

Memoria justificativa de la necesidad de contratar el patrocinio Los 40 Primavera Pop para la promoción de Badalona, mediante procedimiento negociado sin publicidad.

1. Necesidades, idoneidad y justificación de la contratación

El valor de la actividad cultural es múltiple, extendiendo sus efectos a una diversidad de colectivos y sectores, que van desde la ciudadanía en general, hasta los sectores turísticos y cultural que se ven directamente beneficiados con su existencia, pero sin lugar a dudas incumbe especialmente al sector turístico, dada su capacidad de atracción de visitantes, captación de atención exterior, y consolidación del nombre Badalona, que incide directa y positivamente en la imagen de la marca de municipio turístico de Badalona.

En todos los casos, el valor del esfuerzo de promoción de eventos y programas se multiplica si viene acompañado de una máxima difusión, de manera que todos sus destinatarios y beneficiarios potenciales conozcan que Badalona presenta este tipo de ofertas y puedan participar. Esta difusión se obtiene por varias vías, una de las cuales es el patrocinio de eventos independientes que sirvan de medio de conocimiento y promoción al público de las propuestas locales, siendo especialmente relevantes aquellos con un mayor potencial de atracción de atención como son los festivales de música en verano en municipios de costa.

Son una forma de turismo alternativo que comporta la comercialización de la cultura, en una manifestación del consumo cultural de masas característico de la sociedad en la que vivimos.

Se generan aumentos en los ingresos de los comercios y diferentes sectores de la hostelería proporcionando un fuerte impacto económico en un periodo de tiempo corto. Contribuyen a la generación de una imagen turística que proporciona un posicionamiento de la localidad.

Generan grandes impactos en repercusión mediática.

Resultan un valor añadido para las promociones turísticas asociando su imagen de marca en la localidad.

Ayudan a un posicionamiento identitario y promocional de las localidades donde se hacen.

Generan repercusiones sociales positivas como sentimiento de identidad territorial, cohesión social, regeneración urbana, adaptación y apertura de mente.

2. Objeto del contrato

El objeto es la contratación el patrocinio de Los 40 Primavera Pop para incrementar el conocimiento de la marca Badalona y promocionarse como referente como sede para acoger grandes eventos y como fuente generadora de beneficios directos inducidos en términos de realce de la imagen del territorio.

Las prestaciones se concretan en el pliego de prescripciones técnicas particulares.

La organización del Los 40 Primavera Pop debe formular su propuesta de patrocinio en relación con el presupuesto base de licitación.

El contrato de patrocinio está regulado en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad (en adelante LGP), modificada por Ley 29/2009, de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejor a de la protección de los consumidores y usuarios, junto con los contratos de publicidad, de difusión publicitaria y de creación publicitaria.

Este patrocinio es una publicidad de carácter indirecta "Retorno publicitario" y que consiste en que el patrocinado permite al patrocinador que haga pública su colaboración económica en la actividad del patrocinado.

El patrocinador a cambio goza de la notoriedad y de la resonancia de la actividad que desarrolla el patrocinado, con la finalidad de incrementar entre el público el conocimiento de su nombre o marca y enaltecer su imagen.

El contrato de patrocinio publicitario es un contrato privado y, de acuerdo con el art. 26 de la LCSP, sus efectos, modificación y extinción se regirán por el derecho privado, en concreto por la Ley 34/1988, General de Publicidad en lo que le resulte aplicable.

De conformidad con el artículo 26.2 LCSP, la preparación y adjudicación del contrato se regirá, en defecto de normas específicas, por las Secciones 1ª y 2ª del Capítulo I del Título I del Libro Segundo de la LCSP con carácter general y por sus disposiciones de desarrollo, aplicando se supletoriamente las restantes normas de derecho administrativo o, en su caso, las normas de derecho privado, según corresponda por razón del sujeto o la entidad contratante.

Lotes: Las prestaciones comprendidas en el objeto del contrato son inseparables o imprescindibles de manera conjunta y por tanto no se considera adecuada la división del contrato en lotes, dada la naturaleza del objeto del contrato, al ser el patrocinio un objeto único de contratación.

El CPV aplicable a la contratación es:

CPV: 79341000-6 Servicios de publicidad.

3. Insuficiencia de medios

Reactivació Badalona S.A. no dispone de medios propios para la realización de este tipo de difusión.

4. Duración

Se establecerá desde la formalización del contrato hasta el 12 de abril de 2025. Los 40 Primavera Pop se celebrará el 12 de abril de 2025

El adjudicatario dispone de un plazo máximo de 3 meses desde la finalización del contrato, para presentar la memoria donde se detalle el impacto del patrocinio.

5. Datos económicos

Presupuesto base de licitación (PBL)

El presupuesto base de negociación es de 60.000€, más 12.600€, en concepto del 21% de IVA, que hacen un total de 72.600,00€ con IVA.

Presupuesto Base	Tipo de IVA aplicable (21%) Importe IVA	Presupuesto base de licitación (IVA incluido)
65.000,00 €	13.650,00 €	78.650,00 €

En el precio del contrato se consideran incluidos los impuestos, tasas y cánones de cualquier índole que sean aplicables, así como todos los gastos que se originen para el adjudicatario a consecuencia del cumplimiento de las obligaciones contractuales.

Dada la naturaleza jurídica del contrato, al tratarse de un patrocinio publicitario, no se procede a desglosar el presupuesto.

