

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 IX EDICIÓN DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS, A CELEBRAR EN HUELVA DEL 19 AL 20 DE JUNIO DE 2024.

La presente memoria justificativa sustituye a la firmada con fecha 10 de mayo de 2024, tras incorporar las consideraciones jurídicas del INFORME AJ-GAPA 2024/48, 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 IX EDICIÓN DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS, A CELEBRAR EN HUELVA DEL 19 AL 20 DE JUNIO DE 2024.” (CONTR 2024 475485).

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 IX edición del Congreso Internacional de Frutos Rojos, que se celebrará en Huelva del 19 al 20 de junio de 2024.

2. CÓDIGO GEXAP.

CONTR 2024 475485

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.

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 15:18:42	PÁGINA: 1 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	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 OE 01-01 - Contribuir a la modernización del sector agrario y pesquero y de su tejido socio económico asociado, a través de la prestación de servicios innovadores, la digitalización, el conocimiento y el asesoramiento. Dentro del cual se contempla el OO 01-01.03 - Atender la necesidad de promoción, información y comunicación en el medio rural y agroalimentario, incluyendo el ámbito de la pesca.

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

El Objetivo Operativo antes citado comprende, por su naturaleza y concepción, aquellas iniciativas relacionadas con la promoción, la información y la comunicación. Así, el P.A.A. previsto para el ejercicio 2024 incluye, en el marco del citado objetivo, dentro de la actuación 24-01-01.03.01 - Asistencia técnica a la planificación, organización y participación en actividades de promoción, principalmente en materia agroalimentaria, el proyecto 24-01-01.03.01.248 - Asistencia técnica a las acciones de promoción de la industria agroalimentaria y otras actuaciones, excepto las relacionadas con la ecológica. Proyecto del que es responsable la Subdirección de Promoción, Consultoría y Actuaciones SIG, a través del Servicio de Calidad y Promoción Agroalimentaria y Pesquera, y que recogerá dentro del subproyecto 24-01-01.03.01.248.01, todas las tareas relacionadas con el Plan de la Dirección General de Industrias, Innovación y Cadena Agroalimentaria (en adelante DGIICA) en materia de Promoción Agroalimentaria para la anualidad

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 2 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



2024. Entre las acciones previstas, el citado Plan contempla la participación en la IX edición del CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS (en adelante el Congreso), que se celebrará en Huelva los próximos días 19 a 20 de junio de 2024.

La presencia de Andalucía en eventos regionales, nacionales, europeos e internacionales, vinculados a la formación e información del sector agroalimentario, a través de su marca “Gusto del Sur”, 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 que eventos como el Congreso Internacional de Frutos Rojos sean en realidad un punto de encuentro inigualable para el fomento de relaciones comerciales y de negociaciones encaminadas a la mejora de la competitividad y crecimiento del sector. Espacio donde coinciden productores, comercializadores, exportadoras de frutos rojos y empresas del sector, así como las que prestan sus servicios para el desarrollo de todas las áreas de actividad relacionadas con éste, tanto a nivel nacional como internacional. Un año más, todos estos actores acuden a Huelva que se consolida internacionalmente como epicentro del debate y del análisis del presente y el futuro de un sector eminentemente exportador, de unos berries, como la fresa, el arándano, la frambuesa o la mora que, además, destacan por sus cualidades saludables y por un potencial mercado internacional en crecimiento. La apuesta por la salud a través del consumo de frutos rojos será uno de los temas de esta convocatoria, junto a otras cuestiones que preocupan al sector, tales como el agua, la desinfección, la comercialización con nuevos mercados y el valor socio-económico de la actividad productiva.

El Congreso contará con un programa oficial, que se complementará con la participación de diferentes empresas en las conferencias técnicas que también tendrán lugar en la Casa Colón de Huelva capital, durante las dos jornadas del Congreso. Contará con 4 áreas de actividades:

1. Palacio de Congresos: En el interior de la Casa Colón , dónde se desarrollará el programa oficial de conferencias (con capacidad para 850 pax).
2. Espacio expositivo. Conformado por las Salas Tinto y Odiel, el Patio de las Bolas, los salones y jardines de la Casa Colón, y que se destinará a las empresas y expositores especializados en actividades, productos y servicios relacionados con el cultivo de frutos rojos.
3. Ponencias y presentaciones técnicas. A desarrollar en el Palacio de Congresos y la Sala A, ubicada en Pabellón de Poniente de la Casa Colón, espacios que acogerán los actos organizados por las empresas miembros de Freshuelva Partner que participen en el Congreso Internacional de Frutos Rojos como patrocinadores.
4. Encuentros empresariales. El Pabellón de Levante será el espacio que albergará las reuniones, encuentros y sesiones de intercambios empresariales.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 3 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



