

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 34 EDICIÓN DE LA WORLD CONFERENCE IFAMA 2024, A CELEBRAR EN ALMERÍA.

La presente memoria justificativa sustituye a la firmada con fecha 10 de mayo de 2024, tras incorporar las consideraciones jurídicas del INFORME AJ-GAPA 2024/46 P, emitido por el Gabinete Jurídico de la Agencia, en relación con el Pliego de cláusulas administrativas particulares 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 34 EDICIÓN DE LA WORLD CONFERENCE IFAMA 2024, A CELEBRAR EN ALMERÍA.” (CONTR 2024 475451).

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 34 edición de la World Conference IFAMA, que se celebrará en Almería del 17 al 20 de junio de 2024.

2. CÓDIGO GEXAP.

CONTR 2024 475451

3. CÓDIGO CPV.

- 79950000-8 Servicios de organización de exposiciones, ferias y congresos

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:

- Leopoldo Gómez de Lara Caro. Jefe del Departamento de Calidad Agroalimentaria , Gastronomía y Producción Sostenible.
- Beatriz Ruíz Calderón. Técnica 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.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 1 / 19
VERIFICACIÓN	NjyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 21 de diciembre de 2020, del Consejo de Gobierno aprueba el C.P.G. de AGAPA para el período 2021-2024. De las funciones y competencias generales que se relacionan en el apartado 1.2 del citado C.P.G, se funden con el objeto del contrato al que hace referencia la presente memoria las establecidas en el apartado d) del artículo 7 de los Estatutos de AGAPA:

(d) En materia de promoción y comunicación:

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

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

Por otra parte, el C.P.G. establece en su apartado 3, los Objetivos Estratégicos (OE) y Operativos (OO) que deberán presidir y dar cobertura necesaria a la gestión de AGAPA durante los próximos años. Entre ellos, está el *Objetivo Estratégico 01-02 - Diseñar y desarrollar iniciativas propias innovadoras para contribuir a potenciar la competitividad y sostenibilidad de la actividad agraria y pesquera y su industria asociada, un desarrollo territorial.* *Objetivo Operativo 01-02.06 - Atender la necesidad de promoción, información y comunicación en el medio rural y agroalimentario.*

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 2024 incluye, en el marco del citado objetivo, dentro de la Actuación 24-01-02.06.01 - Promoción, comunicación y divulgación de contenidos informativos relacionados con el ámbito agrario y pesquero, el Proyecto Proyecto 24-01-02.06.01.334 - Acciones propias de promoción, información / comunicación, así como cualquier actividad relacionada con la divulgación de contenidos en el ámbito agrario, agroalimentario o pesquero. Proyecto del que es responsable la Subdirección de Promoción, Consultoría y Actuaciones SIG, a través del Servicio de Promoción, Calidad y Estrategia. Entre las acciones previstas, el citado Plan contempla la participación en la 34 edición de la World Conference IFAMA, que se celebrará en Almería del 17 al 20 de junio de 2024.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 2 / 19
VERIFICACIÓN	NJyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



La World Conference IFAMA, que se celebrará en Almería del 17 al 20 de junio de 2024 es un evento propiedad de la Asociación IFAMA (Asociación Internacional de Gestión de Alimentos y Agronegocios, <https://www.ifama.org/>) y organizado en cada institución por una institución colaboradora. En la edición de este año, la número 34, la institución responsable de su organización es ISAM International School Agricultural Management (Escuela Internacional de gestión Agrícola).

Como en sus ediciones anteriores, el contenido de este espacio de diálogo en torno a la seguridad alimentaria, a través de la innovación y la sostenibilidad, se estructurará en:

1. SYMPOSIUM: Un Simposio que proporciona la base intelectual y la credibilidad científica para los debates que seguirán durante el Foro Empresarial. Participarán académicos que compartirán nuevas investigaciones y casos prácticos de enseñanza con el sector agroalimentario; representantes de la Agroindustria, las ONGs y de la Administración, entre otros. Los autores que hayan presentado investigaciones novedosas y de calidad serán invitados a publicar sus trabajos en la International Food and Agribusiness Management Review, la revista insignia de IFAMA sobre gestión de la alimentación y los agronegocios. En esta ocasión, se presentarán más de 120 trabajos de investigación, estudios de casos y sesiones a cargo de profesionales de más de 50 países.»

