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 36 EDICIÓN DEL SALÓN INTERNACIONAL DEL CABALLO - "SICAB" 2026, A CELEBRAR EN SEVILLA DEL 17 AL 22 DE NOVIEMBRE DE 2026.

La presente memoria justificativa sustituye a la firmada con fecha 23 de septiembre de 2026, tras incorporar las consideraciones jurídicas del informe AJ-gapa 2026-65, de fecha 01 de octubre de 2026, emitido por el Gabinete Jurídico de la Agencia, en relación con el Pliego de cláusulas administrativas particulares del del contrato denominado “CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL POR PARTE DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA DE LA 36 EDICIÓN DEL SALÓN INTERNACIONAL DEL CABALLO - "SICAB" 2026, A CELEBRAR EN SEVILLA DEL 17 AL 22 DE NOVIEMBRE DE 2026.” (CONTR 2026 318667).

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato al que corresponde la presente Memoria Justificativa es el Patrocinio Institucional por parte de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía (en adelante la Consejería), al amparo del art. 22 de la Ley 34/1988 de 11 de noviembre General de Publicidad, de la 36 edición del Salón Internacional del Caballo – SICAB – 2026, que se celebrará en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla (FIBES), del 17 al 22 de noviembre de 2026.

2. CÓDIGO GEXAP.

CONTR 2026 318667

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:

- Mª Teresa García Lorente . Técnica del Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible.

5. JUSTIFICACIÓN DEL CONTRATO:

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

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

Para ello, la Agencia, en el marco de la planificación y coordinación definido por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo 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 02-01 -Impulsar servicios públicos especializados e innovadores en los ámbitos agrario, pesquero, agua y desarrollo rural mediante el desarrollo de las tareas asignadas por la Consejería, conforme a las funciones y competencias de la Agencia. 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. para el ejercicio 2026 incluye, en el marco del citado objetivo, dentro de la actuación 26-02-01.03.01 -, la Organización, participación y asistencia técnica en Eventos profesionales, Congresos y otras acciones de promoción, proyecto 26-02-01.03.01.755 – Eventos profesionales. Proyecto del que es responsable la Subdirección de Promoción, Consultoría y Actuaciones SIG, a través del Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia, y que recogerá todas las tareas relacionadas con el Plan de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural en materia de Promoción Agroalimentaria para la anualidad 2026. Entre las acciones previstas, el citado Plan contempla la participación en la 36 edición del evento Salón Internacional del Caballo - "SICAB" 2026, a celebrar en Sevilla los próximos del 17 Al 22 de noviembre de 2026.

La presencia de Andalucía en eventos regionales, nacionales, europeos e internacionales vinculados a la promoción de los productos agroalimentarios y pesqueros a través de la gastronomía constituye una herramienta estratégica para favorecer la actividad empresarial, mejorar la visibilidad de las producciones andaluzas y generar nuevas oportunidades de negocio en los mercados nacionales e internacionales.

En este contexto, la promoción de los valores asociados a la calidad, la sostenibilidad y las características saludables de nuestras producciones, especialmente de aquellas amparadas por figuras de calidad diferenciada ligadas al origen, permite poner en valor su vinculación con la alta gastronomía y mostrar sus posibilidades más allá de su consideración como meros ingredientes. Asimismo, la exploración de nuevos formatos y espacios de promoción constituye una de las premisas para la elaboración de los planes de promoción, al permitir ampliar el alcance de las acciones y llegar a públicos específicos con capacidad de generar oportunidades comerciales.

El **Salón Internacional del Caballo (SICAB 2026)**, que celebra su 36.ª edición, se ha consolidado como un referente internacional en torno al caballo de Pura Raza Española (PRE) y como un punto de encuentro para profesionales, ganaderos, criadores, empresas y aficionados del sector ecuestre.

La dimensión y la capacidad de convocatoria de SICAB quedan reflejadas en los resultados de su edición de 2025, en la que participaron **323 ganaderías y se presentaron 893 caballos PRE**, ocupando la totalidad de los **75.000 m² disponibles en FIBES-Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla**. El evento alcanzó **257.165 visitantes y contó con 360 medios de comunicación acreditados**, generando un impacto económico superior a 76 millones de euros en la ciudad de Sevilla y una valoración económica de la presencia de medios de comunicación de **5,2 millones de euros** (datos extraídos de la tabla adjunta Anexo 1).