El éxito de sus anteriores 8 ediciones, en cuanto a participación, alcance e impacto mediático, lo avalan las siguientes cifras:

PARTICIPACIÓN EN EL CONGRESO INTERNACIONAL FRUTOS ROJOS 2023

VISITANTES PROFESIONALES	MARCAS EXPOSITORAS	MEDIA PARTNERS	ASOCIACIONES Y STAKEHOLDERS
1.600 *	70	14	23

*Esta cifra no contempla los visitantes no inscritos, entre los que se hallan ponentes y autoridades. Los datos referidos en la tabla, han sido extraídos de la memoria de resultados de la edición 2023 del Congreso **(Anexo 1)**

En la siguiente tabla se resumen los resultados de publicaciones en medios correspondientes a la edición 2023 y que se recogen pormenorizadamente en el **Anexo 2**, Clipping de Prensa.

APARICIONES EN MEDIOS DEL CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS 2023

PUBLICACIONES	MEDIOS (*) COLABORADORES
59 publicaciones en 20 cabeceras diferentes (entre digital y prensa escrita), de ámbito provincial, regional y nacional	19

El éxito de las ocho ediciones celebradas hasta ahora, tanto en número de participantes como de empresas del sector, ha llevado a la empresa organizadora de este Congreso, a reforzar su compromiso con la continuidad de este evento, consolidando su celebración con carácter anual y a Huelva como su sede permanente. En la edición de este año se estima una participación de más de 60 firmas expositoras y pequeños productores, y 1.300 visitantes profesionales inscritos.

Asimismo, se prevé que concurren 30 partners (colaboradores) empresariales, y en cuanto a repercusión mediática y económica, las cifras estimadas son 1.900 impactos en prensa, equivalentes a una inversión publicitaria de 3,5M€; 4.000 visitas a la web oficial del evento y un impacto económico para la provincia de Huelva de unos 2,5M€. (ver **Anexo 3_Dossier Congr Intern Frutos Rojos 2024**)

De este modo, Andalucía se convertirá de nuevo en un punto de encuentro clave para profesionales, expertos y líderes del sector agroalimentario en general, y de los berries de la Unión Europea en particular.

Esta nueva edición del Congreso se dirige, por tanto, a consolidar a Andalucía, y más concretamente a Huelva, como punto neurálgico para el impulso permanente de un sector clave para la economía andaluza, mediante el refuerzo de la formación e información de sus profesionales, en aras a mejorar la competitividad de su actividad económica.

Una competitividad que se ve favorecida por la contribución de este evento a una mayor proyección exterior de nuestras producciones de frutos rojos y, por tanto al refuerzo de su imagen fuera de nuestras fronteras. Todo ello mediante la difusión y promoción de sus valores más distintivos como el sabor, la

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 4 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



calidad y la sostenibilidad, representados por la marca “Gusto del Sur” para los productos agroalimentarios y pesqueros de Andalucía, cuyo uso queda regulado a través del Decreto 153/2023, de 27 de junio (BOJA 30 junio de 2023).

El Congreso constituye asimismo un excelente escaparate para el análisis continuo de factores determinantes para el desarrollo y avance del sector, comportamiento de los precios, rentabilidad, competencia de terceros y nuevos países productores, la elección de variedades,...etc. Así como para un estudio riguroso del nuevo marco socioeconómico que representa la producción de fresas, frambuesas, moras y arándanos, a nivel de ventas, exportaciones y rentabilidad.

Con esta acción concreta, por tanto, la Consejería busca 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 del Congreso internacional de Frutos Rojos como plataforma idónea para la mejora de los resultados económicos de nuestras empresas agroalimentarias y pesqueras (PYMES) favorecer su modernización mediante divulgación de nuevas técnicas y 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 Congreso, 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 la agroindustria, como es el caso del Congreso Internacional de Frutos Rojos, 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 IX edición de este evento de dimensión internacional y especializado en el sector de las berries, 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 “PATROCINADOR INSTITUCIONAL”.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 5 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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

Ficha técnica:

Nombre	IX CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS 2024
Organiza	Organizado en exclusiva por GESTO CONSULTORES EN COMUNICACIÓN SL, con CIF B21394184
Carácter	Profesional internacional
Periodicidad	Anual
Modalidad	Formato Presencial
Lugar	Casa Colón -Huelva(España)
Fecha	19-20 de junio de 2024.
Sectores	Sector de las berries de la UE(fresas, moras, frambuesas y arándanos...)
Perfil del visitante	Productores del sector berries y profesionales de la comercialización agroalimentaria del sector de frutos rojos frescos y transformados e industria derivada; organizaciones profesionales, comercializadoras y exportadores de frutos rojos de Andalucía, gran distribución, instituciones, medios de comunicación y otros profesionales del sector nacional e internacional.