2. CASE STUDY COMPETITION: Un Concurso Mundial de casos para estudiantes, que IFAMA organiza anualmente, el único de su clase centrado exclusivamente en la agroindustria, que tendrá lugar del 17 al 20 de junio. Esta competición requiere que los equipos resuelvan un caso complejo en cuatro horas. Consistirá en el desarrollo de una solución creativa y práctica y en la elaboración de una presentación que comunique su perspectiva, análisis y recomendaciones ante un panel de jueces.

3. BUSINESS FORUM: Un Foro Empresarial o de Negocios, el evento culminante de todas las conferencias de IFAMA, que se celebrará a lo largo de dos días (19 y 20 de junio). Incluye debates sobre temas candentes a cargo de ponentes de alto nivel del sector, mesas redondas, talleres orientados a la acción, exposiciones innovadoras y redes intersectoriales. Es el punto de encuentro y lugar excepcional en el que se reúnen los principales líderes de opinión para intercambiar ideas y compartir soluciones vitales.

La presencia de Andalucía en eventos regionales, nacionales, europeos e internacionales, vinculados a la formación e información del sector agroalimentario, es un instrumento de valor para mejorar el modelo de negocio de las empresas andaluzas y 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, las convierte en protagonistas de estas acciones y pone de manifiesto su estrecha simbiosis con la Innovación y competitividad del sector agroalimentario andaluz y, por ende, con la riqueza y el empleo de nuestra Comunidad Autónoma. De ahí la importancia estratégica de eventos como la World Conference IFAMA, que se celebrará en junio en Almería, con el lema “Seguridad alimentaria a través de la innovación y la sostenibilidad”, orientado hacia la evolución y transformación del sector agroalimentario, combinando innovación, ciencia y tecnología. Se trata además de un evento lleno de ideas a la vanguardia, en uno de los mayores “hub agrícolas” del mundo: Almería (España).

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 3 / 19
VERIFICACIÓN	NJyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



La temática de la edición de este año pone el foco en aspectos como la competitividad económica para la cual es clave la comercialización de innovación sostenible y resiliente al clima, desde la granja hasta la mesa, siempre en línea con los criterios ESG (referidos a los factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo que se tienen en cuenta a la hora de invertir en una empresa); la sostenibilidad del sector agroalimentario, para cuya implementación es clave el marco regulador que presta la legislación, clave para la promoción y aplicación de prácticas sostenibles en la agricultura, o el impacto social derivado del incremento de la población mundial que nos lleva a plantearnos cómo equilibrar la cada vez mayor demanda de alimentos saludables y nutrición con la disminución de los recursos planetarios derivada de dicho contexto de superpoblación y sobreexplotación.

Se trata, por tanto, de una Plataforma de reflexión social, laboratorio de experimentación y espacio de comunicación transversal, en el que los profesionales de la agroindustria, y de sectores vinculados a ella, que ejercen como prescriptores de sus productos, interactúan 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 (Dieta Mediterránea), entre otras.

Como rasgo diferencial de este evento cabe destacar su concurso global de casos para estudiantes (Case Study Competition), centrado exclusivamente en la agroindustria. Una efectiva fórmula para poner en valor las nuevas generaciones de líderes empresariales en el sector agrícola, brindando un escenario global y, por tanto de máxima proyección internacional, desde el cual estimular la competencia entre los equipos y sus universidades, premiando las propuestas más innovadoras y creativas.

