicio de limpieza y retirada de residuos preinaugural y diario (al final de cada jornada, después de cada actividad y siempre que sea necesario), en horario de 10:00 a 19:00 horas. Garantizándose el suministro en cantidad suficiente de material de limpieza, bolsas de basura, etc.

3.4.2. Personal de servicio

La empresa adjudicataria pondrá al servicio del espacio el personal de servicio que, como mínimo, se indica a continuación:

- Servicio de técnicos/as de audiovisuales para el espacio.
- Servicio de un mínimo de 2 azafatos/as con idiomas requeridos de español e inglés para dar servicio a las zonas de recepción – información institucional de Cooperativas Agroalimentarias y zona interpretativa – expositiva. Antes del inicio del evento, la empresa adjudicataria aportará información a todas/as las/os azafatas/os sobre las actividades a desarrollar así como al respecto de Cooperativas Agroalimentarias para la correcta atención de cada uno de los espacios mencionados.

El alojamiento, transporte caso de ser necesario y la manutención, incluyendo las dietas de todo este personal correrá a cargo de la empresa adjudicataria.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 9 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rFYG89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



3.5. Patrocinio exclusivo del espacio “Quesándaluz”

Patrocinio exclusivo del espacio “Quesándaluz”, destinado a la promoción, divulgación y puesta en valor del queso andaluz y del sector lácteo de Andalucía. Este espacio permitirá visibilizar la calidad, tradición, innovación y diversidad de las producciones queseras andaluzas, fomentando el conocimiento de sus características diferenciales, su vinculación con el territorio y el trabajo desarrollado por los productores andaluces. Contará con una superficie no inferior a 20 m² para el adecuado desarrollo de las actividades previstas en el mismo.

3.5.1. Diseño, producción, montaje y desmontaje

La empresa adjudicataria presentará un stand modular con gráficas, tipo Auténtica.

El espacio deberá incluir la marca de Quesándaluz, además de la marca ‘Gusto del Sur’ y la marca genérica de la Junta de Andalucía en tantas ubicaciones como sean necesarias para asegurar su visibilidad en el mismo, de acuerdo con las indicaciones del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, del Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y de su Manual de Estilo de Comunicación.

La distribución del espacio, deberá incluir una vitrina refrigerada, una vitrina expositiva sin refrigeración, una mesa de reuniones con sus correspondientes sillas y cartelería personalizada.

Se deberá incluir puntos de luz necesarios para la idónea iluminación del conjunto, que permita además una adecuada toma de fotografías e imágenes de vídeo, y tomas de corriente suficientes.

La empresa adjudicataria asumirá todos los costes del diseño, montaje/desmontaje y mantenimiento del espacio, así como los de suministro y consumo eléctrico y toda la producción de la gráfica del espacio. El espacio deberá estar en perfecto estado de utilización, a más tardar, a las 18 horas del día anterior al de inauguración del evento.

El servicio de mantenimiento incluirá, como mínimo, para todos los días del Congreso:

- Equipo de mantenimiento para la reparación y/o sustitución de posibles averías en el espacio y dependencias anexas.
- Servicio de limpieza y retirada de residuos preinaugural y diario (al final de cada jornada, después de cada actividad y siempre que sea necesario), en horario de 10:00 a 19:00 horas. Garantizándose el suministro en cantidad suficiente de material de limpieza, bolsas de basura, etc.

3.6. Patrocino con carácter no exclusivo del espacio “Frozen”

Patrocino no exclusivo del espacio “Frozen”, centrado en poner en valor el sector español de los alimentos congelados, así como la calidad, diversidad e innovación de sus productos, destacando especialmente los pescados, mariscos, verduras y elaborados ultracongelados que contribuyen al desarrollo de una alimentación moderna, sostenible y de calidad.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 10 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



El espacio deberá contar con el equipamiento y mobiliario necesario para el desarrollo de las actividades previstas.

El espacio deberá estar en perfecto estado de utilización, a más tardar, a las 18 horas del día anterior al de inauguración del evento.

El servicio de mantenimiento incluirá, como mínimo, para todos los días del Congreso:

- Equipo de mantenimiento para la reparación y/o sustitución de posibles averías en el espacio y dependencias anexas.
- Servicio de limpieza y retirada de residuos preinaugural y diario (al final de cada jornada, después de cada actividad y siempre que sea necesario), en horario de 10:00 a 19:00 horas. Garantizándose el suministro en cantidad suficiente de material de limpieza, bolsas de basura, etc.

3.7. Patrocinio no exclusivo, en calidad de patrocinador principal, del espacio Culinary Fest by Gusto del Sur

Patrocinio no exclusivo, en calidad de patrocinador principal, del espacio que albergará un evento gastronómico que, bajo el mismo nombre, reunirá a los chefs más prestigiosos con el objetivo principal celebrar la diversidad culinaria y promover la gastronomía local e internacional en la que los productos agroalimentarios y pesqueros serán los protagonistas. Durante el evento los participantes podrán disfrutar de una amplia variedad de experiencias culinarias, que incluyen, demostraciones de cocina en vivo, talleres, posibles degustaciones y charlas.

3.7.1. Diseño, producción, montaje y desmontaje

El espacio deberá incluir la marca 'Gusto del Sur', marca genérica de la Junta de Andalucía en tantas ubicaciones como sean necesarias para asegurar su visibilidad en el mismo, de acuerdo con las indicaciones del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, del Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «Gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y de su Manual de Estilo de Comunicación.

Deberá contemplarse el suministro de todo el mobiliario/equipamiento necesario para el desarrollo de la programación.

Se deberá incluir equipo de audiovisuales acorde con las dimensiones del espacio y que garantice la correcta visualización de las actividades finalmente programadas; Megafonía para correcta acústica del espacio a cubrir; Equipo técnico de sonido con microfonía. Equipo de realización de vídeo. Puntos de luz necesarios para la idónea iluminación del conjunto, que permita además una adecuada toma de fotografías e imágenes de vídeo.

La empresa adjudicataria asumirá todos los costes del diseño, montaje/desmontaje, producción y mantenimiento del espacio, así como los de todos los suministros y servicios que pudieran ser necesarios para el correcto desarrollo de la programación finalmente programada.

El servicio de mantenimiento incluirá, como mínimo, para todos los días del evento:

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 11 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



- Disponer de un equipo de mantenimiento para la reparación y/o sustitución de posibles averías en el espacio y dependencias anexas.
- Servicio de limpieza y retirada de residuos preinaugural y diario (al final de cada jornada, después de cada actividad y siempre que sea necesario), en horario estimado de 10:00 a 19:00 horas. Garantizándose el suministro en cantidad suficiente de material de limpieza, bolsas de basura, etc.