A su repercusión presencial se suma una importante difusión a través de sus canales de comunicación digital, entre los que se encuentran SICAB.TV, la página web oficial, la aplicación vinculada a sus concursos y los perfiles en redes sociales. En la edición de 2025, las plataformas

digitales del evento alcanzaron una audiencia con más de 74,5 millones de visitas potenciales, lo que contribuye a ampliar la visibilidad de las actividades y de las marcas participantes en el ámbito nacional e internacional.

El impacto mediático de SICAB 2025 se ha evaluado analizando los distintos canales en los que ha tenido difusión, incluyendo noticias en televisión, radio, prensa online y prensa impresa. Los datos se presentan en la tabla siguiente (Anexo 2).

Tipo de canal (prensa impresa, online, radio, tv)	Total noticias generadas	Impacto alcanzado	Valor económico
TOTAL	3.880	404.034.512	5.235.358€

En la siguiente tabla que se adjunta se recoge la repercusión obtenida por la marca Gusto del Sur (Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural),la suma de estos impactos alcanza una valoración económica total de 2.630.185 euros, poniendo de manifiesto la amplia exposición y difusión alcanzada a través de los distintos soportes y canales de comunicación (Anexo 2)

Sponsor	TV	Clipping	Onsite	Redes Sociales	Digital	TOTAL
Gusto del Sur (Consejería de Agricultura)	1.283.913€	1.256.486 €	85.652€	1.310€	2.825€	2.630.185€

Asimismo, la repercusión de la acción promocional en redes sociales se refleja en el alcance total registrado en las diferentes plataformas durante 2025 (Anexo 2)

Alcance total por plataforma	Twitter-X	Facebook-FB	instagram-IG	TOTAL
2025	138.078	4.457.813	14.116.439	18.712.329

Por los datos anteriormente expuestos, se pone de manifiesto la **relevancia y dimensión de SICAB como evento de referencia del sector ecuestre**, así como su capacidad para generar una elevada afluencia de público, una amplia repercusión mediática y una significativa

proyección nacional e internacional. Todo ello convierte al evento en un **importante escaparate para la promoción y posicionamiento de las marcas y productos participantes**, favoreciendo su visibilidad y alcance a través de una amplia diversidad de canales y soportes de comunicación.

En este contexto, la participación de la Consejería mediante el **patrocinio institucional de SICAB 2026** constituye una oportunidad para acercar los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces de calidad a un público especializado y con capacidad de proyección comercial, complementario al de otras acciones de promoción institucional. El carácter internacional del evento, su vinculación con los valores asociados al caballo de Pura Raza Española y la presencia de empresas y profesionales de diferentes sectores proporcionan un marco adecuado para reforzar el reconocimiento de las producciones andaluzas y favorecer la generación de oportunidades comerciales.

En particular, SICAB ofrece un entorno propicio para la difusión de la marca de calidad **«Gusto del Sur»**, así como de los productos amparados por figuras de calidad diferenciada, entre ellas las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP), las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y las Especialidades Tradicionales Garantizadas (ETG). La participación institucional permitirá vincular la imagen de Andalucía con un evento de prestigio y proyección internacional, aprovechando sus espacios expositivos, actividades gastronómicas y canales de comunicación para mejorar el conocimiento y la visibilidad de los productos andaluces.

Por otro lado, la celebración de SICAB durante casi una semana de actividades facilita una presencia continuada de la marca institucional y de los productos promocionados, complementada por la repercusión mediática y digital del evento. Esta combinación de asistencia presencial, especialización temática y difusión exterior contribuye a reforzar el alcance de las acciones promocionales y a favorecer el posicionamiento de los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces en nuevos ámbitos de público.

En virtud de lo anterior, el modelo de participación propuesto contempla el patrocinio institucional del evento por parte de la Consejería, con el objetivo de promover la imagen de Andalucía y de sus productos agroalimentarios y pesqueros, reforzar el reconocimiento de las producciones de calidad diferenciada y favorecer la generación de oportunidades comerciales y la internacionalización de las empresas andaluzas.

En este marco, se ofrece a las empresas andaluzas la posibilidad de participar en las actividades que la Consejería tiene previsto desarrollar con motivo del patrocinio institucional de SICAB 2026, contribuyendo a ampliar la difusión de sus productos y a aprovechar las oportunidades de promoción y relación comercial que ofrece el evento.

