

MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL POR PARTE DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA DE LA IV EDICIÓN DEL EVENTO “AUTÉNTICA PREMIUM FOOD” – “COMPROMETIDOS CON EL ORIGEN”, A CELEBRAR EN SEVILLA DEL 13 AL 15 DE SEPTIEMBRE DE 2026.

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato al que corresponde la presente Memoria Justificativa de 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. CÓDIGO GEXAP.

CONTR 2026 217724

3. CÓDIGO CPV.

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

4. SERVICIO PROPONENTE.

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

Personal de Contacto:

- Paqui Vázquez Palmero. Jefa del Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible.

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

La Ley 1/2011, de 17 de febrero, de reordenación del sector público de Andalucía, en su artículo 11.1, autoriza la creación de la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía (en adelante AGAPA), como agencia de régimen especial de las previstas en el artículo 54.2.c) de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía. La citada autorización quedó materializada con la aprobación de sus Estatutos por el Decreto 99/2011, de 19 de abril (en adelante los Estatutos), entrando en vigor los mismos con efecto al día siguiente de su publicación en BOJA, que lo fue el 29 de abril de 2011.

AGAPA, en virtud de lo establecido en el artículo 2 de sus Estatutos, tiene como finalidad la ejecución de las políticas orientadas a alcanzar los objetivos básicos previstos en el artículo 10.3.13º del Estatuto de Autonomía que le sea asignada por la Consejería a la que se encuentra adscrita. Para ello, la Agencia, en el

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 1 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



marco de la planificación y coordinación definido por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, está dotada de una serie de funciones y competencias que ha de desarrollar en el ejercicio de las potestades propias atribuidas en sus Estatutos y que se recogen en el Contrato Plurianual de Gestión (en adelante el Contrato o C.P.G.) de AGAPA.

El Acuerdo de 30 de diciembre de 2025, del Consejo de Gobierno, aprueba el Contrato Plurianual de Gestión de la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía (AGAPA) para el período 2026-2030. De las funciones y competencias generales que se relacionan en el apartado 1.2 del citado Contrato Plurianual de Gestión, se corresponden con el objeto del contrato al que hace referencia la presente memoria las establecidas en el apartado d) del artículo 7 de los Estatutos de AGAPA:

(d) En materia de promoción y comunicación:

(1º) La ejecución de trabajos de promoción, comunicación y divulgación de contenidos informativos o de sensibilización relacionados con el ámbito agrario y pesquero y de desarrollo rural.

(2º) La ejecución de actividades de fomento de la calidad de los productos agroalimentarios andaluces y de la participación en eventos promocionales.

Por otra parte, el C.P.G. establece en su apartado 3, los Objetivos Estratégicos (OE) y Operativos (OO) que deberán presidir y dar cobertura necesaria a la gestión de AGAPA durante los próximos años. Entre ellos, está el OE 1 - *Impulsar servicios públicos especializados e innovadores en los ámbitos agrario, pesquero, agua y desarrollo rural mediante el desarrollo de las tareas asignadas por la Consejería, conforme a las funciones y competencias de la Agencia*. Dentro del cual se contempla el OO 02-01.03 - *Fortalecer la visibilidad con acciones de promoción, comunicación y divulgación del sector agroalimentario y pesquero*.

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

El Objetivo Operativo antes citado comprende, por su naturaleza y concepción, aquellas iniciativas relacionadas con la promoción, la información y la comunicación. Así, el P.A.A. previsto para el ejercicio 2026 incluye, en el marco del citado objetivo, dentro de la Actuación 26-02-01.03.01- *Organización, participación y asistencia técnica en eventos profesionales, congresos y otras acciones de promoción, el Proyecto 26-02-01.03.01.756 - Congresos. Proyecto del que es responsable la Subdirección de Promoción, Consultoría y Actuaciones SIG, a través del Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia*. El proyecto contempla, entre otras actuaciones, el desarrollo del plan de promoción de la Dirección General de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria. Entre las acciones previstas, el citado Plan contempla la participación en la IV edición del evento *AUTÉNTICA - PREMIUM FOOD (en adelante Auténtica)*, que se celebrará en Sevilla entre los próximos 13 y 15 de septiembre de 2026, bajo la dirección, coordinación y supervisión de dicha Dirección General.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 2 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Asimismo, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 9.4 de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de la Administración de la Junta de Andalucía, según el cual «las resoluciones administrativas que se adopten por delegación indicarán expresamente esta circunstancia y se considerarán dictadas por el órgano delegante», la tramitación del presente expediente se realiza al amparo de la Orden de 15 de mayo de 2026, por la que se acuerda la avocación y posterior delegación en la persona titular de la Dirección Gerencia de la Agencia de Gestión Agraria y Pesquera de Andalucía de la competencia para la contratación de las actuaciones promocionales agroalimentarias, pesqueras y acuícolas programadas en 2026 por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, entre las que se encuentra el evento Auténtica.

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. La promoción y difusión de los valores saludables y sostenibles de nuestras producciones agroalimentarias y pesqueras, y especialmente de aquéllas con calidad diferenciada ligada al origen, las convierte en protagonistas de estas acciones y pone de manifiesto su estrecha simbiosis con la Alta Gastronomía, más allá de su consideración como meros ingredientes. 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 nació 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 interactúen 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.

Así, y al igual que en su tercera edición, Auténtica acogerá la celebración de Auténtica Congress, el espacio de diálogo e innovación en torno a los productos premium-gourmet y a la Dieta Mediterránea que, en esta ocasión, contará con 6 escenarios simultáneos, más de 300 ponentes y superando, además, las 350 entidades expositoras. Concretamente, el escenario del Culinary Fest by Gusto del Sur, que reunirá a reconocidos chefs Estrella Michelin y a líderes de otras disciplinas profesionales para mostrar cómo la alimentación influye en todos los campos de actividad; el Congreso de la Gran Distribución y Retail, el encuentro de líderes de la distribución más relevante de la industria alimentaria para dar respuesta a los retos y oportunidades del sector y avanzar las tendencias que se verán en los supermercados, grandes superficies, establecimientos y el conjunto de los comercios; o el Horeca Forum, un summit que permitirá conocer las nuevas tendencias en productos y analizará de qué manera el auge de la hostelería está dando lugar a una multitud de alternativas que fusionan gastronomía, comercio y otras experiencias sensoriales para el cliente.

También repetirán el Gastromarketing Forum, donde se discutirá sobre las nuevas formas de comunicación y marketing para el sector B2B de alimentación, el Aula Degusta, el espacio que albergará catas gastronómicas partiendo de diversas temáticas, y el Summit de Directores de Compras, centrado en la

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 3 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



adquisición de los alimentos y bebidas premium-gourmet más diferenciales. Al hilo de lo anterior, un año más, en el marco de este evento, se otorgarán los Auténtica Innovation Awards, premios destinados a reconocer el trabajo, el liderazgo y la transformación de aquellas empresas y profesionales que apuestan por un nuevo diálogo social de la industria de la alimentación y las bebidas desde una perspectiva del respeto por el origen. Además, se volverá a contar con uno de los espacios de Networking más destacados de la cita, la “Brokerage Area”, en la que se celebrará una misión comercial inversa con una agenda de reuniones con compradores nacionales e internacionales en las que las empresas agroalimentarias andaluzas tendrán un espacio privilegiado. Gracias a la colaboración de Andalucía TRADE en esta actividad, las empresas contarán con el respaldo de su red internacional, compuesta por 42 oficinas y antenas en más de 70 mercados, facilitando el acceso a compradores de los cinco continentes. Esta infraestructura global permitirá a las firmas andaluzas establecer contactos estratégicos y explorar nuevas oportunidades de negocio en mercados internacionales, consolidando así su presencia en el exterior. Por todo ello, la vertiente internacional del evento está asegurada.