3.7.2. Personal de servicio

La empresa adjudicataria pondrá al servicio del espacio el personal de servicio que, como mínimo, se indica a continuación:

- Servicio de técnicos/as de audiovisuales para la adecuada gestión del espacio y desarrollo de la programación.
- Servicio de azafatos/as con idiomas requeridos de español e inglés para el control de accesos, acompañamiento de ponentes, atención de preguntas en sala y cualquier otra necesidad que pudiera derivarse de las actividades finalmente programadas. Antes del inicio del evento, la empresa adjudicataria aportará información a todas/as las/os azafatas/os sobre las actividades a desarrollar en el espacio.
- Servicio de camareros/as expertos/as para dar servicio durante las ponencias que pudieran ofrecer degustación. Se adecuará el número de profesionales al aforo de la sala.
- Chef ejecutivo para el correcto desarrollo del programa de ponencias y de los talleres que así lo requieran. Deberá contar con un equipo de apoyo en cocina que garantice el correcto desarrollo de la programación.

El alojamiento, transporte caso de ser necesario y la manutención, incluyendo las dietas de todo este personal correrá a cargo de la empresa adjudicataria.

3.8. Patrocinio con carácter no exclusivo, de los siguientes espacios: espacio Degusta, Gastromarketing Forum, Horeca Forum y Oleum Summit

Patrocinio no exclusivo de los espacios Degusta, Gastromarketing Forum, Horeca Forum y Oleum Summit

El espacio deberá incluir la marca 'Gusto del Sur', marca genérica de la Junta de Andalucía en tantas ubicaciones como sean necesarias para asegurar su visibilidad en el mismo, de acuerdo con las indicaciones del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, del Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «Gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y de su Manual de Estilo de Comunicación.

Deberá contemplarse el suministro de todo el mobiliario/equipamiento necesario para el desarrollo de la programación.

Se deberá incluir equipo de audiovisuales acorde con las dimensiones del espacio y que garantice la correcta visualización de las actividades finalmente programadas; Megafonía para correcta acústica del espacio a cubrir; Equipo técnico de sonido con microfonía. Equipo de realización de vídeo. Puntos de luz

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 12 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



necesarios para la idónea iluminación del conjunto, que permita además una adecuada toma de fotografías e imágenes de vídeo.

La empresa adjudicataria asumirá todos los costes del diseño, montaje/desmontaje, producción y mantenimiento del espacio, así como los de todos los suministros y servicios que pudieran ser necesarios para el correcto desarrollo de la programación finalmente programada.

El servicio de mantenimiento incluirá, como mínimo, para todos los días del evento:

- Disponer de un equipo de mantenimiento para la reparación y/o sustitución de posibles averías en el espacio y dependencias anexas.
- Servicio de limpieza y retirada de residuos preinaugural y diario (al final de cada jornada, después de cada actividad y siempre que sea necesario), en horario estimado de 10:00 a 19:00 horas. Garantizándose el suministro en cantidad suficiente de material de limpieza, bolsas de basura, etc.

3.9. Patrocinio no exclusivo del Restaurante “Gusto del Sur”

Patrocinio no exclusivo del Restaurante “Gusto del Sur”, espacio de representación y promoción dentro del evento ferial, destinado a ofrecer una experiencia gastronómica basada en productos amparados bajo la marca Gusto del Sur. Además de prestar servicio de restauración exclusivamente a invitados, constituye un punto de encuentro para las relaciones institucionales y comerciales, contribuyendo a difundir los valores que identifican a la marca “Gusto del Sur” y a las empresas adheridas.

3.9.1. Diseño, producción, montaje y desmontaje

La empresa adjudicataria presentará un máximo de 2 propuestas de diseño para el espacio, bajo el principio de libertad creativa, estará basada en la marca de calidad para productos agroalimentarios y pesqueros de Andalucía “Gusto del Sur”. Cada propuesta deberá incluir planos de distribución con detalle de cotas tanto en planta como en alzado, así como secciones y perspectivas generales con diferentes vistas, mediante imágenes en 3D que permitan una clara definición y comprensión del proyecto. Se garantizará un diseño innovador que capte la atención del público asistente. Asimismo, deberá ser funcional, no debiendo existir ningún obstáculo que dificulte la accesibilidad a personas con discapacidad. Se requiere creatividad y alta visibilidad, con un diseño que potencie su visualización y localización en el pabellón. Debiéndose incluir en la propuesta el diseño de elementos de señalización, para una eficaz localización.

El espacio deberá incluir la marca ‘Gusto del Sur’, marca genérica de la Junta de Andalucía en tantas ubicaciones como sean necesarias para asegurar su visibilidad en el mismo, de acuerdo con las indicaciones del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, del Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «Gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y de su Manual de Estilo de Comunicación.

Deberá contemplarse el suministro de todo el mobiliario/equipamiento necesario para el desarrollo de la actividad, así como menaje de alta calidad.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 13 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



El menú de ambas jornadas deberá elaborarse a partir de productos agroalimentarios andaluces de calidad diferenciada, incluyendo la selección de vinos. En cada uno de los menús propuestos deberá incorporarse un mínimo de tres (3) referencias de productos amparados por la marca Gusto de Sur, así como tres (3) referencias de productos con DOP o IGP. La empresa adjudicataria deberá identificar expresamente en la minuta los productos que cumplen este requisito, indicando su denominación y su condición de producto amparado por la marca Gusto del Sur o por la correspondiente DOP o IGP.

Asimismo, se podrá habilitar un espacio específico para la exposición y puesta en valor de estos productos durante el desarrollo de ambos eventos, con el fin de reforzar su visibilidad y promoción entre los asistentes.

El diseño final de ambos menús deberá contar con la aprobación de AGAPA/Consejería.

La empresa adjudicataria asumirá todos los costes del diseño, montaje/desmontaje, producción y mantenimiento del espacio, así como los de todos los suministros y servicios que pudieran ser necesarios para el correcto desarrollo de la programación finalmente programada.

El servicio de mantenimiento incluirá, como mínimo, para todos los días del evento:

- Disponer de un equipo de mantenimiento para la reparación y/o sustitución de posibles averías en el espacio y dependencias anexas.
- Servicio de limpieza y retirada de residuos preinaugural y diario (al final de cada jornada, después de cada actividad y siempre que sea necesario), en horario estimado de 10:00 a 19:00 horas. Garantizándose el suministro en cantidad suficiente de material de limpieza, bolsas de basura, etc.