En SICAB exponen empresas que operan en más de 25 sectores. Por su parte, el evento se posiciona como la mejor opción para que la Consejería invierta en la promoción del sector agroalimentario debido a varias razones:

Posicionamiento de marca: vinculación con un símbolo de prestigio y tradición española. El caballo de Pura Raza Española (PRE) está asociado a la excelencia, la artesanía y el patrimonio cultural. Patrocinar SICAB permite que tu marca se asocie con esos valores.

Internacionalización: SICAB atrae a compradores, criadores y visitantes de más de 60 países, lo que proporciona visibilidad global sin salir de España.

Alcance y notoriedad: gran volumen de visitantes, es uno de los eventos ecuestres más visitados del mundo, con decenas de miles de asistentes presenciales cada año y cobertura mediática masiva: televisión nacional e internacional, prensa escrita, radio y redes sociales garantizan amplia difusión.

Oportunidades de networking y negocio para empresas andaluzas: reúne a un público objetivo de alto poder adquisitivo (criadores, empresarios, coleccionistas, aficionados premium). Permite generar relaciones B2B y B2C en un ambiente distendido pero altamente cualificado.

Experiencia de marca en un entorno único: con espacios para activaciones, stands, experiencias VIP y hospitalidad corporativa. Y por otro lado escenarios visualmente espectaculares (desfiles, competiciones morfológicas, exhibiciones ecuestres) ideales para generar contenido.

Por todo ello SICAB no es solo un evento comercial, sino un escaparate de la cultura española, un punto de encuentro internacional y una plataforma emocionalmente potente para marcas que quieran asociarse con prestigio, tradición y proyección global.

SICAB destaca por su **proyección internacional y capacidad de convocatoria**, con una importante repercusión tanto presencial como digital. Asimismo, constituye un **motor de actividad económica y generación de empleo** para la ciudad de Sevilla. La **magnitud y sofisticación de su organización e infraestructuras**, junto con la participación de profesionales y agentes especializados, refuerzan su dimensión como gran evento de referencia. Finalmente, su **amplia visibilidad y difusión multicanal**, apoyada en medios de comunicación, redes sociales, influencers y plataformas digitales, permite extender su alcance y reforzar la proyección de las marcas y entidades participantes.

En lo que respecta a la previsión de impacto de audiencia para la edición de 2026, la organización de SICAB estima alcanzar los 285 millones de impactos, manteniendo así la cifra de impacto prevista para la edición de 2025. Asimismo, se prevé que la valoración económica del espacio dedicado por los medios de comunicación alcance los 6 millones de euros. Estas previsiones ponen de manifiesto la relevancia y proyección del evento desde su creación en 1990. En la siguiente tabla se desglosan las previsiones anteriormente indicadas.

PREVISIONES DEL SICAB 2026		
NÚMERO DE VISITANTES:		260000
CABALLOS PARTICIPANTES:		900
MEDIOS ACREDITADOS:		370
PAÍSES PARTICIPANTES		14
PAÍSES DE LOS VISITANTES		25
VALORACIÓN DE PRESENCIA EN MEDIOS:		6 M €
AUDIENCIA:		285M
NOTICIAS PUBLICADAS: (prensa ,tv, radio y on line)		3100
SUPERFICIE OCUPADA		75.000 m^2
STANDS COMERCIALES Y GANADEROS		232
PALCOS GANADEROS		81
NOTICIAS EN TV		55
NOTICIAS EN RADIO		120
NOTICIAS EN PRENSA EN PAPEL:		155
NOTICIAS EN PRENSA DIGITAL:		720
REDES SOCIALES (ALCANCE):		71.000.000
SICAB.TV:		320.000 accesos de 70 países

Por todo lo anteriormente mencionado, la participación en SICAB 2026 se considera de gran interés por la **visibilidad y proyección que ofrece para la Consejería y para la marca Gusto del Sur**, tanto a través de la presencia física en el evento como mediante su difusión en los distintos canales de comunicación y plataformas digitales. Asimismo, las acreditaciones y espacios de encuentro previstos facilitan el **establecimiento de contactos y relaciones profesionales** con operadores y potenciales clientes, especialmente en el ámbito internacional.

A ello se suma la consideración de SICAB como una **plataforma de promoción de las producciones agroalimentarias y pesqueras andaluzas de calidad**, que permite acercar a un público especializado productos y empresas de Andalucía y reforzar el posicionamiento de Gusto del Sur como distintivo de calidad. La dimensión digital del evento permitirá, además, realizar un seguimiento de la repercusión alcanzada mediante las correspondientes herramientas de análisis.

