

INFORME DE ADJUDICACIÓN CON CONCURRENCIA DE OFERTAS (Procedimiento General)

Código Propuesta: 202601533

I. Objeto de la contratación

Contratación de una agencia especializada en comunicación y relaciones públicas para la realización de la campaña de promoción del Plan Sectorial ICEX/*Consejo Regulador de las Denominaciones de Origen "Jerez-Xérès-Sherry", "Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda" y "Vinagre de Jerez"* en Australia en 2026.

II. Ofertas

Ofertas solicitadas y publicación del briefing

El briefing regulador de la presente contratación fue publicado en la web de la Oficina Económica y Comercial de España en Sídney el 9 de abril de 2026, habiéndose además remitido desde el buzón de la oficina dicho briefing solicitando ofertas a las siguientes empresas:

- Hopscotch
- Papaya PR
- Sense Communications
- Stanley House Studios

Importe máximo de licitación: 67.617 AUD, impuestos excluidos.

Ofertas recibidas

Transcurrido el plazo establecido para la presentación de ofertas, se recibieron en el buzón de tenders@icex.es ofertas de las siguientes empresas:

- Hopscotch
- Papaya PR

Ofertas admitidas y valoraciones

- Hopscotch
- Papaya PR

Valoración de la oferta técnica (puntuación máxima de 70 puntos):

EMPRESA	PUNTUACIÓN
Hopscotch	57,5
Papaya PR	47,5

Precios:

EMPRESA	IMPORTE OFERTA ECONÓMICA IMPUESTOS EXCLUIDOS (AUD)
Hopscotch	64.000
Papaya PR	67.617

Puntuación total:

EMPRESA	PUNTUACIÓN
Hopscotch	87,5
Papaya PR	75,9

III. Empresa seleccionada

Una vez examinadas y evaluadas todas las propuestas admitidas, se adjudica el contrato a la empresa HOPSCOTCH por un importe de 64.000 dólares australianos (AUD), impuestos excluidos, por las siguientes razones:

HOPSCOTCH ha presentado una oferta que cumple con los requisitos establecidos en el briefing del concurso, y ha obtenido la mayor puntuación de conformidad con los requisitos de valoración establecidos en el briefing regulador del concurso.

En el informe de valoración técnica y acta de apertura del Documento 3 firmada por los miembros de la mesa de contratación, anexos, se detallan las valoraciones obtenidas por las empresas, habiendo sido la empresa seleccionada la que ha obtenido una mayor puntuación.

En Sídney, en la fecha que consta en la firma electrónica

El Consejo de Administración (órgano de contratación)
de ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.
P.D. Resolución de 5 de marzo de 2025 (BOE núm. 67 de 19.03.2025)

TILVE SEOANE
RODRIGO - DNI
47357943T

Firmado digitalmente por
TILVE SEOANE RODRIGO -
DNI 47357943T
Fecha: 2026.06.16
10:59:51 +10'00'

Consejero Económico y Comercial de España en Sídney
D. Rodrigo Tilve Seoane

INFORME DE VALORACIÓN TÉCNICA DE OFERTAS

I. Objeto del gasto y servicio a contratar

Número de expediente: X072-01-2026

Objeto del contrato: Contratación de una agencia de comunicación, eventos y/o marketing, especializada en alimentación y bebidas, para el desarrollo de una campaña de promoción y activación de mercado integrada y multicanal en Australia para el Vinagre de Jerez (*Spanish sherry vinegar*), combinando canales digitales con iniciativas presenciales seleccionadas.

La campaña se dirigirá a profesionales del canal horeca y comercio minorista, medios especializados e *influencers*, así como a consumidores con interés y conocimiento gastronómico. El objetivo general de la campaña es reforzar la visibilidad, el conocimiento y el posicionamiento del Vinagre de Jerez como un ingrediente de alta calidad, con tradición de calidad y versátil, fortaleciendo su asociación con España y con su Denominación de Origen Protegida (DOP).

En concreto, la campaña deberá:

- Incrementar el conocimiento sobre su versatilidad culinaria y sus aplicaciones prácticas en diferentes cocinas y técnicas gastronómicas.
- Reforzar su origen español y su condición de DOP como elementos clave de diferenciación y calidad.
- Generar credibilidad a través de la educación y la validación profesional, priorizando el uso real por parte de chefs y profesionales de la hostelería frente a mensajes meramente promocionales.