3.9.2. Personal de servicio

La empresa adjudicataria pondrá al servicio del espacio el personal de servicio que, como mínimo, se indica a continuación:

- Servicio de azafatos/as con idiomas requeridos de español e inglés para el control de accesos, acompañamiento de ponentes, atención de preguntas en sala y cualquier otra necesidad que pudiera derivarse de las actividades finalmente programadas. Antes del inicio del evento, la empresa adjudicataria aportará información a todas/as las/os azafatas/os sobre las actividades a desarrollar en el espacio.
- Servicio de camareros/as expertos/as para dar servicio en el espacio. Se adecuará el número de profesionales al aforo de la sala.

3.10. Patrocinio exclusivo de un mínimo de 2 actividades diarias a desarrollar dentro de la programación del Culinary Fest by Gusto del Sur

Patrocinio exclusivo de un mínimo de dos actividades (2) diarias (*talleres, charlas, demostraciones de cocina en vivo, catas, degustaciones, etc*), de 45 minutos de duración (incluidos 10 minutos de limpieza previa y preparación), dirigido a los congresistas del Culinary Fest by Gusto del Sur, a desarrollar en el marco de su

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 14 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



programación, en horarios de máxima audiencia. La temática ponentes así como la definición de fecha y horario definitivos, se hará de manera consensuada entre la empresa adjudicataria y AGAPA.

3.11. Patrocinio exclusivo de un mínimo de 3 actividades diarias dentro de la programación del espacio Degusta.

Patrocinio exclusivo de un mínimo de cinco actividades (3) diarias, de 45 minutos de duración (incluidos 15 minutos de limpieza previa y preparación), dirigido al público visitante de la zona *Expo*, a desarrollar en el marco del Programa de Actividades del espacio *DEGUSTA* ubicado en la zona anteriormente mencionada del evento, en horarios de máxima audiencia. La temática ponentes así como la definición de fecha y horario definitivos, se hará de manera consensuada entre la empresa adjudicataria y AGAPA.

3.12. Patrocinio exclusivo de un mínimo de 2 actividades diarias dentro de la programación del espacio Oleum Summit.

Patrocinio exclusivo de un mínimo de dos actividades diarias (2), de 45 minutos de duración (incluidos 15 minutos de limpieza previa y preparación), dirigido al público visitante de la zona *Expo*, a desarrollar en el marco del Programa de Actividades del espacio *OLEUM SUMMIT* ubicado en la zona anteriormente mencionada del evento, en horarios de máxima audiencia. La temática, ponentes así como la definición de fecha y horario definitivos, se hará de manera consensuada entre la empresa adjudicataria y AGAPA.

3.13. Patrocinio exclusivo de un mínimo de 3 actividades diarias dentro de la programación del espacio Auténtica Congress

Patrocinio de un mínimo de tres actividades (3) diarias, de 45 minutos de duración, dirigido al público profesional visitante del congreso, a desarrollar en el marco de su programación, en horarios de máxima audiencia. La temática ponentes así como la definición de fecha y horario definitivos, se hará de manera consensuada entre la empresa adjudicataria y AGAPA.

3.14. Patrocinio con carácter exclusivo de al menos 1 categoría de los Auténtica Innovation Awards 2024.

Patrocinio con carácter exclusivo de, al menos, una (1) categoría de los premios, destinada a reconocer el trabajo, el liderazgo y la transformación de aquellas empresas que apuestan por la innovación en el sector de la alimentación y bebidas, enfocándose en las áreas de modelo de negocio, nuevos productos, equipos, gestión de la comunicación, procesos operativos, marketing o experiencia de cliente.

El menú del evento deberá elaborarse a partir de productos agroalimentarios andaluces de calidad diferenciada, incluyendo la selección de vinos. En el menú propuesto deberá incorporarse un mínimo de tres (3) referencias de productos amparados por la marca *Gusto de Sur*, así como tres (3) referencias de productos con DOP o IGP. La empresa adjudicataria deberá identificar expresamente en la minuta los productos que cumplen este requisito, indicando su denominación y su condición de producto amparado por la marca *Gusto del Sur* o por la correspondiente DOP o IGP.

Asimismo, se habilitará un espacio específico para la exposición y puesta en valor de estos productos durante el desarrollo de ambos eventos, con el fin de reforzar su visibilidad y promoción entre los asistentes.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 15 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



El diseño final de ambos menús deberá contar con la aprobación de AGAPA/Consejería.

3.15. Patrocinio no exclusivo de misión comercial

Patrocinio de la misión comercial que se celebrará durante las dos jornadas de Auténtica, orientada a fomentar el encuentro entre empresas expositoras, compradores, distribuidores e importadores nacionales e internacionales, facilitando la generación de oportunidades comerciales, el establecimiento de alianzas estratégicas y la apertura de nuevos mercados para los productos agroalimentarios participantes.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS CONTRAPRESTACIONES DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL

Para alcanzar los objetivos previstos con la participación de la Consejería en este congreso, a través de la marca “Gusto del Sur” (en adelante la marca), las contraprestaciones del Patrocinio de la IV edición de Auténtica son las que se detallan a continuación:

4.1. Contraprestaciones relacionadas con el patrocinio no exclusivo de una actividad de Networking previa al inicio del evento

Patrocinio, con carácter no exclusivo, de 1 actividad de Networking a celebrar el día previo al de inicio del evento:

- “Retiro de Chefs”. Acontecimiento exclusivo que reunirá a los principales chefs y referentes gastronómicos de nuestro país, en una experiencia única que los convertirá en los embajadores de Auténtica.

Con carácter general, el espacio deberá estar personalizado según las especificaciones recogidas en el punto 3, apartado 3.1. del presente PPT, pudiendo coexistir otra cartelería e imágenes de otros patrocinadores del Congreso.