En este contexto, la acción de patrocinio contribuye a los objetivos de la Consejería de **apoyar la promoción y comercialización de las empresas andaluzas**, favoreciendo la generación de nuevas oportunidades comerciales y la apertura o consolidación de mercados internacionales, así como una mayor proyección de los productos agroalimentarios y pesqueros de Andalucía.

En atención a lo anteriormente expuesto, y considerando la relevancia de SICAB como plataforma de proyección y promoción internacional, así como las oportunidades que ofrece para reforzar la visibilidad de las producciones agroalimentarias y pesqueras andaluzas y de la marca Gusto del Sur, la Consejería considera de interés participar en la XXXVI edición de este evento internacional, nuevamente mediante la fórmula de patrocinio institucional, al amparo de lo establecido en el artículo 22 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Una fórmula de participación que implica durante los días de celebración del SALÓN INTERNACIONAL DEL CABALLO – SICAB 2026:

1- Patrocinio con carácter exclusivo del espacio gastronómico de 64 m² «Stand Gusto del Sur».

Ubicado en el área expositiva del Congreso, estará destinado a dos finalidades principales: por un lado, al desarrollo de una amplia programación de actividades dirigidas a mostrar la versatilidad de los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces y sus posibilidades en la gastronomía local e internacional; y, por otro, a la promoción y difusión de los valores asociados a la marca de calidad «Gusto del Sur» para productos agroalimentarios y pesqueros.

1.1. Patrocino exclusivo de la programación del espacio gastronómico “Gusto del Sur”, con actividades gastronómicas durante todo el evento.

Se diseñará y desarrollará una programación que incluir, entre otras, **cocina en directo, catas, degustaciones y exposiciones de productos**.

2- Patrocinio no exclusivo de la Cena de Gala SICAB 2026.

Un espacio exclusivo que permite asociar la marca con los valores de prestigio, tradición, gastronomía y cultura ecuestre. Una oportunidad para reforzar notoriedad, generar experiencias de marca y estrechar relaciones con clientes y profesionales del sector.

3- Patrocinio exclusivo de los encuentro ganaderos “Círculo Gusto del Sur”.

Encuentros profesionales de pequeño formato dirigidos a ganaderos y profesionales vinculados a HORECA y distribución, con el objetivo de dar a conocer la oferta agroalimentaria andaluza,

favorecer la generación de contactos y crear nuevas oportunidades de negocio en mercados nacionales e internacionales.

Ficha técnica SALÓN INTERNACIONAL DEL CABALLO SICAB 2026

Denominación	SALÓN INTERNACIONAL DEL CABALLO – SICAB.
Organización	Real Asociación Nacional de Criadores de Caballos de Pura Raza Española (ANCCE)
Sector	Caballo Pura Raza Española (PRE)
Ámbito y carácter	Evento internacional, dirigido a público profesional y general
Formato	Presencial y on line
Lugar	Palacio de Exposiciones y Congresos de Sevilla (FIBES)
Fecha	Del martes, 17 al domingo 22 de noviembre
Horario(**)	RECINTO: de 10:00 h a 21.00h (martes a sábado). De 9.30h a 19.00h (domingo) ESPÉCTACULO(*): 20.00h (martes, con invitación) / 20.00h (miércoles a viernes) / 13.00h y 19.30h (sábado) y 17.00h (domingo)
Periodicidad	Anual
Edición	XXXVI
Perfil del visitante	Ganaderos del sector, profesionales y amantes del mundo ecuestre y en especial del caballo Pura Raza Española de dentro y fuera de España, autoridades, periodistas de medios de comunicación generales y especializados, empresarios agroalimentarios, gran distribución, restauración, etc.

La entidad es propietaria y organizadora única del evento 2026. Siendo responsable de la gestión con carácter de exclusividad tanto del espacio de suelo, como del contenido de sus programas de ponencias, de los servicios feriales y de la comercialización de todos los espacios y soportes publicitarios tanto presenciales como virtuales de dicho evento que se celebra en Sevilla con carácter anual.

Dicha circunstancia se acredita por parte de la citada empresa mediante certificación – declaración responsable que queda incorporada como Anexo 3 a este expediente como documento adicional no firmable.

6. TIPO DE CONTRATO.

☒ **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.**

☐ Tramitación de **urgente.**

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 "intuito personae", en el que la concurrencia resultaría, si no en todos los casos, al menos, en muchos de ellos, incompatible con la naturaleza y objeto del contrato».