La entidad FRESH HUELVA, con C.I.F. núm.G-21035324 y domicilio social en C/ Manuel Sánchez Rodríguez, 1 de Huelva, es propietaria única del evento CONGRESO INTERNACIONAL DE FRUTOS ROJOS. Como tal y en virtud de acuerdo formalizado con la entidad denominada GESTO CONSULTORES EN COMUNICACIÓN SL, con C.I.F. núm. B21394184 y domicilio C/ Alonso Sánchez, 11 1ª 21003 de Huelva, tiene encomendada a la gestión con carácter de exclusividad tanto del espacio de suelo, de los servicios feriales y de la comercialización de todos los espacios y soportes publicitarios tanto presenciales como virtuales de dicho evento, a celebrar en Huelva con carácter anual. Dicha circunstancia se acredita por parte de la citada empresa mediante certificación – declaración responsable, de fecha 9 de abril de 2024, que queda incorporada como documento adicional no firmable **Anexo 4** 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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 6 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 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 que se pueden encontrar las PYMES agroalimentarias que están inmersas en la mejora de su competitividad y apertura nuevos mercados, o que quieren abordarla próximamente, es la dificultad para identificar potenciales mercados, innovaciones, nuevos usos de los productos, socios y oportunidades de negocio, nacionales e internacionales, nuevas fórmulas de financiación, así como las modalidades de comercialización. A pesar de los avances y nuevas tecnologías, se hace necesario reforzar el apoyo a las

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 7 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



empresas de nuestra agroindustria, a través de acciones de formación e información en eventos específicos dirigidos a generar nuevas oportunidades de negocio, encaminadas a su crecimiento económico y a la mejora de su competitividad.

La presencia de Andalucía en eventos regionales, nacionales, europeos e internacionales vinculados con la promoción de los productos agroalimentarios es un instrumento de valor para la formación e información del sector, definiendo el modelo de negocio de las empresas andaluzas y mejorando su situación y visibilidad en los mercados.

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 el Congreso Internacional de Frutos Rojos 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 a través de la marca de calidad “Gusto del Sur” en el que está llamado a ser el evento profesional anual más influyente de sector agroalimentario del Sur de España, el Congreso Internacional de Frutos Rojos, es una acción que debe considerarse de interés público, al constituirse como herramienta de apoyo para incrementar la mejora de la comercialización nacional e internacional de las PYMES andaluzas del sector de las berries, así como 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 del Congreso Internacional de Frutos Rojos, un referente mundial dentro de su sector, que representa una propuesta transformadora e innovadora, avala su capacidad para reunir, de una parte, a lo más selecto del sector de las berries de la UE y, de otra, a un importante elenco de empresas de distribución y comercialización de estos productos, en el ámbito nacional e internacional, lo cual acrecienta su interés como acción de valor estratégico para el impulso y la promoción de los frutos rojos.

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 8 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Si a todo lo anterior, sumamos la dinamización económica que su flujo de visitantes y profesionales del sector supondrá para Andalucía en general, y para la provincia de Huelva en particular, refrenda sin duda el 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 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 **CUARENTA Y OCHO MIL CUATRO CIENTOS EUROS (48.400,00 €)** **21% IVA INCLUIDO.**

Conceptos Patrocinio	Importe (€uros)
Patrocinio Categoría: "PATROCINADOR INSTITUCIONAL:	
<u>Participación activa en el Panel de Conferencias (al menos 1 conferencia):</u> Intervención institucional	2.000,00
<u>Ubicación de marca en todos los soportes y espacios disponibles relacionados con la organización del Congreso, compartiendo línea visual con y otros patrocinadores institucionales:</u>	

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 9 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



<u>Presencia de la marca en soportes exclusivos 9º Congreso:</u>	14.000,00
• Catálogo y dossier oficial.	2.000,00
• Photocall Oficial	1.500,00
• Página Web	2.500,00
• Folleto Oficial	2.000,00
• Cartelería Oficial	1.500,00
• Materiales de difusión	1.500,00
• Publicidad off y on line	3.000,00
<u>Presencia de la marca en los espacios de celebración del 9º Congreso:</u>	14.000,00
• Photocall	1.500,00
• Espacios de señalización	2.000,00
• Paneles de trabajo,	1.500,00
• Escenarios (principal de ponencias, conferencias y presentaciones comerciales),	4.000,00
• Pantallas de seguimiento	5.000,00
<u>Presencia de la marca en los materiales de trabajo del 9º Congreso:</u>	7.000,00
• Acreditaciones.	2.500,00
• Carpetas.	2.500,00
• Cuadernos de trabajo	2.000,00
<u>Presencia de la marca en los materiales de difusión del 9º Congreso:</u>	3.000,00
• Notas de Prensa convocatorias y comunicados.	
TOTAL BASE IMPONIBLE (€)	40.000,00
IVA 21% (€)	8.400,00
TOTAL (€)	48.400,00