El éxito de su edición anterior, celebrada en Nueva Zelanda, en cuanto a participación, alcance e impacto mediático, lo avalan las siguientes cifras recogidas en el **Anexo 1** a la presente memoria:

PARTICIPACIÓN EN IFAMA 2022 E IFAMA 2023

ASISTENTES CONFERENCIA IFAMA 2022 (COSTA RICA)	ASISTENTES CONFERENCIA IFAMA 2023 (NUEVA ZELANDA)
<ul style="list-style-type: none">• 408<ul style="list-style-type: none">○ 282 asistentes regionales LAT AM (Centro y Sudamérica).○ 126 asistentes internacionales	<ul style="list-style-type: none">• 778<ul style="list-style-type: none">○ 524 asistentes regionales (Nueva Zelanda, Australia, Islas del Pacífico Sur).○ 254 asistentes internacionales

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 4 / 19
VERIFICACIÓN	NJyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



IMPACTO EN MEDIOS Y RRSS DE IFAMA 2022 y 2023

	YOUTUBE	LINKEDIN	X	MEDIOS DIGITALES
IFAMA 2022	12 subidas 7.004 visualizaciones	132 publicaciones Conferencias 2.800 seguidores	41 publicaciones 991 seguidores	8 publicaciones en 3 cabeceras
IFAMA 2023	8 subidas 1.730 visualizaciones	61 publicaciones Conferencias 2.800 seguidores	62 publicaciones 991 seguidores	29 publicaciones en 17 cabeceras

En su planteamiento de participación, además de los datos referidos al alcance e impacto de sus anteriores ediciones, también se ha tenido en consideración la previsión sobre el impacto que tendrá el desarrollo de la World Conference IFAMA 2024 (**Anexo 2**), en términos de participación y asistencia de público. Así, se han calculado unas estimaciones de media, partiendo de las estadísticas de eventos parecidos del sector agroalimentario celebrados en la provincia de Almería y en Andalucía, como Infoagro2023, Expolevante 2022, DataAgri 2022, Vestial 2023, Expoliva 2023 o Binómico 2023.

En el caso de los datos referidos a impacto mediático, se ha tomado también como referente la audiencia media de los medios de comunicación con los que se va a colaborar. Para el cálculo del impacto en RRSS lo que se ha tenido en cuenta ha sido la inversión publicitaria prevista, más las cifras de publicaciones orgánicas de las redes de la organizadora del evento, así como las de las instituciones que apoyarán este congreso (Junta de Andalucía, Diputación de Almería, Ayuntamiento de Almería, Ayuntamiento de El Ejido, Ayuntamiento de Roquetas de Mar, Ayuntamiento de Níjar,...), organizaciones profesionales (Coexphal, Aproa, Cooperativas Agroalimentarias de España, Fepex, Freshuelva, Faeca Granada, Cooperativas Agroalimetarias de Sevilla, Ecoespaña, ...) y, por supuesto, ponentes y participantes de renombre que ofrecerán contenidos en sus redes sociales. Por tanto y a la luz de todos los datos expuestos, nos encontramos ante una de las referencias en materia de agronegocios a nivel mundial, con el valor añadido de estar enfocado hacia uno de los sectores estratégicos de nuestra comunidad. Además, hay que tener en cuenta la importancia de poder contar con los mejores ponentes del ámbito nacional e internacional, asociando su marca personal, imagen y trabajo profesional a la World Conference IFAMA 2024:

ESTIMACIÓN DE PARTICIPACIÓN E IMPACTO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

- + 500 asistentes al evento
- 5 millones de audiencia en medios de comunicación
- 1,2 millones de impacto en entornos digitales y RRSS

Con la celebración de esta Conferencia, Andalucía se convertirá de nuevo en un punto de encuentro clave para profesionales, expertos y líderes de la industria alimentaria, y se posicionará como el escaparate internacional de la excelencia de nuestros alimentos, que ejemplifica el compromiso de nuestros

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 5 / 19
VERIFICACIÓN	NjyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



productores y agroindustria con la calidad y la sostenibilidad, en línea con el lema de la edición de este año, “Seguridad Alimentaria, a través de la Innovación y la Sostenibilidad”.

Por tanto, esta nueva edición de IFAMA se dirige a consolidar a Andalucía como centro neurálgico de la agroindustria española, poniendo de relieve la INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD de esta actividad económica.