En la programación de las actividades:

- Presencia de la marca con cartelería en el espacio donde se desarrolle el “Retiro de Chefs, en su calidad de patrocinador del evento.
- Presencia de la marca en las chaquetillas/delantal de cada uno de los chefs participantes en el “Retiro de Chefs”.
- Presencia de la marca en la minuta del menú.
- Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.autentica-foodfest.com/>, que hagan referencia a la actividad. Para ello, se tendrá en cuenta la información e indicaciones remitidas desde AGAPA/Consejería.
- Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de Auténtica (Facebook, Instagram, Twitter) durante el desarrollo de la misma, con mención a la marca, a través de los hashtags que determine AGAPA/Consejería, así como mención a la Consejería y a AGAPA a través de sus respectivos usuarios.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 16 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



Nota: AGAPA facilitará a la empresa adjudicataria los artes finales de la marca y mensajes a difundir. Se habrán de tener en cuenta lo recogido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y su Manual de Estilo de Comunicación. La empresa adjudicataria será la responsable de la producción, montaje y desmontaje y cualquier necesidad logística (mobiliario, equipo audiovisual, materias primas, equipos de cocina, menaje, personal de servicio, etc.) que pudieran ser necesarios incluidos, si son necesarios, los gastos de traslado, alojamiento y manutención de los responsables de desarrollar la actividad.

4.2. Contraprestaciones relacionadas con el patrocinio exclusivo del espacio “Gusto del Sur”

Con carácter general, al tratarse de un patrocinio en exclusiva, todo el espacio deberá estar personalizado según las especificaciones recogidas en el punto 3, apartado 3.2. del presente PPT, no pudiendo coexistir otra cartelería e imágenes de otros patrocinadores del Congreso.

En la programación diaria:

- Emisión de spot publicitario de la marca (20”) en la pantalla del espacio, en su caso.
- Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.autentica-premium.com>, que hagan referencia al espacio y al programa de actividades. Para ello, se tendrá en cuenta la información e indicaciones remitidas desde AGAPA/Consejería.
- Publicación de contenidos sobre el espacio y programa de actividades en las redes sociales de Auténtica durante el desarrollo de la misma, con mención a la marca, a través de los hashtags que determine AGAPA/Consejería, así como mención a la Consejería y a AGAPA a través de sus respectivos usuarios.
- Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento.

Nota: AGAPA facilitará a la empresa adjudicataria los artes finales de la marca, spot y mensajes a difundir. Se habrán de tener en cuenta lo recogido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y su Manual de Estilo de Comunicación. La empresa adjudicataria será la responsable de la producción, montaje y desmontaje y cualquier necesidad logística (mobiliario, equipo audiovisual, materias primas, equipos de cocina, menaje, personal de servicio, etc.) que pudieran ser necesarios.

4.3. Contraprestaciones relacionadas con el patrocinio exclusivo del espacio “Denominaciones de origen de Andalucía”

Con carácter general, al tratarse de un patrocinio en exclusiva, todo el espacio deberá estar personalizado según las especificaciones recogidas en el punto 3, apartado 3.3. del presente PPT, no pudiendo coexistir otra cartelería e imágenes de otros patrocinadores del Congreso.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 17 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



En la programación diaria:

- Emisión de spot publicitario de la marca (20”) en la pantalla del espacio.
- Menció a la marca y a las denominaciones de origen participantes en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.autenticapremium.com>, que hagan referencia al espacio. Para ello, se tendrá en cuenta la información e indicaciones remitidas desde AGAPA/Consejería.
- Publicación de contenidos sobre el espacio en las redes sociales de Auténtica durante el desarrollo de la misma, con menció a la marca, a través de los hashtags que determine AGAPA/Consejería, así como menció a la Consejería, AGAPA y a las denominaciones de origen participantes a través de sus respectivos usuarios.
- Vinculación de la marca al espacio patrocinado y menció de la misma en todos los soportes del evento.

Nota: AGAPA facilitará a la empresa adjudicataria los artes finales de la marca, spot y mensajes a difundir. Se habrán de tener en cuenta lo recogido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y su Manual de Estilo de Comunicación. La empresa adjudicataria será la responsable de la producción, montaje y desmontaje y cualquier necesidad logística (mobiliario, equipo audiovisual, materias primas, equipos de cocina, menaje, personal de servicio, etc,) que pudieran ser necesarios.

4.4. Contraprestaciones relacionadas con el patrocinio exclusivo del espacio “Cooperativas Agroalimentarias”

Con carácter general, al tratarse de un patrocinio en exclusiva, todo el espacio deberá estar personalizado según las especificaciones recogidas en el punto 3, apartado 3.4. del presente PPT, no pudiendo coexistir otra cartelería e imágenes de otros patrocinadores del Congreso.

En la programación diaria:

- Emisión de spot publicitario de la marca (20”) en la pantalla del espacio.
- Menció a la marca y a Cooperativas Agroalimentarias en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.autenticapremium.com>, que hagan referencia al espacio. Para ello, se tendrá en cuenta la información e indicaciones remitidas desde AGAPA/Consejería.
- Publicación de contenidos sobre el espacio en las redes sociales de Auténtica durante el desarrollo de la misma, con menció a la marca, a través de los hashtags que determine AGAPA/Consejería, así como menció a la Consejería, AGAPA y a Cooperativas Agroalimentarias a través de sus respectivos usuarios.
- Vinculación de la marca al espacio patrocinado y menció de la misma en todos los soportes del evento.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 18 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



Nota: AGAPA facilitará a la empresa adjudicataria los artes finales de la marca, spot y mensajes a difundir. Se habrán de tener en cuenta lo recogido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y su Manual de Estilo de Comunicación. La empresa adjudicataria será la responsable de la producción, montaje y desmontaje y cualquier necesidad logística (mobiliario, equipo audiovisual, materias primas, equipos de cocina, menaje, personal de servicio, etc.) que pudieran ser necesarios.

4.5. Contraprestaciones relacionadas con el patrocinio exclusivo del espacio “Quesándaluz”

Con carácter general, al tratarse de un patrocinio en exclusiva, todo el espacio deberá estar personalizado según las especificaciones recogidas en el punto 3, apartado 3.4. del presente PPT, no pudiendo coexistir otra cartelería e imágenes de otros patrocinadores del Congreso.

En la programación diaria:

- Mención a la marca y a Quesándaluz en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.autenticapremium.com>, que hagan referencia al espacio. Para ello, se tendrá en cuenta la información e indicaciones remitidas desde AGAPA/Consejería.
- Publicación de contenidos sobre el espacio en las redes sociales de Auténtica durante el desarrollo de la misma, con mención a la marca, a través de los hashtags que determine AGAPA/Consejería, así como mención a la Consejería, AGAPA y a Quesándaluz a través de sus respectivos usuarios.
- Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento.

Nota: AGAPA facilitará a la empresa adjudicataria los artes finales de la marca, spot y mensajes a difundir. Se habrán de tener en cuenta lo recogido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y su Manual de Estilo de Comunicación. La empresa adjudicataria será la responsable de la producción, montaje y desmontaje y cualquier necesidad logística (mobiliario, equipo audiovisual, materias primas, equipos de cocina, menaje, personal de servicio, etc.) que pudieran ser necesarios.