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 10 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



El presupuesto base de licitación ha sido obtenido a partir de las tarifas que la entidad GESTO CONSULTORES EN COMUNICACIÓN SL, con CIF B21394184, en virtud del derecho de exclusiva que tiene sobre la organización y comercialización de todos los espacios y soportes publicitarios de dicho evento, 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, cabe resaltar que el 9º Congreso Internacional de Frutos Rojos, se constituye como una acción estratégica para reforzar el apoyo al sector agroalimentario, motor de desarrollo económico de nuestra Comunidad Autónoma, al tratarse de un evento de referencia dentro de su sector. Si además tenemos en cuenta los resultados obtenidos en su edición 2023 (ver **Anexo 1**), con altísima presencia en medios tal como se puede observar en el Clipping de prensa (ver **Anexo 2**), podemos considerar que las previsiones de participación e impacto en medios y RRSS, referidos en el apartado quinto de la presente memoria justificativa y en el **Anexo 3**, están ampliamente respaldadas y 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 del sector de los berries con presencia de sus principales actores), a través de nuevas formas y canales de comunicación, generando un vínculo emocional, altamente experiencial y generador de confianza así como unas prestaciones y feed back, que no se 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 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 este Congreso Internacional de Frutos Rojos 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 1.300 visitantes acreditados, entre profesionales productores, comercializadores, de los sectores de la distribución y HORECA, sin contar los no acreditados, como ponentes y autoridades, junto con las oportunidades comerciales y de

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 11 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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

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 **CUARENTA MIL EUROS (40.000,00 €), 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

Ejerc Efec Caja	Posición Presupuestaria	Importe (€)
2024	1439012000. G/71X/22616/00.01	48.400,00

15. PUBLICIDAD.

No procede.

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

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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 12 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 SESENTA MIL EUROS (60.000,00EUROS) (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: NUEVE MIL SEISCIENTOS OCHENTA EUROS (9.680,00 EUROS) (21% IVA INCLUIDO).

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

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

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

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

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

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

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

- Disponibilidad de personal técnico cualificado para el manejo de los medios audiovisuales de los espacios Palacio Congresos Casa Colón, Salas Tinto y Odiel, Sala A, ubicada en Pabellón de Poniente de la Casa Colón y Pabellón de Levante, que se utilizarán para dar visibilidad a la marca a la Consejería a través de su marca de calidad "Gusto del Sur".
 - 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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 13 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



de presentaciones y proyecciones de los contenidos – ponencias patrocinadas por la Consejería en los diferentes espacios.

Personal Técnico Palacio de Congresos

- Director técnico/coordinador
- 2 técnicos de sonido
- 1 técnicos de iluminación
- 2 operadores de cámara
- 1 realizador señal VTR
- 1 realizador pantalla LED

Personal Técnico Salas Tinto y Odiel

- Supervisor técnico
- 1 técnico de sonido/iluminación

Personal Técnico Sala A (Pabellón de Poniente)

- Supervisor técnico

Personal Técnico Salón de Brazos (Pabellón de Levante)

- Supervisor técnico

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 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.

19. CLASIFICACIÓN DE LAS ENTIDADES PARTICIPANTES.

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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 14 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 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.

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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 15 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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) **5%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO Emisión de spot publicitario (30") antes y después de la conferencia en la que se cuente con intervención institucional y mención a la misma por parte del conductor.
- 2) **2%** del precio del contrato, excluido el IVA, por la NO presencia de la marca en pantalla durante el desarrollo de la conferencia en la que se cuente con intervención institucional y en el vídeo que se pudiera editar de esta.
- 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 que hagan referencia a la conferencia en la que finalmente se participe. Para ello, se tendrá en cuenta la información e indicaciones remitidas desde la Agencia.
- 4) **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 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.
- 5) **10 %** del precio del contrato, excluido el IVA, por la No ubicación de la marca "Gusto del Sur", en adelante la marca en todos los soportes y espacios disponibles relacionados con la organización del Congreso.

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 3 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

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 16 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- **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.

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/>.

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

Las facturas deberán ser remitidas al siguiente código DIR3:

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

Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 17 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



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 Ruiz Calderón. Técnica del Departamento de Calidad Agroalimentaria, Gastronomía y Producción Sostenible.

En Sevilla, a fecha de firma electrónica.

LA JEFA DE SERVICIO DE PROMOCIÓN, CALIDAD Y ESTRATEGIA

Fdo: Gemma Enríquez San Nicolás

GEMMA MARIA ENRIQUEZ SAN NICOLAS		24/05/2024 15:18:42	PÁGINA: 18 / 18
VERIFICACIÓN	NJyGwPFX4cnm6UJly44DQILd4sQFJK	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	