IFAMA constituye, además, un excelente escaparate para reforzar la imagen en el exterior de nuestras producciones agroalimentarias y pesqueras y, por tanto, su competitividad.

Con esta acción concreta, por tanto, la Consejería apuesta por la celebración de esta Conferencia en nuestro territorio en la búsqueda de la mejora continua en la gestión y competitividad de las empresas agroalimentarias andaluzas a través del incremento del grado de formación e Información de las pymes de este sector. Para que éstas puedan a su vez, aumentar su volumen de negocios en el ámbito internacional, fortaleciendo así sus relaciones comerciales con empresas del extranjero, mejorando su competitividad, generando empleo de calidad y fortaleciendo la posición de los productos andaluces en el exterior.

El gran interés de la World Conference IFAMA como plataforma idónea para la mejora de los resultados económicos de nuestras empresas agroalimentarias (PYMES), favorecer su modernización, mediante la divulgación de nuevas técnicas o tecnologías y, por tanto, de su competitividad en los mercados, se halla en clara sintonía con las necesidades, las prioridades y los objetivos de la Consejería.

La participación en jornadas, talleres, seminarios, encuentros, y las exhibiciones/demostraciones y espacios expositivos en ferias o eventos relacionados con el sector agroalimentario, como es el caso de este evento, que incidan, especialmente, en la calidad, innovación, transformación y comercialización, a fin de mejorar la sostenibilidad y competitividad del sector agroalimentario, añadiendo valor a sus producciones, resultan de interés prioritario.

Conforme a todo lo expuesto, la presencia en ferias y congresos vinculados a la formación e información de los profesionales y empresas de nuestra agroindustria, como es el caso de la World Conference IFAMA, se perfila como una excelente oportunidad para generar nuevas oportunidades de negocio en el medio rural, que fomenten la innovación, la sostenibilidad del sector y la competitividad, estrechen la asociación entre productores y comercializadores y refuercen la simbiosis de muchos de nuestros productos agroalimentarios con otros sectores prescriptores de sus valores y cualidades.

Por todo lo expuesto, la Consejería valora participar en la 34 edición de la World Conference IFAMA 2024, de dimensión internacional y especializado en la industria agroalimentaria, a través de la fórmula de Patrocinio Institucional, al amparo del art. 22 de la Ley 34/1988 de 11 de noviembre General de Publicidad.

Una fórmula de participación que implica su participación bajo la categoría: “PARTNER ESTRATÉGICO”.

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.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 6 / 19
VERIFICACIÓN	NjyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Ficha técnica IFAMA 2024

Nombre	WORLD CONFERENCE IFAMA SPAIN 2024
Edición	34
Organiza	Organizado en exclusiva por la (INTERNATIONAL SCHOOL OF AGRI MANAGEMENT (ISAM), con C.I.F. núm.B04896452
Carácter	Profesional internacional
Periodicidad	Anual
Modalidad	Formato híbrido: presencial y on line
Lugar	Simposio Académico: El Ejido, Almería (17 y 18 de junio) .Foro Global de Negocios y Concurso de casos estudiantiles: Almería (19 Y 20 de junio)
Sectores	Sector académico y empresarial del negocio agroalimentario y pesquero
Perfil del visitante	Profesionales del ámbito educativo (Agronegocios); Profesionales de la comercialización agroalimentaria (vegetales frescos y transformados); Productores; Organizaciones profesionales; Instituciones; Medios de comunicación; Público General con interés en agricultura.

La entidad International School of Agri Management (ISAM), con C.I.F. núm.B04896452 y domicilio social en la Avda. Montserrat.Plaza Carlos Cano, nº 5, 1B, 04006 Almería, es el principal responsable de la organización y ejecución del evento WORLD CONFERENCE IFAMA 2024 según contrato firmado de fecha 1 de diciembre de 2023 con la entidad IFAMA (INTERNATIONAL FOODAND AGRIBUSINESS MANAGEMENT ASSOCIATION). En virtud de este acuerdo formalizado entre ambas, ISAM tiene encomendada la gestión, con carácter de exclusividad, tanto del contenido de su programación, como de la comercialización, explotación y/o contratación de todos los espacios y soportes publicitarios tanto presenciales como virtuales. Dicha circunstancia se acredita por parte de la citada empresa mediante certificación – declaración responsable, de fecha 29 de abril de 2024, que queda incorporada como documento adicional no firmable **Anexo 3** al expediente de contratación del que es objeto esta Memoria.