8. DIVISIÓN EN LOTES DEL OBJETO DEL CONTRATO.

☒ **NO**

Justificación de motivos válidos para la no división en lotes:

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

9. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución se extenderá desde la fecha de formalización del contrato hasta el próximo 11 de diciembre de 2026, no existiendo posibilidad de prórroga.

Plazos parciales:

1. Prestaciones objeto de contrato:
   a) Desde la firma del contrato hasta el 22 de noviembre de 2026, con la celebración de la 36 edición de SICAB 2026 y ejecutados los trabajos de conformidad.
2. Presentación de la memoria final: desde la finalización del evento hasta el 11 de diciembre de 2026.

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

El presupuesto base de licitación es de **TRES CIENTOS MIL EUROS (300.000,00 €) 21% IVA INCLUIDO.**

Actividad	Importe
1.- Patrocinio del espacio Gusto del Sur	**110.500,00 €**
A) Diseño y producción del espacio	**84.000,00 €**
1.1 Producción, montaje y desmontaje del stand	55.000,00 €
1.2 Diseño de espacio para show cooking y presentaciones	8.000,00 €
1.3 Mobiliario y decoración	18.000,00 €
1.4 Personal: azafatos/a y coordinador de actividades	3.000,00 €
B) Programa de actividades	**26.500,00 €**
1.5 Diseño de 6/8 actividades diarias	4.500,00 €
1.6 Producción de las 6/8 actividades diarias	13.000,00 €
1.7 Difusión en radio, RR.SS oficiales	2.500,00 €
1.8 Cocineros, presentador	6.500,00 €
2.- Patrocinio de la cena de gala de SICAB	**15.500,00 €**
2.1 Producción 6 propuestas gastronómicas	8.000,00 €
2.2 Producción del mobiliario y alquiler de menaje	3.000,00 €
2.3 Presencia en la minuta de la cena de gala	2.000,00 €
2.4 Difusión en RR.SS. Oficiales	2.500,00 €
3. Patrocinio exclusivo de los encuentros ganaderos "Círculo Gusto del Sur"	**3.550,00 €**
3.1 Organización agenda	750,00 €
3.2 Alquiler de menaje	650,00 €
3.3 Producción desayunos	1.000,00 €

3.4 Personalización del espacio	1.150,00 €
3.5 Cocineros y personal auxiliar	0,00 €
4.- Contraprestaciones (incluye las generales y las particulares)	**80.563,46 €**
4.1 Producción de los materiales impresos	25.000,00 €
4.2 Promoción del patrocinio en banderolas, prensa y radio	15.000,00 €
4.3 Final de la Copa ANCCE de doma clásica	15.000,00 €
4.4 Presencia institucional en la inauguración y cena de gala	1.500,00 €
4.5 Elaboración del estudio de patrocinio	2.500,00 €
4.5 Entrevista en radio y sicab.tv y difusión en RR.SS y streaming	2.000,00 €
4.7 Alquiler de audiovisuales para proyección de spot publicitario	3.500,00 €
4.8 Banner en sicab.org y aplicación de concursos	10.000,00 €
4.9 Palco en stand ANCCE	3.900,00 €
4.10 Material promocional y merchandising personalizado	2.163,46 €
TOTAL COSTES DIRECTOS	**210.113,46 €**
TOTAL COSTES INDIRECTOS	**21.011,35 €**
Gastos generales de estructura (suministros, materias primas, arrendamientos, gastos de administración, etc)	21.011,35€
Beneficio industrial estimado 8%	**16.809,08 €**
TOTAL BASE IMPONIBLE	**247.933,88 €**
IVA 21%	**52.066,12 €**
TOTAL PRESUPUESTO	**300.000,00 €**

1. Patrocinio exclusivo de un espacio espacio gastronómico stand "Gusto del Sur" en la zona expositiva, (64 m^2) y de toda la Programación del mismo: Esta partida supone un 52,59% de los costes directos.

El patrocinio exclusivo de este espacio incluirá el diseño y dotación del **s**tand así como de los equipos técnicos y del personal necesario para el desarrollo de sus actividades. Su programación contendrá un mínimo 6/8 actividades experienciales culinarias al día, repartidas en mañana y tarde, 5 a 3, cada uno de los días del evento (de martes a sábado) y de 5 actividades sólo de mañana el domingo; (cocina en directo, catas, degustaciones y /o presentaciones).