En relación con la importancia del mercado exterior para el sector agroalimentario andaluz, y según información facilitada por Andalucía TRADE - Agencia Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico de la Junta de Andalucía, cabe destacar que las exportaciones agroalimentarias de nuestra comunidad alcanzaron en 2024 los 15.700 millones de euros, el mejor registro desde que existen datos homologables (1995). Este resultado supone un crecimiento interanual del 14,5%, superando en 8,4 puntos la media nacional (6,1%) y convirtiéndose en el mayor incremento entre las diez comunidades autónomas más exportadoras.

La agroindustria andaluza lidera el ranking nacional de exportaciones del sector, concentrando el 21,7% del total de ventas de alimentos y bebidas de España en los mercados internacionales (72.342 millones de euros). Andalucía se sitúa así por delante de Cataluña (21,2%) y la Comunidad Valenciana (12,8%). Este crecimiento se refleja en todas las provincias andaluzas, que han incrementado sus ventas respecto a 2023, y en siete de ellas se han alcanzado cifras récord: Sevilla, Almería, Huelva, Málaga, Córdoba, Cádiz y Granada. Este comportamiento homogéneo del sector exterior agroalimentario evidencia su capacidad de generar cohesión territorial.

Jaén es la provincia con mayor crecimiento relativo, con un aumento del 55% respecto a 2023, hasta alcanzar los 413 millones de euros (2,6% del total), impulsado especialmente por el incremento del 69% en las ventas de aceite de oliva. Sevilla, por su parte, registra la segunda mayor subida (+25,9%), consolidándose como la provincia líder en exportaciones de alimentos y bebidas en Andalucía, con un volumen de 4.276 millones de euros, lo que representa el 27,2% del total autonómico y su mejor registro histórico.

El crecimiento de las exportaciones andaluzas responde, en gran medida, a una mayor diversificación de mercados, con presencia en un total de 176 países. Aunque las ventas han aumentado en todos los continentes, los mayores incrementos se han producido en mercados estratégicos con gran potencial de crecimiento y ya consolidados en el Top 20 de destinos del agro andaluz. Destacan especialmente los

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 4 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



avances en Oceanía, con Australia duplicando sus compras (+113%); en Asia, con China registrando un crecimiento del 35%; y en América, con Estados Unidos (+40%), Canadá (+24,8%) y México (+24,1%).

Para la valoración de la participación de la Consejería en la edición de 2026, se han tenido en consideración, además, los antecedentes de su tercera edición. Al tratarse Auténtica de un congreso que reúne a las mentes más brillantes del sector de la gran distribución y de la alta gastronomía, durante su pasada edición su impacto en medios de comunicación se tradujo en una audiencia alcanzada de 37.503.379 personas, con un valor de comunicación de 3.359.159€, tal y como se recoge en el Informe medios de comunicación 2025 (consultar Anexo I).

El éxito de su segunda edición, en cuanto a participación, alcance e impacto económico y mediático, lo avalan las siguientes cifras (Anexo I “Informe medios de comunicación 2025”, Anexo II “Estadísticas Auténtica 2025” y Anexo III “Repercusión RRSS 2025”):

PARTICIPACIÓN EN AUTÉNTICA 2025

VISITANTES PROFESIONALES	FIRMAS EXPOSITORAS	PONENTES	PONENTES ESTRELLA MICHELÍN	PERIODISTAS ACREDITADOS
10.437	244	239	20	99

IMPACTO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

NOTICIAS PUBLICADAS	AUDIENCIA ALCANZADA	VALOR PUBLICITARIO	VALOR DE COMUNICACIÓN
1.094	37.503.379	1.465.239 €	3.350.159 €

IMPACTO EN RRSS DE AUTÉNTICA

IMPRESIONES FACEBOOK	IMPRESIONES X	IMPRESIONES INSTAGRAM	IMPRESIONES LINKEDIN
11.76K	8.132	129.2K	85.34K

Destacar cifras como las de sus firmas expositoras, cifradas en 244 correspondientes a 5 países o sus más de 10.400 visitantes profesionales, cifra muy superior a los 8 mil visitantes de la edición anterior.

En asistencia física también se obtuvieron muy buenos resultados de participación en lo que respecta a prensa acreditada, cifrándose en 99 periodistas que cubrieron este evento en su segunda edición. Tal como se recoge igualmente en la tabla anterior, las empresas y entidades expositoras fueron 244 en una superficie de exposición de 14.471 m², correspondiendo 102 de aquellas a empresas o instituciones andaluzas entre expositores y coexpositores. También fueron muy satisfactorias las cifras de ponentes participantes, cifrados en 239, de los cuales 20 fueron Estrellas Michelin.

La valoración otorgada por los congresistas acreditados resulta especialmente significativa, ya que el evento obtuvo una puntuación de 9 sobre 10. Además, el 92 % de los asistentes recomienda el evento a otros profesionales del sector, y la valoración de la intención de participar nuevamente en la edición de 2026 se sitúa entre 9 y 10 sobre 10 (consultar Anexo IV “Auténtica 2026”).

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 5 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Atendiendo al retorno de la comunicación del evento, los datos de la pasada edición ponen de manifiesto que Auténtica cuenta con una gran capacidad de difusión de contenidos. Al tratarse de un evento profesional, a nivel de comunicación los esfuerzos de difusión se centran en promoción especializada, no generalista, es decir, medios de comunicación de perfiles técnico y económicos. Son datos representativos las 1.094 noticias publicadas en medios de comunicación, de las cuales 995 corresponden a prensa digital, 65 a prensa escrita, 24 a radio y 6 a televisión (consultar Anexo I).

Tal como se avanzaba con anterioridad, sus datos de audiencia alcanzada son igualmente relevantes, cifrados en más de 37 millones de personas, de las cuales la mayor parte (el 94%) corresponden a prensa digital. En la segunda posición del ranking de audiencia se sitúa la radio, con el 3% de la audiencia total, seguida de la televisión, con el 2% y la prensa escrita, con el 1%.

El valor publicitario¹ de las publicaciones realizadas entorno al evento alcanzaron los 1.465.239 €, lo que supone alcanzar cifras muy notables en su valor de comunicación², llegando a un total de 3.359.159 €.

En lo relativo al alcance en las RRSS del evento, se contabilizaron 129.200 impresiones en Instagram, frente a las más de 11.760 de Facebook, las 85.340 impresiones de LinkedIn, o las más de 8.000 de la red social X.

La celebración del Congreso Auténtica Premium Food en Andalucía supone una oportunidad estratégica de primer orden para la Comunidad Autónoma, tanto desde el punto de vista económico como sectorial, especialmente para el tejido empresarial agroalimentario andaluz. Este evento se ha consolidado como uno de los principales encuentros profesionales del sector agroalimentario y gastronómico del sur de Europa, destacando por su identidad propia, alineada con valores fundamentales para nuestra región, como la sostenibilidad, la excelencia en los productos, la innovación y la promoción de la Dieta Mediterránea.

A diferencia de otros encuentros similares que se celebran fuera del territorio andaluz, Auténtica tiene lugar en nuestra comunidad, lo que garantiza un retorno directo en términos económicos, institucionales y de proyección de imagen. Su celebración permite posicionar a nivel nacional e internacional la calidad y diversidad de los productos agroalimentarios andaluces. En la última edición participaron más de 100 empresas andaluzas, con acceso a una red profesional de más de 10.000 asistentes, entre los que se incluyen compradores internacionales, distribuidores, chefs, periodistas especializados e inversores (véase Anexo IV).