II. Difusión de pliegos y ofertas admitidas

Los pliegos del concurso se difundieron en la página web de la Oficina Económica y Comercial de Sídney. Adicionalmente, desde la Oficina se invitó a participar a las siguientes agencias:

EMPRESA
Hopscotch Papaya PR Sense Communications Stanley House Studios

III. Ofertas recibidas

Se recibieron ofertas, en tiempo y forma, de las siguientes agencias:

Empresa
Hopscotch Papaya PR

IV. Cumplimiento de prerequisites (about 1)

Tras la apertura del Documento 1, relativo a la solvencia técnica y económica de los licitadores, y habiendo analizado la documentación aportada y recibida en tiempo y forma, se concluye que Papaya PR y Hopscotch cumplen con los requisitos previos de participación establecidos en el briefing.

Así, se procede a la valoración del Documento 2 de cada una de las agencias, relativo a la propuesta técnica.

V. Criterios de valoración técnica (about 2)

La valoración técnica tiene un **máximo de 70 puntos**, y se ha efectuado mediante la aplicación de los criterios de valoración de ofertas contenidos en el briefing que a continuación se detalla.

ICEX evaluará las propuestas técnicas conforme a los siguientes criterios:

0	Información insuficiente	La propuesta carece de la información básica o detalles que permitirían su adecuada evaluación.
50%	Cumple parcialmente con los requisitos	La propuesta cumple en parte con los requisitos establecidos, pero no ofrece suficiente información o detalle sobre cómo lo llevará a cabo.
75%	Cumple totalmente con los requisitos	La propuesta afirma que la agencia puede cumplir con todos los requisitos y proporciona la información necesaria y detalles sobre cómo lo hará.
100%	Excede expectativas	La agencia no solo cumple con los estándares requeridos en todos los aspectos de la oferta, sino que supera expectativas en alguno o todos los principales requisitos, lo que supone un valor añadido al contrato.

Las propuestas que no reciban un **mínimo de 30 puntos** en esta sección quedarán automáticamente descalificadas.

- a) **Grado de alineación del plan de acción propuesto** con las responsabilidades de la Agencia incluidas en el briefing (**Máximo 10 puntos**)

La evaluación tendrá en cuenta la coherencia y solidez global de las actividades propuestas, incluyendo su viabilidad, enfoque conceptual y nivel de detalle, así como el grado en que incorporen innovaciones o mejoras relevantes.

Asimismo, se valorará el planteamiento estratégico que sustente cada uno de los elementos de la campaña, incluyendo la idoneidad del enfoque propuesto y el conocimiento demostrado del mercado australiano.

- b) **Evaluación técnica de las actividades propuestas**, incluyendo los procedimientos y metodologías que se aplicarán para su implementación. Se tendrán en cuenta los estándares profesionales aplicados en la preparación, ejecución y seguimiento de las actividades. (**Máximo 60 puntos**)

i. Creación de contenidos, iniciativas lideradas por chefs y colaboración con *influencers*. Evaluación del formato propuesto y análisis de ejemplos de plataformas, escuelas culinarias y entornos de formación profesional, chefs representativos de distintos estilos gastronómicos e *influencers* del ámbito gastronómico. Puntuación máxima: 20 puntos.

ii. Activaciones en horeca, hostelería y *retail*. Evaluación del formato, procedimiento y directrices aplicadas para las activaciones en restaurantes, tiendas gourmet y/o puntos de venta gourmet. Puntuación máxima: 20 puntos.

iii. Plan de medios y acciones de promoción de pago. Evaluación del plan de medios propuesto para lograr una cobertura de alto nivel. Puntuación máxima: 20 puntos.

VI. Errores u omisiones

En el momento de elaboración de este informe no se detectan errores u omisiones en el pliego.

VII. Valoración de ofertas

1. Hopscotch

EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA TÉCNICA DEL PROYECTO (70 PUNTOS)

VALORACIÓN TÉCNICA	a) Grado de alineación del plan de acción propuesto con las responsabilidades de la Agencia incluidas en el briefing (Máximo 10 puntos) La evaluación tendrá en cuenta la coherencia y solidez global de las actividades propuestas, incluyendo su viabilidad, enfoque conceptual y nivel de detalle, así como el grado en que incorporen innovaciones o mejoras relevantes. Asimismo, se valorará el planteamiento estratégico que sustente cada uno de los elementos de la campaña, incluyendo la idoneidad del enfoque propuesto y el	PUNTUACIÓN: 7,5/10 La empresa presenta un plan de acción detallado, coherente, sólido y alineado con las responsabilidades de la agencia especificadas en el briefing, mostrando amplio conocimiento y experiencia tanto general del mercado australiano como específico de la categoría de producto. La propuesta incluye un análisis de la presencia actual del vinagre importado en Australia y el posicionamiento actual del Vinagre de Jerez con respecto a sus competidores directos e indirectos. Se menciona explícitamente la necesidad de comunicar las particularidades del Vinagre de Jerez y su origen español, con el objetivo de reforzar su visibilidad, diferenciación y reconocimiento. Se incluye además que la campaña deberá demostrar su versatilidad culinaria y fomentar su reconocimiento y adopción mediante una estrategia integrada de creación de contenido, activaciones y relación con medios.
-----------------------	---	---