4.6. Contraprestaciones relacionadas con el patrocinio no exclusivo del espacio “Frozen”

Con carácter general, al tratarse de un patrocinio no exclusivo, todo el espacio deberá estar personalizado según las especificaciones recogidas en el punto 3, apartado 3.6. del presente PPT, pudiendo coexistir otra cartelería e imágenes de otros patrocinadores del Congreso.

En la programación diaria:

- Mención a la marca y a Frozen España y/o Frozen Food Market en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.autenticapremium.com>, que hagan referencia al espacio. Para ello, se tendrá en cuenta la información e indicaciones remitidas desde AGAPA/Consejería.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 19 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



- Publicación de contenidos sobre el espacio en las redes sociales de Auténtica durante el desarrollo de la misma, con mención a la marca, a través de los hashtags que determine AGAPA/Consejería, así como mención a la Consejería, AGAPA y a Frozen España y/o Frozen Food Market a través de sus respectivos usuarios.
- Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento.

Nota: AGAPA facilitará a la empresa adjudicataria los artes finales de la marca, spot y mensajes a difundir. Se habrán de tener en cuenta lo recogido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y su Manual de Estilo de Comunicación. La empresa adjudicataria será la responsable de la producción, montaje y desmontaje y cualquier necesidad logística (mobiliario, equipo audiovisual, materias primas, equipos de cocina, menaje, personal de servicio, etc.) que pudieran ser necesarios.

4.7. Contraprestaciones relacionadas con el patrocinio no exclusivo, en calidad de patrocinador principal, del Espacio Culinary Fest by Gusto del Sur.

Con carácter general, todo el espacio deberá estar personalizado según las especificaciones recogidas en el punto 3, apartado 3.7. del presente PPT, pudiendo coexistir otra cartelería e imágenes de otros patrocinadores del Congreso.

En la programación diaria:

- Emisión de spot publicitario de la marca (20") antes y después de cada actividad y mención por parte del conductor de la actividad.
- Presencia de la marca en las chaquetillas/delantal de cada uno de los chefs que elaboren las propuestas.
- Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.autentica-premium.com>, que hagan referencia al espacio. Para ello, se tendrá en cuenta la información e indicaciones remitidas desde AGAPA/Consejería.
- Publicación de contenidos sobre el espacio en las redes sociales de AUTÉNTICA durante el desarrollo de la misma, con mención a la marca a través de los hashtags que determine AGAPA/Consejería, así como mención a la Consejería y a AGAPA a través de sus respectivos usuarios.
- Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento.

Nota: AGAPA facilitará a la empresa adjudicataria los artes finales de la marca, spot y mensajes a difundir. Se habrán de tener en cuenta lo recogido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y su Manual de Estilo

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 20 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



de Comunicación. La empresa adjudicataria será la responsable de la producción, montaje y desmontaje y cualquier necesidad logística (mobiliario, equipo audiovisual, materias primas, equipos de cocina, menaje, personal de servicio, etc.) que pudieran ser necesarios.

4.8. Contraprestaciones relacionadas con el patrocinio no exclusivo de los siguientes espacios: Degusta, Gastromarketing Forum, Horeca Forum y Oleum Summit

Con carácter general, todo el espacio deberá estar personalizado según las especificaciones recogidas en el punto 3, apartado 3.8. del presente PPT, pudiendo coexistir otra cartelería e imágenes de otros patrocinadores del Congreso.

En la programación diaria:

- Emisión de spot publicitario de la marca (20”) antes y después de cada actividad y mención por parte del conductor de la actividad.
- Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.autentica-premium.com>, que hagan referencia a la actividad. Para ello, se tendrá en cuenta la información e indicaciones remitidas desde AGAPA/Consejería.
- Publicación de contenidos sobre el espacio en las redes sociales de Auténtica durante el desarrollo de la misma, con mención a la marca a través de los hashtags que determine AGAPA/Consejería, así como mención a la Consejería y a AGAPA a través de sus respectivos usuarios.
- Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento.

Nota: AGAPA facilitará a la empresa adjudicataria los artes finales de la marca, spot y mensajes a difundir. Se habrán de tener en cuenta lo recogido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y su Manual de Estilo de Comunicación. La empresa adjudicataria será la responsable de la producción, montaje y desmontaje y cualquier necesidad logística (mobiliario, equipo audiovisual, materias primas, equipos de cocina, menaje, personal de servicio, etc.) que pudieran ser necesarios.

4.9. Contraprestaciones relacionadas con el patrocinio exclusivo del Restaurante “Gusto del Sur”

Con carácter general, todo el espacio deberá estar personalizado según las especificaciones recogidas en el punto 3, apartado 3.9. del presente PPT, no pudiendo coexistir otra cartelería e imágenes de otros patrocinadores del Congreso.

En la programación diaria:

- Emisión de spot publicitario de la marca (20”) en pantalla, si se dispone de ella.
- Presencia de la marca en la minuta del menú diario.
- 10 tickets diarios para degustar un menú de productos “Gusto del Sur”.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 21 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



- Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.autentica-premium.com>, que hagan referencia a la actividad. Para ello, se tendrá en cuenta la información e indicaciones remitidas desde AGAPA/Consejería.
- Publicación de contenidos sobre el espacio en las redes sociales de Auténtica durante el desarrollo de la misma, con mención a la marca a través de los hashtags que determine AGAPA/Consejería, así como mención a la Consejería y a AGAPA a través de sus respectivos usuarios.
- Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento.

Nota: AGAPA facilitará a la empresa adjudicataria los artes finales de la marca, spot y mensajes a difundir. Se habrán de tener en cuenta lo recogido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y su Manual de Estilo de Comunicación. La empresa adjudicataria será la responsable de la producción, montaje y desmontaje y cualquier necesidad logística (mobiliario, equipo audiovisual, materias primas, equipos de cocina, menaje, personal de servicio, etc.) que pudieran ser necesarios.

4.10. Contraprestaciones relacionadas con el patrocinio, en exclusiva, de un mínimo de 2 actividades diarias a desarrollar dentro de la programación del congreso Culinary Fest by Gusto del Sur.