El impacto económico directo del evento en la pasada edición estuvo en torno a los 14 millones de euros, con beneficios que se extienden a sectores como la hostelería, el transporte o el turismo, y que contribuyen a consolidar a Andalucía como un destino de turismo gastronómico de calidad. Para la edición de 2026, se prevé alcanzar un impacto económico directo en torno a los 16 millones de euros, reforzando así su capacidad de dinamización del tejido económico regional. Asimismo, se estima un valor publicitario asociado a las comunicaciones del evento de 1,05 millones de euros, con un valor mediático total superior a los 2,8 millones de euros, incrementando notablemente la visibilidad institucional y sectorial.

¹ Es el valor de lo que hubiese costado la inserción publicitaria.

² El valor informativo es siempre mayor que el valor publicitario, ya que siempre se consigue más impacto sobre la audiencia cuando es un impacto propio que cuando el público lo percibe como un anuncio publicitario.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 6 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Auténtica constituye también una herramienta eficaz de desarrollo rural y cohesión territorial, al poner en valor producciones procedentes de zonas rurales y facilitar su incorporación a mercados de alto valor añadido. Esta dimensión contribuye al impulso del empleo en el medio rural, la fijación de población y el equilibrio territorial, en línea con los objetivos estratégicos de la Junta de Andalucía.

El evento representa, además, un escaparate privilegiado para la promoción de los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces, especialmente aquellos amparados por figuras de calidad diferenciada como Denominaciones de Origen, Indicaciones Geográficas Protegidas y Especialidades Tradicionales Garantizadas, que suman 67 en nuestra comunidad. La marca “Gusto del Sur”, regulada por el Decreto 153/2023, de 27 de junio, encuentra en este espacio un marco idóneo para dar a conocer sus valores de calidad, sabor y sostenibilidad.

Por otra parte, el carácter innovador de Auténtica se manifiesta de forma transversal en todos sus espacios, con especial relevancia de iniciativas como los Auténtica Innovation Awards. En la edición de 2025, la Consejería participó como patrocinadora de la categoría “Premio al Mejor Chef Gastronómico”, reconociendo propuestas culinarias que valoran el producto local, la sostenibilidad y la identidad gastronómica de origen.

Asimismo, la presencia institucional en el evento refuerza significativamente la imagen de marca “Gusto del Sur”, tanto a través de su visibilidad en el congreso como mediante el uso del logotipo y la imagen corporativa en todas las comunicaciones asociadas. La participación se ve además fortalecida mediante la disposición de invitaciones profesionales y pases que suponen una herramienta útil de representación institucional y de generación de redes de contacto.

El componente digital del evento también aporta un valor añadido considerable, con una importante producción y dinamización de contenidos en redes sociales que amplifican la visibilidad, participación y repercusión de las acciones de patrocinio. Esta actividad podrá ser monitorizada y evaluada mediante analíticas específicas, lo que permitirá valorar y orientar futuras participaciones institucionales.

El éxito de ediciones anteriores ha consolidado a Auténtica Premium Food como una cita de referencia para el sector, y en 2026 se prevé la participación de más de 200 empresas expositoras. Asimismo, se espera la asistencia de más de 10.000 profesionales vinculados a toda la cadena de valor agroalimentaria. Esta nueva edición aspira a reafirmar a Andalucía como el centro neurálgico del desarrollo agroindustrial español, reforzando su papel como espacio de encuentro entre los distintos eslabones del sector, desde la producción y transformación hasta la distribución, la gastronomía y el canal HORECA.

Por todo lo anterior, se considera plenamente justificada, desde el punto de vista del interés estratégico, económico y territorial para Andalucía, la celebración del Congreso Auténtica Premium Food en nuestra Comunidad Autónoma, así como el apoyo institucional al mismo, en tanto que instrumento eficaz de impulso al sector agroalimentario, al desarrollo económico sostenible y a la proyección exterior de Andalucía.

En consecuencia, la Consejería valora su participación en la tercera edición de este evento de dimensión internacional y especializado en la industria agroalimentaria del producto premium y gourmet,

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 7 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



nuevamente a través de la fórmula del Patrocinio Institucional, al amparo del artículo 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 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:

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 8 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- 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.

Las contraprestaciones del patrocinio institucional planteado implican la presencia en los diferentes espacios y soportes tanto presenciales como virtuales con los que cuenta el evento, asegurando la correcta difusión de los mensajes publicitarios a lanzar.

Ficha técnica AUTÉNTICA 2026

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 entidad NEXT BUSINESS EXHIBITIONS. S.L (NEBEXT), con C.I.F. núm. B87396818 y domicilio social en calle Poeta Joan Maragall, 23, 28020 Madrid, es propietaria y organizadora única del evento Auténtica Premium Food. Siendo responsable de la gestión con carácter de exclusividad tanto del espacio de suelo como del contenido de sus programas de ponencias, de los servicios feriales y de la comercialización de todos los espacios y soportes publicitarios tanto presenciales como virtuales de dicho evento, a celebrar en Sevilla con carácter anual. Dicha circunstancia se acredita por parte de la citada empresa mediante

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 9 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



certificación – declaración responsable, de fecha 06 de julio, que queda incorporada como Anexo V a este expediente al expediente de contratación del que es objeto esta Memoria Justificativa.

6. TIPO DE CONTRATO.

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

☒ **Contrato privado**

En función de su objeto: típicos, mixtos y administrativos especiales:

El objeto del presente contrato son prestaciones distintas de las definidas en el artículo 25.1.LCSP

En función de su régimen jurídico de derecho comunitario:

☒ **Contratos NO sujetos a regulación armonizada.**

En función de su régimen jurídico de derecho administrativo o de derecho privado:

☒ **Contratos privados**

7. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN

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

☒ **(Negociado sin Publicidad.**

Se escoge el procedimiento negociado sin publicidad conforme a lo establecido en el Artículo 168 a).2 de la LCSP, dado que las prestaciones, tal y como se ha expuesto en el apartado quinto de la presente memoria, sólo pueden ser encomendados a un empresario determinado, ya que procede la protección de derechos exclusivos de éste, incluidos los derechos de propiedad intelectual e industrial.

Sobre la utilización de este tipo de procedimiento en los contratos de patrocinio, se ha pronunciado la Junta Consultiva de Contratación Administrativa de la Comunidad Autónoma de Aragón, en su Informe 13/2012, de 11 de julio, que señala:

«cualquier intento de forzar la concurrencia en una cuestión de esta naturaleza, siempre y a cualquier precio, solo podría acabar mezclando entidades con actividades muy diferentes, de difícil o imposible homogeneización, tanto en cuanto al presupuesto de la actividad, como en lo que a la difusión publicitaria pretendida se refiere. Normalmente se tratará de un contrato por razón de la persona o “intuitu personae”, en el que la concurrencia resultaría, si no en todos los casos, al menos, en muchos de ellos, incompatible con la naturaleza y objeto del contrato».

8. DIVISIÓN EN LOTES DEL OBJETO DEL CONTRATO.

☒ **NO**

Justificación de motivos válidos para la no división en lotes:

No cabe la división en lotes al tratarse de una prestación única donde además existen derechos exclusivos que obligan con un único empresario.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 10 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



9. PLAZO DE EJECUCIÓN (total y parciales) y PRÓRROGA, si la hubiera.

El plazo de ejecución se extenderá desde la fecha de formalización del contrato hasta el próximo 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 Auténtica Premium Food "Comprometidos con el origen"* y ejecutados los trabajos de conformidad.
2. Presentación de la memoria final: desde la finalización del evento hasta el 30 de octubre de 2026.