	conocimiento demostrado del mercado australiano.	Ofrecen ejemplos concretos del ecosistema local, incluyendo establecimientos certificados con el sello Restaurants from Spain, así como detalles sobre la ejecución de las acciones, su amplificación y el seguimiento posterior. Proponen además elementos innovadores, como la creación de <i>recipe cards</i> para su inclusión en puntos de venta y el uso de códigos QR dirigidos al consumidor final, con el objetivo de facilitar el conocimiento del producto y sus aplicaciones gastronómicas. No obstante, no excede expectativas ya que no se especifica el alcance de su base de datos sectorial (sólo la de prensa) y algunos componentes de la propuesta se plantean con una implementación progresiva a desarrollar en distintas fases a lo largo de los próximos años.
	b) Evaluación técnica de las actividades propuestas, incluyendo los procedimientos y metodologías que se aplicarán para su implementación. Se tendrán en cuenta los estándares profesionales aplicados en la preparación, ejecución y seguimiento de las actividades. (Máximo 60 puntos) i. Creación de contenidos, iniciativas lideradas por chefs y colaboración con <i>influencers</i>. Evaluación del formato propuesto y análisis de ejemplos de plataformas, escuelas culinarias y entornos de formación profesional, chefs representativos de distintos estilos gastronómicos e <i>influencers</i> del ámbito gastronómico. Puntuación máxima: 20 puntos. ii. Activaciones en horeca, y <i>retail</i>. Evaluación del formato, procedimiento y directrices	PUNTUACIÓN: 50/60 El plan propuesto por la agencia cumple con los requisitos de la convocatoria, porque se detalla canal-acción específica y se cuantifica el impacto y alcance del plan de comunicación y estrategia en redes sociales y cómo se asegurarán la atracción de público objetivo a las diferentes actividades. - La propuesta incluye un programa de colaboraciones y creación de contenido con chefs como eje estratégico de la campaña. Se contempla la incorporación de un chef principal por año, así como el mantenimiento de relaciones con otros chefs colaboradores a lo largo de la ejecución. Asimismo, se detalla una selección de chefs, muchos de ellos con formación en gastronomía española o participantes del Hospitality Training Programme de ICEX. - Se plantea además la creación y desarrollo de tres recetas originales con Vinagre de Jerez como ingrediente protagonista, acompañadas de producción fotográfica profesional. Se cuantifica de manera clara la realización de diez fotografías. - En el apartado de <i>influencer engagement</i>, se concretan entre cuatro y cinco colaboraciones anuales con <i>influencers</i> gastronómicos, incluyendo entre cuatro y

	aplicadas para las activaciones en restaurantes, tiendas gourmet y/o puntos de venta gourmet. Puntuación máxima: 20 puntos. iii. Plan de medios y acciones de promoción de pago. Evaluación del plan de medios propuesto para lograr una cobertura de alto nivel. Puntuación máxima: 20 puntos.	cinco publicaciones tipo reel al año, el uso de un hashtag específico para la campaña y una definición general del perfil de los colaboradores. Asimismo, se mencionan plataformas clave como Instagram y Facebook y colaboración con dos escuelas líder. Puntuación 20/20 - o La propuesta desarrolla principalmente acciones orientadas al canal hostelería y relaciones con medios y plantea, en fases posteriores, iniciativas dirigidas al comercio minorista gourmet, incorporando ejemplos contrastados y actores reconocidos del sector. No obstante, el cronograma presentado sitúa gran parte de las activaciones vinculadas al canal <i>retail</i> en los años 3 y 4 de la campaña. 15/20 - o Se contempla y expone un plan de medios y acciones promocionales, con referencias a algunos de los principales medios especializados de Australia. No obstante, en el cronograma presentado las acciones de <i>paid media promotion</i> se sitúan principalmente en los años 2 y 3 de la campaña. 15/20
TOTAL		57,5/70