La programación será diseñada y coordinada por una persona responsable de la planificación y dirección de las actividades, quien supervisará asimismo su correcta ejecución y coordinará los recursos humanos y materiales necesarios para su desarrollo, incluyendo **equipos, menaje, electrodomésticos, utensilios de cocina, necesidades de frío y materias primas necesarias para la elaboración de los platos y/o degustaciones**, así como cualquier otro elemento necesario para la ejecución de la programación.

2- Patrocinio Cena de Gala en el Sicab : Supone el 7,38% de los costes directos.

El patrocinio de este espacio es clave para asociar los productos andaluces con la alta cocina sostenible. En esta cena, chefs de renombre elaborarán menús exclusivos utilizando productos andaluces acogidos

a la marca, mostrando su calidad y potencial en platos innovadores. Esta acción no solo pone en valor los productos, sino que también ofrece a las empresas andaluzas una oportunidad única de visibilidad entre los asistentes al congreso, incluidos compradores, críticos gastronómicos y medios especializados, reforzando la conexión entre la agroindustria andaluza y la excelencia culinaria.

3-Patrocinio exclusivo de los encuentro ganaderos "Círculo Gusto del Sur": Supone el 1,68% de los costes directos.

El patrocinio exclusivo de este espacio ofrece la oportunidad de acercar la marca Gusto del sur y los productos agroalimentarios andaluces a perfiles profesionales vinculados a los sectores de la hostelería, la restauración y la distribución agroalimentaria.

4. Contraprestaciones : Esta partida ocupa el 38,34% de los costes directos.

Este patrocinio asocia a las empresas andaluzas con los valores de innovación, sostenibilidad y compromiso con el bienestar de las personas, reforzando su posición en el mercado y su reconocimiento como actores clave en la alimentación saludable.

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 como referente internacional para la ciudad de Sevilla, antes referidos en la presente Memoria Justificativa y a la importancia para el sector de su participación en 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.

La determinación del presupuesto base de licitación se ha realizado a partir de las tarifas que la REAL ASOCIACIÓN NACIONAL DE CRIADORES DE CABALLOS DE PURA RAZA ESPAÑOLA, con C.I.F. nº G41071960 ha facilitado al Servicio proponente en virtud del derecho de exclusiva que tiene sobre la organización y promoción de SICAB 2026.

Aún tratándose de un modelo de evento explorado desde 2023 hasta el momento, como queda recogido en la presente memoria, los resultados de asistencia y de impacto global en medios y Redes Sociales que la organización ofrece con respecto a la edición anterior (consultar Anexos 2 y 3), su ámbito internacional, el marcado carácter diferencial del público destinatario así como cuestiones directamente relacionadas con su responsabilidad social, como visibilizar el deporte, promover la sostenibilidad y, en general, un estilo de vida saludable, acorde con nuestra Dieta Mediterránea, distingue a SICAB dentro del amplio espectro de eventos promocionales y deportivos que pueden desarrollarse en Andalucía a lo largo del año. Presentándolo por tanto como una acción estratégica para continuar apoyando tanto el lanzamiento de la nueva marca de calidad "Gusto del Sur", como para reforzar el prestigio e imagen nuestro sector agroalimentario y pesquero. En consecuencia la posición de los productos andaluces en

el mundo. Todo lo anterior hace considerar su presupuesto como ajustado a los precios de mercado habituales para este tipo de acciones promocionales.

En línea con el párrafo anterior cabe mencionar que, en atención a las recomendaciones que recoge el Informe de Fiscalización de la actividad publicitaria y de promoción de la Junta de Andalucía, aprobado el 13 de marzo de 2014 por el Pleno de la Cámara de Cuentas de Andalucía (BOJA de 15 de mayo de 2014), entre las que se indica particularmente que *"154. Sería oportuno que en los expedientes de los contratos analizados constase documentación acreditativa que valore las prestaciones que debe realizar el patrocinado e incluyese información que permita comparar el coste del patrocinio con el coste de contratar a través de cualquiera de las otras fórmulas de contratación previstas en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. (§85,108,122,127) ……"* se han aportado al expediente de contratación del que es objeto esta memoria, documentos que respaldan los datos de impacto en medios que se han tenido en consideración a la hora de valorar la adecuación del presupuesto base de licitación a los precios de mercado habituales para este tipo de acciones. En concreto el Informe de Impacto elaborado por la consultora Camaleonic Analitics y facilitado por la Organización (**Anexo 2**), a través del cual se han obtenido los datos de impacto en medios.