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

El presupuesto base de licitación es de **UN MILLÓN CIENTO TREINTA Y SEIS MIL EUROS (1.136.000,00 €)** **10% IVA INCLUIDO.**

CONCEPTOS	PRESUPUESTO ESTIMADO €uros
COSTES DIRECTOS ESTIMADOS DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL	758.660,27
Patrocinio, con carácter no exclusivo, de la actividad de Networking "Retiro de Chefs" a celebrar el día previo a la primera jornada de Auténtica 2026	39.560,00
1. Personalización de ambos espacios	31.574,00
2. Presencia de la marca en las chaquetillas de chefs	6.534,00
3. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	726,00
4. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de AUTÉNTICA	726,00
Patrocinio exclusivo del espacio "Gusto del Sur"	58.080,00
1. Personalización del espacio. Diseño, producción, montaje y desmontaje	52.272,00
2. Emisión de spot publicitario	3.630,00
3. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	726,00
4. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de AUTÉNTICA	726,00
5. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	726,00
Patrocinio exclusivo del espacio "Denominaciones de origen de Andalucía"	47.190,00
1. Personalización del espacio. Diseño, producción, montaje y desmontaje	41.382,00
2. Emisión de spot publicitario	3.630,00
3. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	726,00
4. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de AUTÉNTICA	726,00

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 11 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



5. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	726,00
Patrocinio exclusivo del espacio “Cooperativas agroalimentarias”	50.820,00
1. Personalización del espacio. Diseño, producción, montaje y desmontaje	45.012,00
2. Emisión de spot publicitario	3.630,00
3. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	726,00
4. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de AUTÉNTICA	726,00
5. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	726,00
Patrocinio no exclusivo, en calidad de patrocinador principal, del Espacio Culinary Fest by Gusto del Sur	109.790,00
1. Personalización del espacio. Diseño, producción, montaje y desmontaje	97.448,00
2. Emisión de spot publicitario	3.630,00
3. Presencia de la marca en las chaquetillas de chefs	6.534,00
4. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	726,00
5. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de AUTÉNTICA	726,00
6. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	726,00
Patrocinio con carácter no exclusivo del Restaurante Gusto del Sur	68.970,00
1. Personalización del espacio	56.628,00
2. Emisión de spot publicitario	3.630,00
3. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	726,00
4. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de AUTÉNTICA	726,00
5. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	7.260,00
Patrocinio exclusivo de un mínimo de 2 actividades diarias dentro de la programación del espacio Culinary Fest by Gusto del Sur.	21.780,00
1. Emisión de spot publicitario	3.630,00
2. Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de ésta	9.438,00
3. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	726,00
4. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de AUTÉNTICA	726,00
5. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	7.260,00
Patrocinio exclusivo de un mínimo de 2 actividades diarias durante el Vertical del ÓLEUM SUMMIT dentro de la programación	14.000,00

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 12 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



1. Presencia de la marca con cartelería o imágenes en el escenario del espacio en su calidad de patrocinador del evento	8.400,00
2. Emisión de spot publicitario	3.600,00
3. Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad	500,00
4. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	500,00
5. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de AUTÉNTICA	500,00
6. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de esta en todos los soportes del evento	500,00
Patrocinio exclusivo de un mínimo de 3 actividades diarias dentro de la programación del espacio Degusta.	32.670,00
1. Presencia de la marca con cartelería e imágenes en el escenario del espacio en su calidad de patrocinador del evento	10.890,00
2. Emisión de spot publicitario	3.630,00
3. Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de ésta	9.438,00
4. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	726,00
5. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de AUTÉNTICA	726,00
6. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	7.260,00
Patrocinio exclusivo de un mínimo de 3 actividades diarias dentro del restode la programación del Auténtica Congress (Summit Gran Distribución, Retail Forum, Summit de Directores de Compras, Gastromarketing Forum y Horeca Forum).	32.670,00
1. Presencia de la marca con cartelería e imágenes en el escenario del espacio en su calidad de patrocinador del evento.	10.890,00
2. Emisión de spot publicitario	3.630,00
3. Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de ésta	9.438,00
4. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	726,00
5. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de AUTÉNTICA	726,00
6. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	7.260,00
Patrocinio no exclusivo de los espacios Ecovalia, Frozen, Quesandaluz, Misión Comercial, Aulas Degusta y Auditorios Congreso	21.780,00
1. Construcción y cesión de los espacios	11.616,00
2. Presencia de la marca en la cartelería	5.082,00
3. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	726,00
4. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de AUTÉNTICA	726,00

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 13 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



5. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	3.630,00
Patrocinio exclusivo de, al menos 1 categoría, de los Auténtica Innovation Awards 2025	21.780,00
1. Presencia de la marca con cartelería e imágenes en el escenario del espacio donde se llevará a cabo la entrega de premios en su calidad de copatrocinador del evento.	2.904,00
2. Presencia institucional activa en la entrega del premio de la categoría patrocinada.	1.452,00
3. Presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la actividad y en el vídeo que se pudiera editar de ésta	4.356,00
4. Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento	726,00
5. Publicación de contenidos sobre la actividad en las redes sociales de AUTÉNTICA	726,00
6. Vinculación de la marca al espacio patrocinado y mención de la misma en todos los soportes del evento	3.630,00
7. Cena Catering de la Gala de los Premios	7.986,00
Contraprestaciones generales	239.570,27
1. Visibilidad e imagen de marca	65.892,27
2. Comunicación y difusión de actividades patrocinadas	59.895,00
3. Fomento de la participación de empresas andaluzas	54.813,00
4. Invitaciones y actos protocolarios	58.970,00
COSTES INDIRECTOS ESTIMADOS	176.067,00
Gastos generales de estructura (suministros, materias primas, arrendamientos, gastos de administración, etc)	176.067,00
BENEFICIO INDUSTRIAL	98.000,00
TOTAL BASE IMPONIBLE (€)	1.032.727,27
IVA 10% (€)	103.272,73
TOTAL (€)	1.136.000,00

El presupuesto base de licitación ha sido obtenido a partir de las tarifas que la entidad propietaria y organizadora ÚNICA del evento, NEXT BUSINESS EXHIBITIONS. S.L (NEBEXT) con C.I.F. núm. B87396818, ha facilitado al servicio proponente. Al tratarse de un contrato de patrocinio la adecuación a los precios de mercado está avalada por el certificado de exclusividad y la imposibilidad de promover o tramitar un procedimiento abierto o un procedimiento de concurrencia competitiva.

Aún tratándose de un evento de reciente creación, su temática y formato novedosos lo distinguen dentro del amplio espectro de eventos promocionales profesionales y de gran formato que tienen como medio o vehículo de promoción principal a la gastronomía. Se trata del único evento de estas características, de relevancia internacional, que tiene a Andalucía como sede, con lo que ello conlleva para nuestra comunidad

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 14 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



autónoma en términos de impacto económico. Otro gran elemento diferenciador radica en tratarse del único evento promocional del ámbito gastronómico, de los que son patrocinados desde la Consejería, que cuenta con una potente misión comercial inversa con espacio privilegiado para las empresas andaluzas. Otra particularidad que hace de Auténtica un evento de gran interés para las pymes agroalimentarias andaluzas es poder beneficiarse, gracias al patrocinio del evento por parte de la Consejería, del 25% de descuento sobre tarifa oficial para financiar su participación en la zona expositiva. Ambas opciones se configuran como una gran oportunidad de negocio para el sector, tratándose además de un evento celebrado en el último trimestre del año, fecha en la cual las agendas comerciales de las empresas se suelen encontrar en un proceso de cierre anual.