6. TIPO DE CONTRATO.

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

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.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 7 / 19
VERIFICACIÓN	NJyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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

Contratos privados

7. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN y justificación expresa de la elección del procedimiento, cuando se utiliza un procedimiento distinto del abierto o del restringido.

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

Negociado sin Publicidad.

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 "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».

En cuanto al procedimiento de tramitación "urgente" se acude al mismo de conformidad con lo establecido en el artículo 119 de la LCSP, "podrá ser objeto de tramitación urgente los expedientes correspondientes a los contratos cuya celebración responda a una necesidad inaplazable o cuya adjudicación sea preciso acelerar por razones de interés público".

La agroindustria es un sector de primera magnitud en la economía andaluza, sin embargo, aún existe un altísimo porcentaje de pymes y microempresas que deben replantear su estrategia de competitividad, ampliando su base de clientes y productos para poder concurrir fuera de nuestras fronteras.

Uno de los obstáculos clave que se pueden encontrar las pymes agroalimentarias es la dificultad para identificar potenciales mercados, innovaciones, nuevos usos de los productos, socios y oportunidades de negocios, nacionales e internacionales, nuevas fórmulas de financiación,... A pesar de los avances y nuevas tecnologías, se hace necesario reforzar el apoyo a las empresas de nuestra agroindustria, a través de acciones de formación e información en eventos específicos dirigidos a generar nuevas oportunidades de negocio, informar de las innovaciones del sector e impulsar las relaciones comerciales, tanto nacionales como internacionales.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 8 / 19
VERIFICACIÓN	NJyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Es importante destacar el interés cada vez mayor de las empresas agroalimentarias y pesqueras (PYMES) por asistir y participar bajo el paraguas de la Junta de Andalucía en estos eventos con marcado carácter congresual, mediante actividades divulgativas, informativas y de transferencia del conocimiento, como demostraciones, etc, con las que reforzar los valores y la calidad de sus producciones así como su competitividad, sostenibilidad y posicionamiento en los mercados. Cualidades todas ellas que repercuten positivamente en el modelo de negocio de las empresas de nuestra agroindustria.

Es por ello, que la asistencia de las empresas andaluzas a eventos como la World Conference IFAMA y el acompañamiento por parte de las Instituciones Públicas merece una atención especial para su desarrollo económico y, por ende, para el de Andalucía.

Como se ha indicado en párrafos anteriores, la participación de la Consejería en uno de los eventos profesionales más reconocidos a nivel internacional en el ámbito de agronegocios, la World Conference IFAMA, es una acción que debe considerarse de interés público, al constituirse como herramienta de apoyo para incrementar el grado de modernización, e innovación de las empresas agroalimentarias andaluzas y mejorar la comercialización de sus producciones en el mercado nacional e internacional, mejorando su posición en la cadena agroalimentaria, ayudándolas a superar las barreras a las que se enfrentan en la actualidad para comercializar en el exterior, fortaleciendo, de esta forma, la posición de los productos agroalimentarios andaluces en el mercado y mejorando, por tanto, la competitividad de sus empresas, y la economía y empleo de su territorio.

Por otra parte, las consecuencias negativas que los diferentes sectores económicos vienen arrastrando por la crisis derivada del encarecimiento de los insumos (materia prima, combustible, etc.) debido a conflictos geopolíticos como la guerra en Ucrania, han acuciado la necesidad de reforzar el apoyo a las empresas de nuestra agroindustria, a través de acciones de promoción y participación en eventos específicos dirigidos a formar e informar a nuestro sector y generar nuevas oportunidades de negocio, impulsando las relaciones comerciales y la competitividad de sus empresas.