A continuación se detalla el valor de las principales acciones de publicidad incluidas en el patrocinio de Los 40 Primavera Pop. Son datos facilitados por la empresa Sociedad Española de Radiodifusión S.L.U. y que figuran en el PPT, correspondiente a una estimación:

Descripción de las actuaciones	Concepto	Estimación valoración
Prensa	El País, El Periódico y el ARA	65.250
Digital	Webs de LOS40, Cadena SER, El País, Web de El Periódico	75.400
Radio	Emisiones en Cadena Regional Cataluña, LOS40, LOS40 Classic, LOS40 Urban y LOS40 Dance y Cadena Regional Ser Catalunya.	5.404.000

La organización de Los 40 Primavera Pop entregará un informe con datos concretos del retorno mediático de la marca del Ayuntamiento una vez finalizado el evento.

Así pues para conocer el impacto real de este patrocinio se debe auditar, la presencia y correcta visibilidad de la marca de Badalona en todos los activos incluidos en el contrato y la entrega de una memoria detallada del impacto de la presencia de la marca de Badalona en un plazo máximo de 3 meses desde la finalización del contrato:

- Auditar la presencia y correcta visibilidad de la marca de Badalona en todos los activos incluidos en el contrato.
- Recopilación fotográfica de la presencia de marca como patrocinador Institucional en todos los soportes incluidos en el contrato de patrocinio.
- Auditar el retorno mediático de la marca de Badalona vinculada al patrocinio con el correspondiente informe del retorno de la inversión publicitaria.
- Entrega del "Clíping" de la presencia en los diferentes medios de comunicación de la marca de Badalona.

Valor estimado del contrato

El valor estimado del contrato de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 101 y concordantes de la LCSP, el método de cálculo del VEC incluye el presupuesto base de licitación adecuado los precios de mercado y la temporalidad de la prestación. Se ha tenido en cuenta el coste de la campaña de publicidad.

El valor estimado del contrato es de: 60.000 €, sin IVA.

6. Procedimiento de licitación y justificación

El contrato, se adjudicará por el procedimiento negociado sin publicidad por motivos de exclusividad previsto y regulado en los artículos 168. a.2º y 170.2 de la LCSP dado que de acuerdo con la justificación de las necesidades a satisfacer mediante el patrocinio de

Los 40 Primavera Pop resulta que Sociedad Española de Radiodifusión S.L.U. es propietaria de todos los derechos en exclusiva de propiedad industrial e intelectual (incluyendo marcas y signos distintivos).

7. Criterios de negociación

En este caso, los términos del contrato ya están definidos de manera objetiva, sin margen para modificaciones sustanciales. Por tanto, la exclusión de la negociación está debidamente motivada y es conforme al artículo 169.3 de la LCSP, que permite excepcionar la negociación cuando ésta sea innecesaria o incompatible con la naturaleza del contrato.

8. Solvencia

Solvencia económica y financiera (artículo 87 LCSP)

Disponer de un seguro de responsabilidad civil por riesgos profesionales con una cobertura mínima por siniestro de 200.000 €, o compromiso vinculante de suscripción del mismo en caso de resultar adjudicatario, así como aportar el compromiso de su renovación o prórroga que garantice el mantenimiento de su cobertura durante toda la ejecución del contrato.

La acreditación de este requisito se efectuará por medio de certificado expedido por el asegurador, en el que consten los importes y riesgos asegurados y la fecha de vencimiento del seguro, y mediante el documento de compromiso vinculante de suscripción, prórroga o renovación del seguro, en los casos en que proceda.

Solvencia técnica y profesional para la ejecución del contrato (artículo 90 LCSP)

Relación de los principales servicios o trabajos realizados de naturaleza igual o similar que los que constituyen el objeto del contrato en el curso de los tres últimos años, en que se indique el importe, la fecha y el destinatario, público o privado de los mismos. Deberán estar avalados por los certificados correspondientes, y el requisito mínimo será el importe correspondiente al 70% de la anualidad media del contrato.

Media de acreditación: los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por éste o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrando en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación; en su caso, estos certificados se comunicarán directamente al órgano de contratación por la autoridad competente.

9. Modificaciones del contrato

No se prevén

10. Forma de pago

El pago del importe del contrato se realizará por parte de Reactivació Badalona S.A. una vez realizados los trámites que correspondan de acuerdo con la legislación vigente, una vez justificada la realización del patrocinio objeto de este contrato y el cumplimiento de las obligaciones impuestas por éste. En todo caso la memoria que detalle el impacto, deberá presentarse en un plazo máximo de 3 meses desde la finalización del contrato.

Pago de la factura. El pago efectivo de las prestaciones ejecutadas se realizará en un plazo máximo de 30 días naturales a contar desde la fecha de la aprobación de la factura por parte de la entidad contratante (desde la fecha en que la factura sea conformada por el responsable del contrato). No se contempla el pago por adelantado de una parte o de la totalidad del precio del contrato.

11. Garantía definitiva

El artículo 107 LCSP prevé la posibilidad de eximir al adjudicatario del contrato de la obligación de constituir garantía definitiva en atención a las circunstancias concurrentes en el contrato.

No se establece la constitución de la garantía por las circunstancias concurrentes propias del contrato privado de patrocinio, dado que el PATROCINAT es el titular de los derechos de exclusividad en relación con el evento cultural que se causa del contrato privado de patrocinio y el precio del contrato se abonará una vez realizadas las prestaciones contractuales.

12. Responsable del contrato

La persona responsable del seguimiento del contrato será Judit Esteban, Técnica de Turismo Reactivació Badalona, sa.

Badalona, a data de la present signatura electrònica.

Judit Esteban
Tècnica de turisme