2. Papaya PR

EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA TÉCNICA DEL PROYECTO (70 PUNTOS)

VALORACIÓN TÉCNICA	a) Grado de alineación del plan de acción propuesto con las responsabilidades de la Agencia incluidas en el briefing (Máximo 10 puntos) La evaluación tendrá en cuenta la coherencia y solidez global de las actividades propuestas, incluyendo su viabilidad, enfoque conceptual y nivel de detalle, así como el grado en que incorporen innovaciones o mejoras relevantes.	PUNTUACIÓN: 7,5/10 La empresa presenta un plan de acción detallado, coherente y en línea con las responsabilidades de la agencia especificadas en la licitación, demostrando amplio conocimiento del mercado australiano y la gastronomía local. Se menciona explícitamente la necesidad de posicionar el Vinagre de Jerez como una categoría diferenciada, más allá de un vinagre genérico, comunicando claramente su origen español y su certificación DOP como sello de calidad y autenticidad.
---------------------------	--	--

	Asimismo, se valorará el planteamiento estratégico que sustente cada uno de los elementos de la campaña, incluyendo la idoneidad del enfoque propuesto y el conocimiento demostrado del mercado australiano.	Se incluye además que la campaña deberá demostrar su versatilidad culinaria y fomentar su reconocimiento y adopción mediante una estrategia integrada de creación de contenido, activaciones y relación con medios. Ofrecen ejemplos concretos de coordinación, ejecución y promoción: selección de chefs actuando como embajadores gastronómicos, colaboración con producto local, activaciones a través de recetas por tiempo limitado, masterclasses y amplificación vía redes sociales. Proponen además un elemento innovador: el desarrollo de un menú compuesto por dos entrantes, plato principal y postre, en el que el Vinagre de Jerez esté presente en todas las elaboraciones. Asimismo, plantean fomentar la interacción y generar conversación mediante la incorporación de una sesión de preguntas y respuestas. Sin embargo, no se especifica el alcance de su base de datos sectorial y algunos componentes de la propuesta se presentan de forma general, sin concretar, por ejemplo, el procedimiento previsto para garantizar la cobertura mediática.
	b) Evaluación técnica de las actividades propuestas, incluyendo los procedimientos y metodologías que se aplicarán para su implementación. Se tendrán en cuenta los estándares profesionales aplicados en la preparación, ejecución y seguimiento de las actividades. (Máximo 60 puntos) i. Creación de contenidos, iniciativas lideradas por chefs y colaboración con <i>influencers</i>. Evaluación del formato propuesto y análisis de ejemplos de plataformas, escuelas culinarias y entornos de formación profesional, chefs representativos de distintos estilos gastronómicos e <i>influencers</i> del	PUNTUACIÓN: 40/60 El plan propuesto por la agencia cumple con los requisitos de la convocatoria, pero no excede expectativas ya que no se especifica el impacto y alcance del plan de comunicación y estrategia en redes sociales y cómo se asegurarán la atracción de público objetivo a las diferentes actividades. Aunque la propuesta hace referencia a acciones de <i>media placement</i> y amplificación, no se concretan los formatos previstos, la periodicidad de las inserciones ni el alcance estimado de la difusión. La propuesta incluye colaboraciones con contactos del sector restauración, personalidades mediáticas y muy influyentes, citados con una breve descripción para valorar relevancia, e incluye que habrá una receta por chef en sus establecimientos. Contemplan varios perfiles de interés como potenciales asistentes. Sin embargo, no se mencionan escuelas culinarias. Puntuación: 15/20

	ámbito gastronómico. Puntuación máxima: 20 puntos. ii. Activaciones en horeca, y <i>retail</i>. Evaluación del formato, procedimiento y directrices aplicadas para las activaciones en restaurantes, tiendas gourmet y/o puntos de venta gourmet. Puntuación máxima: 20 puntos. iii. Plan de medios y acciones de promoción de pago. Evaluación del plan de medios propuesto para lograr una cobertura de alto nivel. Puntuación máxima: 20 puntos.	- Se desarrollan acciones orientadas al canal hostelería principalmente, sin contemplar de forma concreta actividades específicas en comercio minorista gourmet. No se detallan dinámicas promocionales en punto de venta, colaboraciones con <i>retailers</i>, acciones de visibilidad en tienda ni procedimientos dirigidos a incentivar la interacción o conversión en este canal. Puntuación: 10/20 - Se contempla y expone un plan de medios y acciones promocionales, con referencias a algunos de los principales medios especializados de Australia; sin embargo, no se detalla en profundidad la estrategia prevista para asegurar la cobertura mediática. Puntuación: 15/20
TOTAL		47,5/70

VIII. Conclusión

Una vez examinadas y evaluadas las propuestas admitidas, se resume a continuación la valoración total obtenida por las agencias siguiendo los criterios estipulados en el pliego.