La probada trayectoria de esta conferencia internacional, un referente mundial dentro de su sector, que representa una propuesta transformadora e innovadora, avala su capacidad para reunir, de una parte, a los profesionales más selectos del ámbito educativo (Agronegocios) y, de otra, a un importante elenco de profesionales de la comercialización agroalimentaria (vegetales frescos y transformados), productores, Organizaciones profesionales, etc. en el ámbito nacional e internacional, lo cual acrecienta su interés como acción de valor estratégico para el impulso y la promoción de nuestra agroindustria.

Si a todo lo anterior, sumamos la dinamización económica que su flujo de visitantes, académicos y profesionales de todo el mundo, enfocados hacia el sector de los agronegocios, supondrá para Andalucía en general, y para la provincia de Almería en particular, justifica, sin duda, que esta acción se constituya como escenario de interés público.

Resaltar también que, por parte de la empresa organizadora, se han dilatado excesivamente los tiempos de respuesta para la concreción de información relativa a los contenidos propuestos para ser patrocinados, lo

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 9 / 19
VERIFICACIÓN	NjyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



que ha demorado más de lo provisto por este servicio proponente el inicio de la tramitación del expediente de contratación. En estas condiciones, habida cuenta del interés público, a fin de garantizar la participación en el evento objeto de patrocinio, se opta por proponer que su tramitación se realice con carácter de urgencia.

8. DIVISIÓN EN LOTES DEL OBJETO DEL CONTRATO.

NO

Justificación de motivos válidos para la no división en lotes:

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

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

El plazo de ejecución se extenderá desde la fecha de formalización del contrato hasta el próximo 19 de julio de 2024, no existiendo posibilidad de prórroga.

Plazos parciales:

1. Prestaciones objeto de contrato: desde la firma del contrato hasta la finalización del evento y ejecutados los trabajos de conformidad.
2. Presentación de la memoria final: desde la finalización del evento hasta el 19 de julio de 2024.

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 **OCHENTA MIL EUROS (80.000,00 €) 21% IVA INCLUIDO.**

CONCEPTOS PATROCINIO INSTITUCIONAL	BASE IMPONIBLE (euros)
Patrocinio Categoría "PARTNER ESTRATÉGICO"	
Exposición de marca en soportes: <ul style="list-style-type: none">• <u>Materiales promocionales:</u> Logotipo incluido en todos los materiales promocionales de la conferencia, publicaciones impresas, electrónicas, redes sociales, y correos electrónicos globales	3.576,00
Exposición de marca en soportes: <ul style="list-style-type: none">• <u>Soportes digitales:</u> App de la conferencia, incluyendo logotipo, stand virtual con enlaces a la organización y vídeo corporativo promocional.	7.921,00
<ul style="list-style-type: none">• <u>Soportes digitales:</u> E-book de la conferencia, incluyendo anuncio a página completa	1.601,00

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 10 / 19
VERIFICACIÓN	NjyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



<ul style="list-style-type: none"> • <u>Soportes digitales:</u> Web. Logotipo en los sitios Web de la Conferencia. 	2.786,00
<ul style="list-style-type: none"> • <u>Soportes digitales:</u> Web. Reconocimiento como “socio patrocinador” en sitio Web IFAMA 12 meses 	2.786,00
<ul style="list-style-type: none"> • <u>Soportes digitales:</u> Web. Logotipo presentado en banner rotatorio en página inicio Web IFAMA 	2.786,00
<ul style="list-style-type: none"> • <u>Soportes digitales:</u> Web. Vídeo corporativo en sitio Web IFAMA durante tres meses después de la conferencia. 	5.159,00
<p>Exposición de marca en sedes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sede Simposio: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Presencia de logotipo en todos los materiales promocionales: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pantallas ▪ Flyer ◦ Mención del patrocinio por parte de la Consejería al inicio de las ponencias/charlas bajo la fórmula: “Espacio patrocinado por X..” 	9.000,00
<p>Exposición de marca en sedes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sede del Business Forum: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Presencia de logotipo en todos los materiales promocionales: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pantallas ▪ Flyer ▪ Stand personalizado 3x3 dotado de mostrador y trasera en los que se incluirá imagen personalizada y logotipo institucional. Incluirá además mobiliario (mesa y dos sillas) e iluminación. ◦ Mención del patrocinio por parte de la Consejería al inicio de las ponencias/charlas bajo la fórmula: “Espacio patrocinado por X..” 	9.000,00
<p>Exposición de marca en sedes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sede Banquete presidencial: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Presencia de logotipo en todos los materiales promocionales 	1.750,00
<p>Participación activa en el Panel de Conferencias (al menos 1 conferencia)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Mención a la marca en los posts/contenidos colgados en la web del evento que hagan referencia a la conferencia en la que finalmente se participe. ◦ Publicación de contenidos sobre la participación institucional en la 	19.750,70