Según se recoge en citado informe se basa en las siguientes variables del análisis:

- Nº de referencias: recuento de apariciones del evento/compañía/marca en las noticias analizadas
- Impactos de audiencia: acumulado del número de personas que han tenido oportunidad de leer, visualizar o escuchar la información analizada en cada fuente o publicación
- Valoración económica: estimación en euros del espacio dedicado por los medios en cada evento, entidad o marca.

Asimismo, debemos tener en consideración que la valoración económica total del evento para 2025 (Internet, prensa, radio y Tv) que se señala en el Informe de Medios (**Anexo 2**) así como la previsión de la misma para la edición 2026 **(Anexo 1)** (se mantiene entorno a los 6M€) según dossier comercial elaborado por la organizadora y recogido en el Anexo 1 de la presente memoria, siguen siendo muy superiores al del valor estimado del patrocinio en esta edición.

De acuerdo con las previsiones para la edición de SICAB 2026, se estima alcanzar una cifra de 260.000 visitantes, así como la publicación de aproximadamente 3.100 noticias, que generarían 285 millones de impactos de audiencia. Asimismo, se prevé una valoración económica de 6 millones de euros correspondiente al espacio dedicado por los medios de comunicación. En cuanto a la difusión digital, se estima un alcance de 71 millones de personas a través de las redes sociales y un total de 320.000 visitas a SICAB TV, lo que pone de manifiesto la capacidad de proyección y repercusión mediática del evento.

El motivo de optar por la fórmula del patrocinio frente al contrato publicitario y de difusión tradicional es que, a diferencia de este, el patrocinio de SICAB2026 nos permite conectar con el público objetivo (*Ganaderos del sector, profesionales y amantes del mundo ecuestre y en especial del caballo Pura Raza Española de dentro y fuera de España, autoridades, periodistas de medios de comunicación*

generales y especializados, empresarios agroalimentarios, gran distribución, restauración, etc...), a través de las actividades patrocinadas, generando un vínculo emocional, altamente experiencial y generador de confianza así como unas prestaciones y feed back, que no se 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.

Conforme a lo mencionado en el párrafo anterior, volvemos a hacer referencia a las conclusiones y recomendaciones que recoge el Informe de Fiscalización de la actividad publicitaria y de promoción de la Junta de Andalucía, aprobado el 13 de marzo de 2014 por el Pleno de la Cámara de Cuentas de Andalucía (BOJA de 15 de mayo de 2014), entre las que se indica particularmente que *"154. ……. Deberían realizar estudios comparativos de los precios obtenidos a través del patrocinio y las tarifas y descuentos que se podrían conseguir mediante los contratos de publicidad o de difusión publicitaria.*" La inversión prevista para participar en SICAB, no puede compararse de ninguna manera en el impacto que tendría invertir una campaña publicitaria por el mismo importe, ya que el fin de esa campaña podría ser el de generar una marca, que es soló uno de los objetivos de la acción, pero la reunión de más de cerca de 260.000 personas (únicamente en la vertiente presencial del evento) con perfiles como los ya indicados, y las oportunidades comerciales y de internacionalización que de ello se derivan para las empresas agroalimentarias andaluzas.Así como para el conocimiento de la marca en un segmento de público al cual es difícil llegar a través de la publicidad Mass Media o mono canal, es completamente distinto. 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.

11. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO :

El valor estimado del contrato asciende a DOSCIENTOS CUARENTA Y SIETE MIL NOVECIENTOS TREINTA Y TRES EUROS CON OCHENTA Y OCHO CÉNTIMOS DE EURO (247.933,88 €), 21% IVA NO INCLUIDO.

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

12. REVISIÓN DE PRECIOS.

☒ **NO**

13. RÉGIMEN DE ABONO DEL PRECIO.

Pago único: 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	300.000,00

15. PUBLICIDAD.

No procede.

16. PROPUESTA DE CRITERIOS DE SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA :

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, TRESCIENTOS SETENTA Y UN MIL, NOVECIENTOS EUROS CON OCHENTA Y DOS CÉNTIMOS DE EURO (371.900,82 EUROS) (21% IVA EXCLUIDO).