Todo ello hace que Auténtica se configure, por tanto, como una acción estratégica para reforzar el apoyo al sector agroalimentario y pesquero, motor de desarrollo económico de nuestra Comunidad Autónoma, favoreciendo nuevas oportunidades de negocio e impulsando su internacionalización. En este sentido, destacar que en su vertiente presencial un evento como Auténtica tendrá un efecto multiplicador en los mercados, ya que además de dicha afluencia estimada de público también reunirá a firmas expositoras, en gran parte andaluzas, que tendrán la oportunidad de presentar sus productos y conseguir contactos para desarrollar comercialmente sus empresas en los siguientes meses. Todo ello supondría un importante impacto económico, tanto para las empresas andaluzas expositoras como para la ciudad de Sevilla (sector hotelero, restauración, comercio, transportes) que en la edición anterior alcanzó los 14 millones de euros.

La trayectoria de este evento en sus dos primeras ediciones y su carácter diferencial, unidos a la experiencia de la entidad organizadora y a los resultados obtenidos en su tercera edición de 2025 (consultar Anexo II), con una alta presencia en medios tal como se puede observar en el informe de medios de comunicación (consultar Anexo I), convierten a Auténtica en un evento estratégico tanto para continuar apoyando la consolidación de la marca de calidad “Gusto del Sur” en el mercado, como para reforzar el prestigio e imagen nuestro sector agroalimentario y pesquero. Todo lo anterior avala las previsiones para esta nueva edición del evento referidos en el apartado quinto de la presente memoria justificativa y hacen considerar, además, su presupuesto como ajustado a los precios de mercado habituales para este tipo de acciones promocionales.

El motivo, por tanto, de optar por la fórmula del patrocinio institucional, frente al contrato publicitario y de difusión tradicional es que, a diferencia de éste, nos permite conectar con nuestro público objetivo (profesionales del sector de la agroindustria con presencia de sus principales actores), a través de nuevas formas y canales de comunicación, generando un vínculo emocional, altamente experiencial y generador de confianza así como unas prestaciones y feed back, que no se puede establecer a través de la publicidad en Mass Media o mono canal, ya que la información es unilateral sin interacción entre cliente y marca. Interacción que se facilita con una presencia física y real en el propio evento que se desea apoyar, y que no podríamos alcanzar de ningún modo a través de una acción de publicidad y de difusión en medios exclusivamente.

En línea con el párrafo anterior cabe mencionar que, en atención a las conclusiones y recomendaciones que recoge el Informe de de Fiscalización de la actividad publicitaria y de promoción de la Junta de Andalucía, aprobado el 13 de marzo de 2014 por el Pleno de la Cámara de Cuentas de Andalucía (BOJA de 15 de mayo de 2014), entre las que se indica particularmente que “154. Sería oportuno que en los expedientes de los contratos

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 15 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



analizados constase documentación acreditativa que valore las prestaciones que debe realizar el patrocinado e incluyese información que permita comparar el coste del patrocinio con el coste de contratar a través de cualquiera de las otras fórmulas de contratación previstas en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. (§85,108,122,127) Deberían realizar estudios comparativos de los precios obtenidos a través del patrocinio y las tarifas y descuentos que se podrían conseguir mediante los contratos de publicidad o de difusión publicitaria.”, se han aportado al expediente de contratación del que es objeto esta memoria, documentos que respaldan los datos de impacto en medios que se han tenido en consideración a la hora de valorar la adecuación del presupuesto base de licitación a los precios de mercado habituales para este tipo de acciones. En concreto, el Anexo I “Informe de medios de comunicación 2025”, a través del cual se han obtenido los datos de impacto en medios, y el Anexo III “Repercusión en RRSS 2025”. Además, destacar que la inversión prevista para consolidar un evento como Auténtica en Andalucía, no puede compararse de ninguna manera con el impacto que tendría invertir en una campaña publicitaria por el mismo importe, ya que el fin de esa campaña podría ser el de generar una marca, pero la reunión de más de 10.000 profesionales del sector de la gran distribución, supermercados, sector HORECA y hostelería en general, y las oportunidades comerciales y de internacionalización que de ello se derivan para las empresas expositoras andaluzas, es completamente distinto. Éste es el hecho diferencial por el cual no se ha tenido en cuenta el realizar una comparativa entre ambos tipos de contrato que nos permitiera valorar cuánto costaría alcanzar el número de impactos previstos mediante contratos publicitarios y de difusión, a fin de poder apreciar una cierta proporción entre el coste del patrocinio y el valor del retorno publicitario.

Cabe destacar que la estimación de valoración económica del evento para 2026 que se señala en el Anexo IV (+2,8M€) sigue siendo muy superior al del valor estimado del patrocinio del que es objeto la presente memoria justificativa.

Y de igual modo, esta inversión también impacta directamente en el territorio y en la ciudad de Sevilla al beneficiarse directamente, y en 2 días concretos, de la visita de estos profesionales y el gasto que realizarán durante su estancia. Este es el hecho diferencial por el cual, no se ha tenido en cuenta el realizar una comparativa entre ambos tipos de contrato que nos permitiera valorar cuánto costaría alcanzar el número de impactos previstos mediante contratos publicitarios y de difusión, a fin de poder apreciar una cierta proporción entre el coste del patrocinio y el valor del retorno publicitario.

El patrocinio de Auténtica constituye una iniciativa clave para aumentar la visibilidad de los productos alimentarios andaluces y fortalecer la presencia de las empresas agroalimentarias de la región en el ámbito nacional e internacional. Cada acción patrocinada en el marco de este evento contribuye a consolidar la imagen de Andalucía como líder en producción sostenible, calidad e innovación gastronómica y referente en la Dieta Mediterránea. A continuación se detallan las acciones justificadas:

Patrocinio, con carácter no exclusivo, de 1 actividad de Networking a celebrar el día previo al de inicio del evento: “Retiro de Chefs. Supone un 5,21% de los costes directos.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 16 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Esta actividad se desarrolla el día previo a la apertura del evento y constituye uno de los puntos clave para el posicionamiento institucional, ya que concentran a chefs y medios de comunicación en un entorno informal, distendido y altamente propicio para la generación de vínculos.

El retiro de chefs es una experiencia exclusiva diseñada para reunir a los principales referentes de la gastronomía española. La vinculación de estos chefs con productos andaluces (a través de catas, experiencias o encuentros) les convierte en embajadores naturales de “Gusto del Sur”. Su capacidad de prescripción e influencia en consumidores, distribuidores y medios es un valor estratégico de primer orden.

Esta acción, pese a no tener carácter exclusivo, aseguran una presencia institucional significativa en el núcleo relacional del evento y posicionan los mensajes de marca ante líderes de opinión del sector.

Patrocinio exclusivo del espacio “Gusto del Sur”. Supone un 7,66% de los costes directos.

Es el escaparate principal para trasladar al público asistente los valores asociados a esta marca: origen, calidad, sostenibilidad, sabor y tradición.

Es el espacio principal desde el cual se articula la visibilidad institucional. Su carácter exclusivo garantiza la integración directa de la identidad visual y narrativa de la Consejería.

Patrocinio exclusivo del espacio “Denominaciones de origen de Andalucía”. Supone un 6,22% de los costes directos.

Se trata de un espacio clave para la promoción de productos con calidad diferenciada ligada al origen, uno de los pilares de la estrategia agroalimentaria de la Junta. Refuerza la confianza del consumidor y potencia la valorización de productos certificados en un entorno profesional, contribuyendo también a su posicionamiento en la distribución nacional e internacional. El patrocinio refuerza la estrategia de diferenciación por origen promovida por la Junta, orientada a aumentar la competitividad del producto andaluz frente a otros territorios.

Patrocinio exclusivo del espacio “Cooperativas agroalimentarias”. Supone un 6,7% de los costes directos.

El tejido cooperativo representa una parte fundamental del sector agroalimentario andaluz. Este espacio da visibilidad al modelo cooperativo como eje de sostenibilidad económica, social y medioambiental, así como a su papel vertebrador en el medio rural. Refuerza la apuesta institucional por el asociacionismo como modelo de resiliencia y generación de valor colectivo. Vincular este espacio a la Consejería proyecta su compromiso con los productores, la soberanía alimentaria, y la economía social andaluza.