conferencia seleccionada en las redes sociales del Congreso, antes y/o durante el desarrollo de la actividad, con mención a la marca a través de los hahstags que determinen Consejería/Agencia. Así como mención a la Consejería y a la Agencia a través de sus respectivos usuarios.	
<ul style="list-style-type: none">○ Pack de bienvenida a congresistas:<ul style="list-style-type: none">■ Presencia de logotipo en: bolsa de congresistas; Flyer; Tríptico; Agenda○ 15 entradas para asistencia a la programación.	
TOTAL BASE IMPONIBLE (€)	66.115,70
IVA 21% (€)	13.884,30
TOTAL (€)	80.000,00

El presupuesto base de licitación ha sido obtenido a partir de las tarifas que la entidad organizadora del evento Congreso, International School of Agri Management (ISAM), con C.I.F. núm. B04896452 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.

Junto a lo anterior, la temática y formato novedosos de IFAMA lo distinguen dentro del amplio espectro de eventos promocionales profesionales y de gran formato, presentándolo, por tanto, como una acción estratégica para reforzar el apoyo al sector agroalimentario y pesquero, motor de desarrollo económico de nuestra Comunidad Autónoma. Este carácter inédito y diferencial unido a los resultados obtenidos en su edición 2023 (ver Anexo 1) respaldan las previsiones de participación e impacto en medios y RRSS, referidos en el apartado quinto de la presente memoria justificativa y en el Anexo 2, hacen considerar su presupuesto como ajustado a los precios de mercado habituales para este tipo de acciones.

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 y principales actores del sector de la agroindustria), 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 pueden 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, si bien son conocidas por este servicio proponente las conclusiones y recomendaciones que recoge el Informe de de Fiscalización de la actividad publicitaria y de

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 12 / 19
VERIFICACIÓN	NJyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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) 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 mantener y consolidar un evento como IFAMA 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 500 profesionales de todos los eslabones de la cadena agroalimentaria, y las oportunidades comerciales y de internacionalización que de ello se derivan para las empresas expositoras andaluzas, es algo completamente distinto.

De igual modo, esta inversión también impacta directamente en el territorio y en la provincia de Almería al beneficiarse directamente, y en 4 días concretos, de la visita de estos profesionales y del gasto que realizarán durante su estancia. Éste es el hecho diferencial por el cual no se ha considerado realizar una comparativa entre ambos tipos de contrato que nos permitiera valorar cuánto costaría alcanzar el número de impactos previstos mediante contratos publicitarios y de difusión, a fin de poder apreciar una cierta proporción entre el coste del patrocinio y el valor del retorno publicitario.

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

El valor estimado del contrato asciende a SESENTA Y SEIS MIL CIENTO QUINCE EUROS CON SETENTA CÉNTIMOS DE EURO (66.115,70 € IVA NO INCLUIDO), 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.

100% Autonómico (Junta de Andalucía)

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 13 / 19
VERIFICACIÓN	NjyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Ejerc Efec Caja	Posición Presupuestaria	Importe (€)
2024	1439012000.G/71X/22616/00.01	80.000,00

Número Expediente CONT 2024 121401047

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 el valor estimado del contrato, esto es SESENTA Y SEIS MIL CIENTO QUINCE EUROS CON SETENTA CÉNTIMOS DE EURO (66.115,70 €) (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: DIECISEIS MIL EUROS (16.000,00 EUROS) (21% IVA INCLUIDO).