EMPRESA	PUNTUACIÓN (Máx. 70)
HOPSCOTCH	
Grado de alineación del plan de acción propuesto con el objetivo, coherencia, solidez e innovación	7,5
Iniciativas lideradas por chefs e <i>influencers</i> gastronómicos, creación de contenido y colaboraciones con escuelas culinarias	20
Activaciones en horeca y <i>retail</i>	15
Plan de medios y publicidad	15
TOTAL	57,5

EMPRESA	PUNTUACIÓN (MÁx. 70)
PAPAYA PR	
Grado de alineación del plan de acción propuesto con el objetivo, coherencia, solidez e innovación	7,5
Iniciativas lideradas por chefs e <i>influencers</i> gastronómicos, creación de contenido y colaboraciones con escuelas culinarias	15
Activaciones en horeca y <i>retail</i>	10
Plan de medios y publicidad	15
TOTAL	47,5

La oferta de Hopscotch con 57,5 puntos y la oferta de Papaya PR con 47,5 puntos sobrepasan la puntuación mínima de 30 requerida en la sección 7. Criterios de evaluación (II Propuesta Técnica) del pliego.

Sídney, en la fecha de la firma

MAROTO NIETO
VIRGINIA -
46848940X

Firmado digitalmente por MAROTO
 NIETO VIRGINIA - 46848940X
 Fecha: 2026.05.22 21:49:35 +10'00'

Virginia Maroto Nieto
 Analista de mercado
 Oficina Económica y Comercial de Sídney

**ACTA DE LA SESION DE LA MESA DE CONTRATACIÓN DEL DÍA
25 DE MAYO DE 2026**

1.- DATOS DEL EXPEDIENTE

- **Nº de expediente:** x072-01-2026 – Of. Sidney
Objeto: Contratación de una agencia de comunicación y relaciones públicas para la realización de la campaña de promoción del Plan Sectorial ICEX/Consejo Regulador de las Denominaciones de Origen Jerez-Xérès-Sherry, Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda y Vinagre de Jerez en Australia en 2026.
- **Presupuesto base de licitación:** 67.617 AUD, impuestos excluidos.
- **Duración:** Desde la firma del contrato hasta el 31 de diciembre de 2026.

2.- ASISTENTES MESA DE CONTRATACIÓN

- Presidente: María Naranjo. Directora de Industria Agroalimentaria. SSCC de ICEX.
- Vocal: Laura Velasco. Jefe del departamento de Gastronomía y Programas para Socios Locales. SSCC de ICEX.
- Secretario: Pedro Patiño. Director adjunto de Contratación.

3.- ANTECEDENTES

Con fecha 9 de abril de 2026 se publicó en la página web de ICEX el briefing relativo a la contratación de referencia y se procedió asimismo a invitar a 4 empresas a participar. El plazo de presentación de ofertas finalizaba el 5 de mayo de 2026, a las 17:00 AEST.

Transcurrido el plazo establecido para la presentación de ofertas, se reciben ofertas de las siguientes empresas:

- HOPSCOTCH
- PAPAYA PR

A continuación, tras recabar las correspondientes declaraciones de ausencia de conflicto de interés (DACI) de las empresas decisoras de ICEX para con las empresas licitadoras, se descargó la oferta administrativa y se inició el trámite de comprobación de la documentación contenida en el Documento nº 1, relativa a la solvencia técnica y económica de los licitadores.

4.- VALORACIÓN DE LAS OFERTAS

Según el análisis de la documentación aportada por las empresas, la Mesa acordó con fecha 13 de mayo de 2026 que todas las empresas participantes cumplieran con los requisitos previos de participación establecidos en el briefing, por lo que se procedió a la apertura del Documento 2 de las dos ofertas admitidas.

La Mesa delibera sobre el informe técnico firmado por el área gestora y que se adjunta como Anexo al acta. Tras las deliberaciones y aclaraciones oportunas la Mesa se muestra conforme con las puntuaciones indicadas en el informe técnico, quedando admitidas las dos ofertas al cumplir todos los requisitos establecidos en el briefing y haber alcanzado la puntuación mínima requerida en los criterios de valoración para la parte de la oferta técnica (30 puntos).