Espacio Culinary Fest by Gusto del Sur. Supone un 14,47% de los costes directos.

Este espacio dinamiza el evento a través de una intensa agenda de showcookings, demostraciones, talleres y experiencias gastronómicas. Como patrocinador principal del espacio, la Consejería logra una alta presencia de marca en todas las actividades culinarias, asociando sus productos con chefs de primer nivel y platos de vanguardia. El Culinary Fest by Gusto del Sur es uno de los espacios de mayor atracción de público, tanto profesional como generalista. Este entorno permite trasladar de forma práctica y atractiva los mensajes de

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 17 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



“Gusto del Sur”, mostrando cómo los productos andaluces pueden liderar tendencias gastronómicas a nivel internacional.

Patrocinio con carácter no exclusivo del Restaurante Gusto del Sur. Supone un 9,09% de los costes directos.

Constituye uno de los espacios de mayor afluencia y permanencia del público, favoreciendo una asociación directa de la marca con la experiencia gastronómica del evento. Permite trasladar sus valores de calidad, cercanía, sostenibilidad e identidad, reforzando su posicionamiento en un entorno de convivencia y disfrute. Su presencia en este espacio garantiza una visibilidad destacada y continuada, integrando la marca en uno de los principales puntos de encuentro del festival.

Patrocinio exclusivo de un mínimo de 2 actividades diarias dentro de la programación del espacio Culinary Fest by Gusto del Sur. Supone un 2,87% de los costes directos.

El patrocinio exclusivo de estas actividades garantiza que la marca “Gusto del Sur” esté presente de forma destacada en el desarrollo de experiencias culinarias altamente atractivas para el público profesional y mediático. Estas actividades permitirán asociar la marca a un lenguaje experiencial y sensorial con fuerte componente emocional. Cada showcooking, taller o presentación es una oportunidad para posicionar el producto andaluz como referente de calidad, origen y sostenibilidad, alineado con las tendencias del mercado.

Patrocinio exclusivo de un mínimo de 2 actividades diarias durante el Vertical del ÓLEUM SUMMIT dentro de la programación. Supone un 1,84% de los costes directos.

Permite asociar la marca a uno de los contenidos de mayor valor añadido del evento, vinculándola con la generación de conocimiento, la innovación y el intercambio de experiencias en torno al aceite de oliva virgen extra. Su carácter exclusivo garantiza una presencia destacada en las actividades patrocinadas, reforzando el posicionamiento de la marca ante un público profesional, prescriptor y altamente especializado.

Patrocinio exclusivo de un mínimo de 3 actividades diarias dentro de la programación del espacio Degusta. Supone un 4,31% de los costes directos.

Este espacio combina la degustación con el conocimiento, a través de catas comentadas o demostraciones sensoriales. Se trata de una herramienta muy eficaz para transmitir los valores de origen, sostenibilidad y autenticidad a través del paladar. El patrocinio de estas actividades permitirá reforzar la educación del consumidor profesional sobre las singularidades del producto andaluz, así como asociar los productos a experiencias directas de consumo, aumentando su valor percibido. Además, se facilitará el contacto entre productores y prescriptores del canal HORECA, retail y gourmet.

Patrocinio exclusivo de un mínimo de 3 actividades diarias dentro del resto de la programación del Auténtica Congress. Supone un 4,31% de los costes directos.

El patrocinio institucional de estas actividades tiene una dimensión estratégica, ya que permite a la Consejería ocupar un lugar protagonista en los discursos y decisiones clave del sector agroalimentario y gastronómico, además de aportar contenido propio a los debates del evento. Por un lado, el patrocinio exclusivo garantiza

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 18 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



que la marca “Gusto del Sur” esté asociada a los momentos de mayor concentración de público profesional. Y por otro, se multiplica el impacto del mensaje institucional gracias a la autoridad percibida en estos espacios de decisión.

Estas actividades prácticas, experienciales y altamente participativas garantizan una visibilidad continuada de la Consejería y sus mensajes clave ante públicos segmentados y estratégicos (compradores, distribuidores, periodistas, prescriptores...).

Patrocinio no exclusivo de los espacios Ecovalia, Frozen, Quesandaluz, Misión Comercial, Aulas Degusta y Auditorios Congreso. Supone un 2,87% de los costes directos.

Favorece una presencia transversal de la marca en distintos ámbitos estratégicos del evento, incrementando su notoriedad y su vinculación con los principales ejes temáticos de la programación. La participación en estos espacios refuerza la proyección de la marca ante profesionales, empresas y público asistente, consolidando su asociación con la excelencia, la innovación y el desarrollo del sector agroalimentario.

Patrocinio exclusivo de al menos 1 categoría de los Auténtica Innovation Awards 2025. Supone un 2,87% de los costes directos.

Estos premios reconocen la innovación en el ámbito agroalimentario, desde producto hasta modelo de negocio o experiencia gastronómica. La Consejería patrocinará una categoría en exclusiva, lo que le permite vincular su imagen a los valores de innovación, emprendimiento y excelencia y reforzar su papel como entidad que fomenta la modernización del sector agroalimentario andaluz.

Contraprestaciones generales. Supone un 31,58% de los costes directos.

La condición de patrocinador principal del Congreso otorga a la entidad un conjunto de beneficios estratégicos que garantizan su visibilidad, protagonismo institucional y capacidad de influencia en el desarrollo del evento. Por un lado, se asegura una presencia destacada de marca en todos los soportes físicos y digitales de Auténtica, así como en los elementos de mayor visibilidad del recinto, reforzando la asociación directa con los valores del evento. Además, se incluye la difusión continuada de las actividades patrocinadas, lo que amplifica el impacto del mensaje institucional. Del mismo modo, se fomenta la participación activa de empresas andaluzas, mediante condiciones preferentes para su presencia expositiva, reforzando el compromiso del patrocinador con el desarrollo del tejido empresarial regional. Por último, la participación en actos protocolarios y de representación institucional garantiza la presencia en los momentos clave del evento, facilitando el contacto directo con operadores estratégicos, delegaciones internacionales y medios especializados.

Con estas acciones, la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía asegura un impacto integral en términos de visibilidad, reputación y oportunidades comerciales para los productos agroalimentarios y las empresas de la región, consolidando su posición como referente en gastronomía verde y sostenible.

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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 19 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



de las distintas acciones patrocinadas, se valoran las tarifas del proveedor como proporcionales al impacto previsto con las distintas acciones patrocinadas en el marco del evento.

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

El valor estimado del contrato asciende a **UN MILLÓN TREINTA Y DOS MIL SETECIENTOS VEINTISIETE EUROS CON VEINTISIETE CÉNTIMOS (1.032.727,27 €), 10% IVA NO INCLUIDO.**

Para calcular el valor estimado se ha tenido en cuenta el presupuesto base de licitación y la NO posibilidad de prórroga ni ninguna otra circunstancia del artículo 101 LCSP.

12. REVISIÓN DE PRECIOS.

☒ **NO**

13. RÉGIMEN DE ABONO DEL PRECIO.

Pago único:

- 1 factura: correspondiente al 100% del importe de adjudicación, a la finalización del congreso patrocinado, cumplidas las contraprestaciones previstas y recibida la memoria final de conformidad.

14. FINANCIACIÓN.

☒ **FONDOS AUTONÓMICOS**

Ejerc Efec Caja	Posición Presupuestaria	Importe (€)
2026	1239012000.G/71X/22616/00	1.136.000,00

15. PUBLICIDAD.

No procede.