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

2. Patrimonio neto, según el balance correspondiente al último ejercicio económico de las cuentas anuales aprobadas deberá superar el 20 por 100 del valor estimado del contrato, esto es: CUARENTA Y NUEVE MIL QUINIENTOS OCHENTA Y SEIS EUROS CON SETENTA Y OCHO CÉNTIMOS (49.586,78 EUROS) (21% IVA EXCLUIDO).

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

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

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

17. PROPUESTA DE CRITERIOS DE SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL

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 del personal técnico que servirá para dar cobertura al correcto desarrollo de las prestaciones contratadas, en particular:

- Disponibilidad de personal técnico cualificado para el manejo de los medios audiovisuales y de la plataforma tecnológica que se utilizarán para el desarrollo de los contenidos de la programación del evento.
    - 1 Jefe de Proyecto con categoría profesional Ingeniero Informático
    - 1 Técnico de mantenimiento y control audiovisual para la atención de la correcta emisión de spot de la marca en las pantalla de las salas/espacios donde se desarrollen las citadas actividades.
    - 1 Técnico especialista multimedia para la atención de la correcta emisión de los contenidos en streaming.

Atendiendo a la naturaleza del contrato y teniendo en cuenta que las prestaciones de carácter audiovisual por parte de la adjudicataria, implican un porcentaje muy considerable del éxito de impacto y alcance de la acción, se considera necesario demandar una especialización y experiencia adecuadas que garanticen la correcta ejecución del contrato. De ahí que se consideren justificados los anteriores criterios.

18. PROPUESTA DE CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN

☒ **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 demostraciones gastronómicas y demás actividades en las que se realice cocina en vivo en las que estará presente la Consejería a través de la marca “Gusto del Sur”, para su posterior reciclaje a través de la instalación de contenedores selectivos perfectamente señalizados y visibles. El objetivo de esta condición de ejecución es fomentar la sostenibilidad en

el empleo de recursos, valor que defiende la marca “Gusto del Sur”. Para acreditar el cumplimiento de esta condición de ejecución, la empresa adjudicataria deberá incluir en la memoria final confirmación de haber realizado estos procedimientos. 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. La garantía definitiva se podrá constituir mediante retención en el precio, mediante retención en los documentos contables de pago de la única o varias facturas que se presenten, hasta alcanzar el importe total de la garantía. La persona contratista deberá aportar solicitud para que se le retenga del pago dicha garantía.

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

21. PROPUESTA DE CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

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 articulo 26 del Decreto Ley 3/21, de 16 de febrero, en el que se de 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:

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

siendo,

Max= Puntuación máxima de la proposición económica

OMB= Oferta económica Más Baja (en euros)

Of= Oferta económica de la empresa (en euros)

22. UMBRAL MÍNIMO PARA CONTINUAR CON EL PROCESO SELECTIVO.

☒ **NO**

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

☒ **SI**

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

24. SUBCONTRATACIÓN. No procede.

25. PENALIDADES.

☒ **SI**

- Penalidades por cumplimiento defectuoso:

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

1) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la presencia de una marca distinta de la marca "Gusto del Sur" (en adelante la marca), con cartelería e imágenes en el espacio patrocinado en su calidad de patrocinador exclusivo del mismo.

2) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO Emisión de spot publicitario (1 min) antes, durante y después el desarrollo de las actividades y mención por parte del conductor, así como presencia de la misma en el vídeo que se pudiera editar de ésta.

3) **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.sicab.org/ , que hagan referencia a las actividades patrocinadas en Stand Gusto del Sur.

4) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO publicación de contenidos en las Redes Sociales de SICAB, con mención a la marca a través del hahstag #GustodelSur. Así como mención a la Consejería y a la Agencia a través de sus respectivos usuarios.

5) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en la minuta de la Cena de Gala SICAB 2026 y/o en los delantales del personal que apoyen el desarrollo de la actividad.

6) **2,5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en las chaquetillas y/o delantales de los chef y/o personal de sala que participen de las actividades patrocinadas en el espacio Gusto del Sur.

7) **2,5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en las mantas de los caballos participantes de la Copa patrocinada.

8) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia y mención de la marca en notas de prensa de inicio y balance de participación a la finalización del evento.

9) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO incorporación de página publicitaria en la revista "El Caballo Español".

10) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en el espacio tematizado dedicado a los encuentros ganaderos.

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

Si la empresa adjudicataria incurriese en 4 o más incumplimientos de los anteriomente 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 20%, 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.

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, Dª 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):

- M.ª Teresa García Lorente. Técnico del Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible.

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