En las actividades patrocinadas:

- Emisión de spot publicitario (20") antes y después de la actividad y mención por parte del conductor. Al tratarse de un patrocinio en exclusiva, no podrán emitirse spot publicitarios de otros patrocinadores del evento.
- Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad.
- Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.autentica-premium.com>, que hagan referencia a la actividad. Para ello, se tendrá en cuenta la información e indicaciones remitidas desde AGAPA/Consejería.
- Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de AUTÉNTICA (Facebook, Instagram, Twitter), durante el desarrollo de la misma, con mención a la marca a través de los hashtags que determine AGAPA/Consejería, así como mención a la Consejería y a AGAPA a través de sus respectivos usuarios.
- Vinculación de la marca a la actividad patrocinada y mención de la misma en todos los soportes del evento.

Nota: AGAPA facilitará a la empresa adjudicataria los artes finales de la marca, spot y mensajes a difundir. Se habrán de tener en cuenta lo recogido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y su Manual de Estilo

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 22 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



de Comunicación. La empresa adjudicataria será la responsable de la producción, montaje y desmontaje y cualquier necesidad logística (mobiliario, equipo audiovisual, materias primas, equipos de cocina, menaje, personal de servicio, etc.) que pudieran ser necesarios.

4.11. Contraprestaciones relacionadas con el patrocinio, en exclusiva, de un mínimo de 3 actividades diarias dentro de la programación del espacio Degusta.

Con carácter general, presencia de la marca con cartelería y/o imágenes en el escenario del espacio Degusta en su calidad de patrocinador del evento.

En las actividades patrocinadas:

- Emisión de spot publicitario (20”) antes y después de la actividad y mención por parte del conductor. Al tratarse de un patrocinio en exclusiva, no podrán emitirse spot publicitarios de otros patrocinadores del evento.
- Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de ésta.
- Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.autentica-premium.com>, que hagan referencia a la actividad. Para ello, se tendrá en cuenta la información e indicaciones remitidas desde AGAPA/Consejería.
- Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de Auténtica durante el desarrollo de la misma, con mención a la marca a través de los hashtags que determine AGAPA/Consejería, así como mención a la Consejería y a AGAPA/Consejería a través de sus respectivos usuarios.
- Vinculación de la marca a la actividad patrocinada y mención de la misma en todos los soportes del evento.

Nota: AGAPA facilitará a la empresa adjudicataria los artes finales de la marca, spot y mensajes a difundir. Se habrán de tener en cuenta lo recogido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y su Manual de Estilo de Comunicación. La empresa adjudicataria será la responsable de la producción, montaje y desmontaje y cualquier necesidad logística (mobiliario, equipo audiovisual, materias primas, equipos de cocina, menaje, personal de servicio, etc.) que pudieran ser necesarios.

4.12. Contraprestaciones relacionadas con el patrocinio, en exclusiva, de un mínimo de 2 actividades diarias dentro de la programación del espacio Oleum Summit.

Con carácter general, presencia de la marca con cartelería y/o imágenes en el escenario del espacio Oleum Summit en su calidad de patrocinador del evento.

En las actividades patrocinadas:

- Emisión de spot publicitario (20”) antes y después de la actividad y mención por parte del conductor. Al tratarse de un patrocinio en exclusiva, no podrán emitirse spot publicitarios de otros patrocinadores del evento.
- Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 23 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



editar de ésta.

- Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.autentica-premium.com>, que hagan referencia a la actividad. Para ello, se tendrá en cuenta la información e indicaciones remitidas desde AGAPA/Consejería.
- Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de Auténtica durante el desarrollo de la misma, con mención a la marca a través de los hashtags que determine AGAPA/Consejería, así como mención a la Consejería y a AGAPA/Consejería a través de sus respectivos usuarios.
- Vinculación de la marca a la actividad patrocinada y mención de la misma en todos los soportes del evento.

Nota: AGAPA facilitará a la empresa adjudicataria los artes finales de la marca, spot y mensajes a difundir. Se habrán de tener en cuenta lo recogido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y su Manual de Estilo de Comunicación. La empresa adjudicataria será la responsable de la producción, montaje y desmontaje y cualquier necesidad logística (mobiliario, equipo audiovisual, materias primas, equipos de cocina, menaje, personal de servicio, etc.) que pudieran ser necesarios.

4.13. Contraprestaciones relacionadas con el patrocinio, en exclusiva, de un mínimo de 3 actividades diarias dentro de la programación del espacio AUTÉNTICA CONGRESS.

Con carácter general, presencia de la marca con cartelería y/o imágenes en el escenario del espacio *Auténtica Congress* en su calidad de patrocinador del evento.

En las actividades patrocinadas:

- Emisión de spot publicitario (20") antes y después de la actividad y mención por parte del conductor. Al tratarse de un patrocinio en exclusiva, no podrán emitirse spot publicitarios de otros patrocinadores del evento, salvo el general previsto por la empresa adjudicataria.
- Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de ésta. Al tratarse de un patrocinio en exclusiva, no podrán tener presencia en pantalla marcas publicitarias de otros patrocinadores del evento.
- Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.autentica-premium.com>, que hagan referencia a la actividad. Para ello, se tendrá en cuenta la información e indicaciones remitidas desde AGAPA/Consejería.
- Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de Auténtica durante el desarrollo de la misma, con mención a la marca a través de los hashtags que determine AGAPA/Consejería, así como mención a la Consejería y a AGAPA/Consejería a través de sus respectivos usuarios.
- Vinculación de la marca a la actividad patrocinada y mención de la misma en todos los soportes del evento.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 24 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



Nota: AGAPA facilitará a la empresa adjudicataria los artes finales de la marca, spot y mensajes a difundir. Se habrán de tener en cuenta lo recogido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y su Manual de Estilo de Comunicación. La empresa adjudicataria será la responsable de la producción, montaje y desmontaje y cualquier necesidad logística (mobiliario, equipo audiovisual, materias primas, equipos de cocina, menaje, personal de servicio, etc.) que pudieran ser necesarios.

4.14. Contraprestaciones relacionadas con el patrocinio exclusivo de al menos 1 categoría de los Auténtica Innovation Awards 2026.

Con carácter general, presencia de la marca con cartelería y/o imágenes en el escenario del espacio donde se llevará a cabo la entrega de premios en su calidad de copatrocinador del evento.