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

La solvencia económica y financiera podrá acreditarse por los medios que se señalan en el apartado 1, que tendrán carácter alternativo:

1. Criterios de selección relativos a la solvencia económica y financiera del empresario

La acreditación de la solvencia económica y financiera se realizará por los medios que se señalan a continuación que tendrán el carácter de alternativos:

1. Volumen anual de negocios, de la persona licitadora o candidata que, referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos concluidos deberá ser al menos de una vez y media el valor estimado del contrato, esto es, UN MILLÓN QUINIENTOS CUARENTA Y NUEVE MIL NOVENTA EUROS CON NOVENTA CÉNTIMOS (1.549.090,90 EUROS) (10% IVA EXCLUIDO).

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 20 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



El volumen anual de negocios de la persona licitadora se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil.

2. Patrimonio neto, según el balance correspondiente al último ejercicio económico de las cuentas anuales aprobadas deberá superar el 20 por 100 del valor estimado del contrato, esto es: DOSCIENTOS VEINTISIETE MIL DOSCIENTOS EUROS (227.200,00 EUROS) (10% IVA INCLUIDO).

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

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

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

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

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

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

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

- Disponibilidad de personal técnico cualificado para el manejo de los medios audiovisuales de los espacios patrocinados que se utilizarán para el desarrollo de los contenidos – ponencias patrocinadas por la Consejería.
 - 1 Técnico superior en producción de audiovisuales y espectáculos, responsable de sonido y vídeo que coordinará todo el personal técnico que se describe a continuación, así como la realización de presentaciones y proyecciones de los contenidos – ponencias patrocinadas por la Consejería en los diferentes espacios.
 - Espacio Culinary Fest by Gusto del Sur:
 - 1 Operador de Sonido
 - 1 Técnico Microfonista
 - 1 Operador de Iluminación
 - 1 Técnico de Iluminación
 - 1 Operador de Vídeo
 - 1 Operador de Contenidos
 - 1 Realizador
 - 1 Operador de CCU's
 - 1 Operador Cámara Robotizada
 - 1 Operador de Cámara

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 21 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- 1 Operador de Cámara
- 1 Responsable LED
- 1 Operador de Cámara
- 1 Regidor
- Espacio Degusta.
 - 1 Operador de Sonido
 - 1 Operador de Contenidos
 - 1 Técnico Microfonista
 - 1 Realizador
 - 1 Operador de Iluminación
 - 1 Operador de Cámara
 - 1 Operador de Vídeo
 - 1 Operador de Cámara
- Resto de espacios del Auténtica Congress
 - Foro Retail y Gran Distribución:
 - 1 Operador de Sonido
 - 1 Operador de Iluminación
 - 1 Operador de Vídeo
 - Summit de Directores de Compras:
 - Espacio de Networking
 - 1 Técnico Audiovisual
 - Actividad Horeca Forum y actividad Gastromarketing Forum:
 - 1 Operador de Sonido
 - 1 Operador de Iluminación
 - 1 Operador de Vídeo
- Actividad espacios: Gusto del Sur, Denominaciones de Origen de Andalucía (CADO), Cooperativas Agroalimentarias, Frozen y Quesándaluz:
 - 1 Operador de Sonido
 - 1 Operador de Vídeo

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

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

☒ **(SI. Condición de ejecución de tipo medioambiental.** La empresa adjudicataria vendrá obligada a responsabilizarse de realizar una recogida selectiva de los residuos generados durante las ponencias, demostraciones y talleres patrocinados, en los cuales se desarrolla cocina en vivo o catas, para su posterior reciclaje a través de la instalación de contenedores selectivos perfectamente señalizados y visibles. El objetivo de esta condición de ejecución es fomentar la sostenibilidad en el empleo de recursos, valor que defiende la marca “Gusto del Sur”. Para acreditar el cumplimiento de esta condición

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 22 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



especial de ejecución, la empresa adjudicataria deberá incluir en la memoria final una declaración expresa de haber llevado a cabo los procedimientos establecidos, acompañada de documentación acreditativa. Dicha acreditación deberá realizarse mediante la incorporación de imágenes gráficas, junto con una declaración responsable o un certificado emitido por la entidad gestora de los residuos, o bien por el propio palacio de congresos o lugar de celebración del evento, en el que se certifique el cumplimiento de esta obligación respecto del evento concreto. Se justifica esta propuesta en base a la vinculación de la condición especial al objeto del contrato. Su aplicación se considera repercutirá positivamente en la calidad del servicio que constituye el objeto del contrato, minimizando los efectos negativos de la no recogida selectiva de residuos, garantizando su recogida selectiva y posterior reciclaje, logrando una mayor concienciación de los proveedores y mejorando, en definitiva, la imagen que se proyectará en los destinatarios finales de la acción. El incumplimiento de estas obligaciones esenciales no da derecho a resolver el contrato, en los términos y con los requisitos del artículo 211 f) LCSP.

Si bien la Asesoría Jurídica en expedientes contratación de similar naturaleza, ha hecho alusión a la posibilidad de incluir otra condición especial de ejecución, se ha optado por incluir la de tipo medioambiental al estar más directamente relacionada con el objeto del contrato tal y como se ha mencionado. Particularmente y en relación a la condición especial de ejecución que se ha sugerido en ocasiones por la citada Asesoría, relativa al uso de la locución de los mensajes escritos que aparezcan en pantalla y la subtitulación o sobreimpresión de los mensajes hablados, así como a la obligación de ajustarse a lo estipulado en el artículo 58 de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, con respecto a la utilización de un uso no sexista del lenguaje y la transmisión de una imagen de igualdad entre hombres y mujeres libre de estereotipos sexistas, se ha de tener en cuenta que el Pliego de Prescripciones Técnicas de la presente licitación (apartado 7. OTRAS CONSIDERACIONES. Subapartado e) hace mención expresa a la obligación de ajustarse adecuadamente a las normas establecidas en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía (en el que se recoge la obligatoriedad de incluir subtitulado de las locuciones para favorecer la accesibilidad de todos los mensajes), así como como a lo estipulado en el artículo 58 de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, al que hace referencia el citado informe.

19. CLASIFICACIÓN DE LAS ENTIDADES PARTICIPANTES.

NO es obligatoria. Según lo estipulado en el artículo 77.1.c de la LCSP.

20. GARANTÍA.

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

Plazo de garantía: 15 días a contar desde la finalización de los trabajos de conformidad.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 23 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



21. PROPUESTA DE CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Al tratarse de un contrato negociado sin publicidad por razón de exclusividad, a pesar de ser un contrato de financiación europea, no sería de aplicación lo establecido en el artículo 26 del Decreto Ley 3/21, de 16 de febrero, en el que se dice lo siguiente:

"serán criterio de adjudicación, entre otros, la evaluación de la calidad a partir de las características intrínsecas de los equipos y la adecuación entre los equipos ofertados y el parque de equipos destinado a realizar idénticas tareas analítica en el laboratorio de destino, así como de los medios personales adscritos al mismo contrato, que tendrá en cuenta la idoneidad del personal, vinculado directamente con la Dirección Técnica, la formación y los mantenimientos de los equipos objetos del presente contrato, en atención a su titulación y especialización, así como los programas de formación y control de calidad."

Se tendrán en cuenta como criterios de adjudicación para valorar la mejor relación calidad/precio y criterios automáticos dado que la prestación esta perfectamente definida técnicamente y no es posible variar los plazos ni introducir modificaciones de ninguna clase en el contrato, siendo por consiguiente el precio el único factor determinante de la adjudicación.

La máxima puntuación (100 puntos) la obtendrá la oferta económica más baja.