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

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

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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 14 / 19
VERIFICACIÓN	NJyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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

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 SYMPOSIUM ubicado en el Auditorio del Ejido y BUSINESS FORUM ubicado en el Auditorio Maestro Padilla de Almería, que se utilizarán para dar visibilidad a la participación de 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 en los diferentes espacios.

Personal Técnico Espacio SYMPOSIUM - Auditorio de El Ejido

- 1 Operador de Sonido
- 1 Técnico Microfonista
- 2 Técnico de Iluminación
- 1 Fotógrafo
- 2 Operador de Cámara
- 1 Operador de video
- 1 Operador de edición

Personal Técnico Espacio BUSINESS FORUM. - Auditorio Maestro Padilla de Almería

- 1 Operador de Sonido
- 1 Microfonista
- 1 Técnico de Iluminación
- 1 Técnico de maquinaria escénica
- 1 Fotógrafo
- 1 Realizador
- 2 Operador de cámara

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, 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 Consejería. Para acreditar el cumplimiento de esta condición de ejecución, la empresa adjudicataria deberá incluir en la memoria final confirmación

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 15 / 19
VERIFICACIÓN	NJyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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.

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, a través de la 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 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 está perfectamente definida técnicamente y no es posible variar los plazos ni introducir modificaciones de ninguna clase en el contrato, siendo por consiguiente el precio el único factor determinante de la adjudicación.

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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 16 / 19
VERIFICACIÓN	NJyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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

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

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 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 NO presencia de la marca institucional de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía (en adelante la Consejería) en los materiales promocionales de la Conferencias.
- 2) **10 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca institucional de la Consejería en los soportes digitales de la Conferencia conforme a lo descrito en el apartado 4.1.1 del Pliego de Prescripciones Técnicas.
- 3) **4 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por el NO reconocimiento de la Consejería como socio patrocinador en el sitio Web de IFAMA (12 meses).
- 4) **4 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de vídeo corporativo o institucional de la Consejería en el sitio Web de IFAMA (3 meses después de conferencia).

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 17 / 19
VERIFICACIÓN	NJyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- 5) **10 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca institucional de la Consejería en los soportes ofrecidos en cada una de las sedes y/o mención del patrocinio conforme a lo descrito en el apartado 4.1.2 del Pliego de Prescripciones Técnicas.
- 6) **4 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca institucional de la Consejería en los materiales promocionales entregados en pack de bienvenida a congresistas.
- 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 que hagan referencia a la conferencia en la que finalmente participe la Consejería.
- 8) **5 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO publicación de contenidos sobre la participación institucional en la conferencia seleccionada en las redes sociales del evento, antes y/o durante el desarrollo de la actividad, con mención a la marca a través de los hashtags que determinen Consejería/Agencia. Así como mención a la Consejería y a la Agencia a través de sus respectivos usuarios.

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

Si la empresa adjudicataria incurriese en 4 o más incumplimientos de los anteriormente citados, el Órgano de Contratación podrá optar por la resolución del contrato a los efectos del artículo 211 f) LCSP.

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

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.

- **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.

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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 18 / 19
VERIFICACIÓN	NJyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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	GED017381 - PROYECTOS TÉCNICOS Y DE PROMOCIÓN

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

Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible

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):

- Leopoldo Gómez de Lara Caro. Jefe del Departamento de Calidad Agroalimentaria , Gastronomía y Producción Sostenible.
- Beatriz Ruíz Calderón. Técnica del Departamento de Calidad Agroalimentaria , Gastronomía y Producción Sostenible.

En Sevilla a Fecha de firma electrónica.

LA JEFA DE SERVICIO DEL SERVICIO DE PROMOCIÓN, CALIDAD Y ESTRATEGIA,

Fdo: Gemma Enríquez San Nicolás

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 12:06:49	PÁGINA: 19 / 19
VERIFICACIÓN	NJyGwpT5U8HJ3rt2hFK3A3mtdjFQ9M	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	