En la categoría patrocinada:

- Presencia de la marca con cartelería e imágenes en el escenario del espacio que llevará a cabo la entrega de premios en su calidad de copatrocinador del evento.
- Presencia institucional activa en la entrega del premio de la categoría patrocinada.
- Presencia de la marca en la minuta de la cena que se ofrecerá con motivo de la entrega de premios.
- Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo del acto de entrega de premio y en el vídeo que se pudiera editar de éste. Al tratarse de un patrocinio en exclusiva, no podrán tener presencia en pantalla marcas publicitarias de otros patrocinadores del evento durante la entrega del premio a la categoría patrocinada.
- Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.autentica-premium.com>, que hagan referencia a la actividad. Para ello, se tendrá en cuenta la información e indicaciones remitidas desde AGAPA/Consejería.
- Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de Auténtica durante el desarrollo de la misma, con mención a la marca a través de los hashtags que determine AGAPA/Consejería, así como mención a la Consejería y a AGAPA a través de sus respectivos usuarios.
- Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento.

Nota: AGAPA facilitará a la empresa adjudicataria los artes finales de la marca, spot y mensajes a difundir. Se habrán de tener en cuenta lo recogido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y su Manual de Estilo de Comunicación. La empresa adjudicataria será la responsable de la producción, montaje y desmontaje y cualquier necesidad logística (mobiliario, equipo audiovisual, materias primas, equipos de cocina, menaje, personal de servicio, etc.) que pudieran ser necesarios.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 25 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



4.15. Contraprestaciones relacionadas con el patrocinio no exclusivo de misión comercial

En la actividad patrocinada:

- Presencia de la marca en el espacio en el que se desarrolle la actividad.
- Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.autentica-premium.com>, que hagan referencia a la actividad. Para ello, se tendrá en cuenta la información e indicaciones remitidas desde AGAPA/Consejería.
- Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de Auténtica durante el desarrollo de la misma, con mención a la marca a través de los hashtags que determine AGAPA/Consejería, así como mención a la Consejería y a AGAPA a través de sus respectivos usuarios.
- Vinculación de la marca a la actividad patrocinada y mención de la misma en todos los soportes del evento.

4.16. Contraprestaciones generales

La condición de patrocinador principal del evento, que incluye expresamente la nueva incorporación de Óleum Summit, conllevará las siguientes contraprestaciones generales:

- Visibilidad e imagen de marca
 - Presencia de la marca en toda la campaña y en todos los elementos de comunicación de Auténtica, incluidos de forma específica los soportes, espacios y materiales propios de Óleum Expo.
 - Presencia de la marca Gusto del Sur en los lanyards del evento.
 - Presencia de la marca, figurando como patrocinador principal, con presencia de marca y link, en su caso, en todos los soportes y publicaciones físicos y digitales (programa, web en home y zona partners, anuncios del evento, presentaciones, etc).
 - Presencia de la marca en soportes adicionales de gran visibilidad y ubicación estratégica en todo el espacio expositivo, incluidos la señalética de Óleum Expo, así como en los accesos a los diferentes pabellones y en la zona de acreditación:
 - Puertas de entrada principal.
 - Cartelería de entrada a todos los pabellones y zona acreditación.
 - Comunicación general del evento.
 - Promoción en Redes de las marcas que designe AGAPA, siempre que se trate de una marca pública de promoción.
 - Enlaces en la página web <https://www.autenticapremium.com/> a las URL que designe AGAPA/Consejería y en todos aquellos lugares donde figure la marca, tanto con su logotipo como con su nombre.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 26 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



- Proyección de spot promocional (20" máximo), facilitado por AGAPA, dos veces al día en los diferentes auditorios y espacios no exclusivos. Esta proyección será adicional a la que se realice en las actividades patrocinadas anteriormente descritas en cada uno de los auditorios y espacios citados. El momento de proyección será consensuado entre la empresa adjudicataria y AGAPA/Consejería, debiendo quedar establecido el calendario de proyección con 24 horas de antelación al inicio del evento.
- Envío de un e-mail dedicado a todos los visitantes. Los contenidos del artículo serán aprobados por AGAPA/Consejería.
- Comunicación y difusión de las actividades patrocinadas:
 - Grabación, producción, edición de 1 vídeo resumen final de la participación de la Consejería en Auténtica (50 segundos de duración aprox). En su contenido deberán dejar constancia tanto de la participación institucional como de los espacios y actividades patrocinados.
 - Producción y difusión de un mínimo de dos (2) y un máximo de cuatro (4) microcápsulas audiovisuales diarias dedicadas a entidades y/o empresas participantes en el evento de la mano de la Junta de Andalucía, que serán designadas por AGAPA/Consejería. Cada microcápsula tendrá una duración comprendida entre quince (15) y veinte (20) segundos y deberá publicarse durante el desarrollo del evento, garantizando una adecuada visibilidad de las entidades participantes y de la colaboración de la Junta de Andalucía.
 - Mención destacada en memoria post evento.
 - Presencia y mención de la marca en notas de prensa de inicio y balance de participación a la finalización del evento.
 - Entrevistas en TV Studio a personalidades designadas por AGAPA/Consejería. Tanto las entrevistas como el momento de difusión serán acordadas entre la empresa adjudicataria y AGAPA/Consejería.
 - Cobertura fotográfica y audiovisual de las actividades y espacios patrocinados.
- Fomento de la participación de empresas andaluzas
 - Aplicación de un descuento (25 % sobre tarifa oficial) para todas las pymes con CIF andaluz que quieran exponer en AUTÉNTICA.
- Invitaciones y actos protocolarios
 - 2.000 invitaciones Premium VIP Pass para acceder al evento.
 - Acceso a sala VIP.
 - 10 Invitaciones a cada uno de los actos de networking: Restaurante Gusto del Sur y Gala de Premios. Y 4 invitaciones al Retiro de Chef.
 - Presidir la Ceremonia Inaugural del evento conforme a las normas de protocolo.

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 27 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



- Presidir la Ceremonia de los AUTÉNTICA INNOVATION AWARDS 2026 conforme a las normas de protocolo.
- Participar en toda la agenda de actos institucionales del evento conforme a las normas de protocolo.
- Participar en la rueda de prensa de presentación oficial del evento.
- Recepción de empresas y delegaciones empresariales internacionales del evento conforme a las normas de protocolo.

Nota: AGAPA facilitará a la empresa adjudicataria los artes finales de la marca, spot y mensajes a difundir. Se habrán de tener en cuenta lo recogido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y su Manual de Estilo de Comunicación. La empresa adjudicataria será la responsable de la producción, montaje y desmontaje y cualquier necesidad logística (mobiliario, equipo audiovisual, materias primas, equipos de cocina, menaje, personal de servicio, etc.) que pudieran ser necesarios.