Las puntuaciones obtenidas son las siguientes:



EMPRESA	PUNTUACIÓN (MÁX. 70)
HOPSCOTCH	
Grado de alineación del plan de acción propuesto con el objetivo, coherencia, solidez e innovación	7,50
Iniciativas lideradas por chefs e <i>influencers</i> gastronómicos, creación de contenido y colaboraciones con escuelas culinarias	20,00
Activaciones en horeca y <i>retail</i>	15,00
Plan de medios y publicidad	15,00
TOTAL	57,50

EMPRESA	PUNTUACIÓN (MÁX. 70)
PAPAYA PR	
Grado de alineación del plan de acción propuesto con el objetivo, coherencia, solidez e innovación	7,50
Iniciativas lideradas por chefs e <i>influencers</i> gastronómicos, creación de contenido y colaboraciones con escuelas culinarias	15,00
Activaciones en horeca y <i>retail</i>	10,00
Plan de medios y publicidad	15,00
TOTAL	47,50

A continuación, se procedió a la apertura del Documento nº 3 de las dos ofertas admitidas, que contiene los precios ofertados.

El presupuesto máximo, impuestos excluidos, fue de 67.617 AUD.

Los precios ofertados, impuestos excluidos, fueron los siguientes:

OFERTA ECONÓMICA	Precio máximo: 67.617 AUD
Hopscotch	64.000
Papaya PR	67.617

Se comprueba que las ofertas económicas están por debajo del presupuesto máximo establecido y que no son desproporcionadas ni anormalmente bajas.

Las puntuaciones totales obtenidas en el criterio económico serían las siguientes, de conformidad con la fórmula establecida en el briefing (fórmula inversamente proporcional indicada en los pliegos y teniendo en cuenta los precios sin impuestos):

OFERTA ECONÓMICA	Ptos. Oferta económica
Hopscotch	30,00
Papaya PR	28,40

Las puntuaciones totales son, por tanto, las siguientes:

Empresas	Ptos. Oferta económica	Ptos. Oferta técnica	TOTAL
Hopscotch	30,00	57,50	87,50
Papaya PR	28,40	47,50	75,90



De acuerdo con lo anterior, la oferta mejor valorada es la presentada por Hopscotch, que obtiene una puntuación de 87,50 puntos sobre 100.

5.- PROPUESTA DE ADJUDICACIÓN

A la vista de las puntuaciones alcanzadas, la Mesa propone al órgano de contratación la adjudicación de la ejecución de los trabajos previstos en el apartado 1 anterior a la empresa:

- **Licitador:** Hopscotch Network Australia PTY LTD.
- **ACN:** 616 242 614
- **Precio:** 64.000 AUD, impuestos no incluidos.

Los miembros de la Mesa de Contratación declaran expresamente bajo su responsabilidad que, en cumplimiento de lo recogido en el **CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA de ICEX España Exportación e Inversiones**, aprobado por Consejo Rector de ICEX en su sesión de 28 de julio de 2016 y posteriormente modificada el 22 de febrero de 2022 y el 29 de mayo de 2023 por dicho consejo, no se encuentran en ninguna situación de conflicto de intereses con respecto a la presente licitación y en la que han concurrido los anteriores licitadores.

En dicho código se especifica que *“El conflicto de interés puede surgir cuando los intereses personales o privados son contrarios o entran en colisión, de manera directa o indirecta, con los intereses de ICEX, interfieren en el desarrollo recto y objetivo de los deberes profesionales, o implican a título personal al empleado en alguna transacción u operación de la Entidad. Se consideran intereses personales o privados los que incluyen cualquier tipo de ventaja profesional o patrimonial para los empleados, sus familiares o terceras personas relacionadas con ellos.”* Cuando un miembro de la Mesa tuviera conocimiento de una causa que pudiera suponerle un conflicto de intereses, comunicará al resto de los miembros de la Mesa de contratación tal circunstancia a fin de que, tras la valoración de la causa alegada, fueran adoptadas en su caso las medidas oportunas para proveer su sustitución.

Madrid, a la fecha de la última firma

FIRMAS DE LA MESA DE CONTRATACIÓN

- Presidente: María Naranjo. Directora de Industria Agroalimentaria. SSCC de ICEX.
- Vocal: Laura Velasco. Jefe de departamento de Gastronomía y Programas para Socios Locales. SSCC de ICEX.
- Secretario: Pedro Patiño. Director adjunto de Contratación.