Se aplicará la siguiente fórmula para la obtención de la puntuación (X) del resto de ofertas económicas (Of) admitidas:

$$X=(OMB \times \text{Max})/\text{Of}$$

siendo,

Max= Puntuación máxima de la proposición económica

OMB= Oferta económica Más Baja (en euros)

Of= Oferta económica de la empresa (en euros)

22. UMBRAL MÍNIMO PARA CONTINUAR CON EL PROCESO SELECTIVO.

☒ **NO**

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

☒ **SI**

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

24. SUBCONTRATACIÓN. No procede.

25. PENALIDADES.

☒ **SI**

- **Penalidades por cumplimiento defectuoso:**

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 24 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



En el supuesto que se produzca incumplimiento defectuoso y se cumplan solo parte de las obligaciones y/o contraprestaciones previstas en los apartados 3 y 4 del Pliego de Prescripciones Técnicas por causas imputables al adjudicatario, se penalizará conforme a lo siguiente:

- 1) **10 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la presencia de una marca distinta de la marca “Gusto del Sur” (en adelante la marca) con cartelería e imágenes en algunos de los espacios “Gusto del Sur”, “Cooperativas agroalimentarias” y “Denominaciones de origen de Andalucía” (salvo las marcas indicadas en los apartados 3.3, 3.4 y 3.5 del PPT) ubicados en zona Expo, en su calidad de patrocinador exclusivo.
- 2) **10 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca con cartelería e imágenes en el espacio *Culinary Fest by Gusto del Sur*, en su calidad de patrocinador principal y no exclusivo del espacio.
- 3) **5 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca con cartelería o imágenes en los espacios del espacio *Degusta*, *Gastromarketing Forum*, *Horeca Forum* y *Oleum Summit* en su calidad de patrocinador no exclusivo.
- 4) **10 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca con cartelería o imágenes y en pantalla durante el desarrollo de alguna de las actividades diarias patrocinadas con carácter exclusivo en los espacios de *Networking*, *Culinary Fest by Gusto del Sur*, espacio *Degusta* y *Auténtica Congress*.
- 5) **10 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO emisión de spot publicitario de la marca (20”) en alguna de las actividades patrocinadas con carácter exclusivo dentro de las programaciones de los espacios *Auténtica Congress* y de *NetWorking*.
- 6) **10%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en pantalla y con cartelería e imágenes en el espacio donde se llevará a cabo el acto de entrega de al menos una categoría patrocinada en exclusiva de los *Auténtica Innovation Awards 2026*.
- 7) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento, <https://www.autenticapremium.com/>, o la NO publicación de contenidos en las redes sociales de Auténtica, que hagan referencia a las actividades patrocinadas con carácter exclusivo dentro de las programaciones de los espacios del *Auténtica Congress*, así como de la entrega de premios de la categoría patrocinada en exclusiva dentro de los *Auténtica Innovation Awards 2026*.
- 8) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO vinculación de la marca a las actividades patrocinadas con carácter exclusivo dentro de las programaciones de los espacios del *Auténtica Congress* y dentro de los *Auténtica Innovation Awards 2026*.
- 9) **2 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO proyección de spot promocional (20” máximo) 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.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 25 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- 10) **2 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por NO figurar como Patrocinador Principal, con presencia de marca , en todos los elementos publicitarios que formen parte de las campañas de comunicación y/o difusión del evento (carteles, publicaciones digitales, notas de prensa, mupis, banderolas, photocalls, soportes adicionales de gran visibilidad y ubicación estratégica en el espacio expositivo, de acceso a los diferentes pabellones, espacios acreditación etc.), así como en todos los soportes y publicaciones físicos y digitales.
- 11) **2%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO promoción de las marcas que sean designadas por AGAPA en las Redes Sociales de Auténtica.
- 12) **2%** del precio del contrato, excluido el IVA, por NO realizar enlace en la Web oficial del evento <https://www.autenticapremium.com/>, a las URL que designe AGAPA y en todos aquellos lugares donde figure la marca, tanto con su logotipo como con su nombre.
- 13) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO grabación y producción de las microcápsulas audiovisuales y/o el vídeo resumen final de la participación de la Consejería en Auténtica.

Las cuantías de cada una de estas penalidades no podrán ser superior al 10% del precio del contrato, IVA excluido, ni el total de las mismas superar el 50 % del precio del contrato.

Ninguno de los incumplimientos descritos en la cláusula 19 tiene el carácter de incumplimiento de obligación principal, a los efectos del artículo 211 f) LCSP.

Si la empresa adjudicataria incurriese en 6 o más incumplimientos de los anteriormente citados, el Órgano de Contratación podrá optar por la resolución del contrato.

- **Penalidades por incumplimiento de las condiciones especiales de ejecución:**

1) 1% del precio del contrato, excluido el IVA por el NO cumplimiento de las condiciones especiales de ejecución indicadas en el apartado 18 de la presente memoria justificativa.

Si la empresa adjudicataria incurriese en 4 o más incumplimientos de los anteriormente citados o los incumplimientos relacionados con la NO presencia o vinculación de “la marca” dieran lugar a una penalidad superior al 25%, el Órgano de Contratación podrá optar por la resolución del contrato.

- **Otros supuestos:**

Por otra parte, se califica de **incumplimiento muy grave** la falta de comunicación de forma inmediata al órgano de contratación de la incursión sobrevenida en conflicto de interés y no actuar inmediatamente para evitar que la misma interfiera en la correcta ejecución del contrato. Este incumplimiento será penalizado con el 10 % del precio del contrato, excluido el IVA.

26. PARÁMETROS OBJETIVOS PARA CONSIDERAR UNA OFERTA ANORMALMENTE BAJA.

No procede.

El presupuesto de licitación se establece en función de las tarifas establecidas por la empresa exclusivista según lo indicado en el apartado 10 de la presente Memoria.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 26 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



27. REGISTRO ADMINISTRATIVO DE REMISIÓN DE LAS FACTURAS DEL CONTRATISTA.

Están obligadas al uso de la factura electrónica las entidades relacionadas en el artículo 4 de la Ley 25/2013, de 27 de diciembre, que hayan entregado bienes o prestado servicios a la Administración de la Junta de Andalucía y a los entes indicados en el artículo 2.1 a), b), c) y d) de la presente Orden, sin perjuicio de lo regulado en la disposición transitoria. Se excluyen de dicha obligación las facturas cuyo importe sea de hasta 5.000 euros, y las emitidas por las personas o entidades proveedoras a los servicios en el exterior, hasta que dichas facturas puedan satisfacer los requerimientos para su presentación a través del Punto General de Entrada de Facturas Electrónicas, y los servicios en el exterior dispongan de los medios y sistemas apropiados para su recepción en dichos servicios.

Deberá usarse el Punto General de Entrada de Facturas Electrónicas de la Administración General del Estado (FACE), cuya dirección es <https://face.gob.es/>.

Las facturas deberán ser remitidas al siguiente código DIR3:

OFICINA CONTABLE	ÓRGANO GESTOR	UNIDAD TRAMITADORA
A01004456 - INTERVENCIÓN GENERAL	A01004613 - AGENCIA DE GESTIÓN AGRARIA Y PESQUERA DE ANDALUCÍA	GE0017381 - PROYECTOS TÉCNICOS Y DE PROMOCIÓN

28. UNIDAD ENCARGADA DEL SEGUIMIENTO Y EJECUCIÓN ORDINARIA DEL CONTRATO.

Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible del Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia.

29. PROPUESTA DE LA PERSONA RESPONSABLE DEL CONTRATO.

Se propone como responsable del contrato a la Jefa de Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia, D^a Gemma Enríquez San Nicolás.

Vinculada a AGAPA:

☒ SI

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

- Paqui Vázquez Palmero. Jefa del Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible.

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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		23/07/2026 12:54:57	PÁGINA: 27 / 27
VERIFICACIÓN	NJyGwQF2Fe4yKuLo7d5519grlZYqzE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	