5. MEMORIA FINAL

Tras la finalización del evento y teniendo como fecha límite el 30 de octubre de 2026, la empresa adjudicataria deberá entregar a AGAPA Memoria Final o dossier informativo de los trabajos objeto de contrato, así como su repercusión en medios, plataformas digitales y Webs así como en RRSS, no sólo del congreso, sino de toda las actividades 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 y para la verificación de las certificaciones correspondientes ante la Dirección General de Fondos Europeos. Es por ello que se considera de especial interés que la memoria – dossier informativo incluya, entre otros, información como la que se relaciona a continuación:

- En relación a la programación desarrollada, con carácter general, en los diferentes espacios del evento y, en particular, en cuanto a las actividades patrocinadas por la Consejería:
 - *Número de ponentes (H/M)*
 - *Número de estrellas Michelin*
 - *Número de ponentes nacionales*
 - *Número de ponentes andaluces*
 - *Número de estrellas Michelin andaluzas*
 - *Número de países participantes*
- Estadísticas de asistencia, tanto generales, como las referidas específicamente a las actividades y espacios patrocinados:
 - *Número de visitantes presenciales (H/M)*
 - *Número de congresistas acreditados (indicar diferenciando pago/invitación)*
 - *País de procedencia (en caso de ser español provincia).*
 - *Nombre de la entidad(en caso empresa).*
 - *Sector (en caso empresa)*
- Estadísticas generales zona Expositiva:
 - *Metros cuadrados totales*
 - *Número total de expositores*

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 28 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



- *Número de expositores nacionales*
- *Número de expositores internacionales*
- *Número de países expositores*
- *Listado de países expositores*
- *Número de empresas/instituciones andaluzas participantes (expositores y coexpositores).*
- *Listado de empresas/instituciones andaluzas participantes y provincia. Metros cuadrados ocupados por cada una de las empresas/instituciones*
- Prensa acreditada:
 - *Número de periodistas acreditados*
 - *Medio de procedencia*
 - *Sector*
 - *Provincia*
 - *País*
- En cuanto a repercusión en medios de comunicación (prensa, radio, televisión)
 - Dossier donde se recoja el impacto del evento y de las actividades patrocinadas objeto de este contrato, en diferentes medios de comunicación (prensa diaria y especializada, radio y televisión). Se deberá indicar la siguiente información sobre cada medio, aportando información sobre la metodología utilizada para ello:
 - Tipo de publicación (nacional, regional, internacional, generalista, económico, etc), especificando si se trata de medios escritos o digitales.
 - Número de noticias publicadas, desglosada además por tipo de publicación. Clipping de prensa.
 - Número de impactos, desglosado además por tipo de publicación.
 - Valor publicitario y valor de comunicación, desglosado además por tipo de publicación.
 - Listado de soportes utilizados y ranking según su valor de comunicación.

Además, se deberá recoger la misma información detallada con anterioridad en relación a las noticias publicadas sobre la participación de la Consejería en este evento.

 - En el caso que se publique, datos relativos a la difusión de revistas y suplemento del evento:
 - Número de ejemplares finalmente repartidos.
 - Público destinatario.
- Repercusión global en RRSS del evento:
 - Analíticas generales de todos los contenidos relacionados con este Congreso, divulgados en redes sociales (obtenidas mediante herramientas tipo HOOTSUITE). Este análisis debe darse por cada Red Social, incluyendo los siguientes datos:
 - Número de publicaciones (en el caso de Instagram, distinguir entre POST y STORIES), alcance, impresiones, número de clics, interacciones (“me gusta”, comentarios y reacciones), número de veces compartida (o Retweets, en el caso de la red social X).



- Ranking de publicaciones por cada RRSS (atendiendo a su alcance, número de impresiones, interacciones con la publicación (me gusta, comentarios, reacciones)).
- Impacto en RRSS de la participación de la Consejería en el evento con cifras totales de repercusión en cada una de las redes de los contenidos relacionados con la Consejería. Al igual que en el caso del análisis sobre la repercusión en RRSS de los contenidos generados por este evento, la analítica del impacto en RRSS de los contenidos relacionados con la participación de la Consejería en el evento debería recoger los siguientes datos:
 - Número de publicaciones (en el caso de Instagram, distinguir entre POST y STORIES), alcance, impresiones, número de clics, interacciones (“me gusta”, comentarios y reacciones), número de veces compartida (o Retweets, en el caso de la red social X).
 - Ranking de publicaciones por cada RRSS (atendiendo a su alcance, número de impresiones, interacciones con la publicación (me gusta, comentarios, reacciones)).

El documento deberá ilustrarse con no menos de 20 fotografías.

En la Memoria deberán dejarse también evidencias del cumplimiento de la condición especial de ejecución del contrato.

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y PRÓRROGA

El plazo de ejecución se extenderá desde la fecha de formalización del contrato hasta el próximo 30 de octubre de 2026, no existiendo posibilidad de prórroga.

Plazos parciales:

1. Prestaciones objeto de contrato: desde la firma del contrato hasta el 15 de septiembre de 2026, con la celebración de la IV edición de Auténtica – Premium Food y ejecutados los trabajos de conformidad.
2. Presentación de la memoria final: desde la finalización del evento hasta el 30 de octubre de 2026.

7. OTRAS CONSIDERACIONES

- a) 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
- b) La empresa adjudicataria 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 empresa adjudicataria mantendrá indemne a AGAPA de toda responsabilidad frente a terceros, participantes o espectadores que pudiera derivarse de la celebración del evento.
- c) 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 perso-

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 30 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYg89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	



na 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. 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.

- d) Los trabajos descritos deben ajustarse adecuadamente a las normas establecidas en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, en el Decreto 153/2023, de 27 de junio, por el que se regula la marca «Gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros, y se crea el sistema de información del uso de la marca, y su Manual de Estilo de Comunicación, así como 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.
- e) Siempre que se lleve a cabo la inserción de la marca en cuales quiera de los soportes indicados en el presente pliego, ésta deberá ser aprobada previamente por AGAPA.
- f) Cualquier cambio o modificación en la organización o desarrollo del evento, habrá de ser previamente comunicado a AGAPA, 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:

Paqui Vázquez Palmero, paqui.vazquez.palmero@juntadeandalucia.es

En Sevilla, a fecha de firma electrónica.

EL SUBDIRECTOR DE PROMOCIÓN, CONSULTORÍA Y ACTUACIONES SIG

Fdo: Leopoldo Gómez de Lara Caro

CARO LEOPOLDO GOMEZ DE LARA		23/07/2026	PÁGINA 31 / 31
VERIFICACIÓN	NJyGwu73b8SbDgija5505rYG89f8T	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	