



BOLETÍN OFICIAL DE LA PROVINCIA

Boletín nº 173

Anuncio **3786/2025**

jueves, 11 de septiembre de 2025

ADMINISTRACIÓN LOCAL

DIPUTACIONES

Diputación de Badajoz

Área de Economía, Hacienda, Compras y Patrimonio

ADMINISTRACIÓN LOCAL
DIPUTACIONES
Diputación de Badajoz
Área de Economía, Hacienda, Compras y Patrimonio
Badajoz

Anuncio 3786/2025

Aprobación definitiva de la Ordenanza reguladora de patrocinios de la Diputación de Badajoz

APROBACIÓN DEFINITIVA DE LA ORDENANZA REGULADORA DE PATROCINIOS DE LA DIPUTACIÓN DE BADAJOZ

En cumplimiento de cuanto determina el artículo 49 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, se hace público que el Pleno de la Corporación de la Diputación de Badajoz, en sesión ordinaria celebrada en abril de 2025, acordó prestar aprobación inicial a la Ordenanza reguladora de patrocinios de la Diputación de Badajoz y su sector público.

De conformidad con lo dispuesto en indicada normativa de régimen local, se sometió el expediente a información pública, por plazo de 30 días hábiles, no formulándose reclamación alguna y quedando por tanto, definitivamente aprobado el texto íntegro.

Contra el citado acuerdo, ya definitivo, solo podrá interponerse recurso contencioso-administrativo ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Extremadura, en el plazo de 2 meses, contados desde el día siguiente al de la publicación del texto íntegro en el BOP, de conformidad con lo establecido en el artículo 112.3 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común, y los artículos 10 y 46 de la Ley 29/1998, de 13 de julio, reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa, sin perjuicio que los interesados puedan interponer cualquier otro recurso que estimen oportuno.

En virtud de cuanto antecede y de conformidad con lo establecido en los artículos 49, 65.2 y 70.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases de Régimen Local, se publica el texto íntegro de la Ordenanza.

En Badajoz, a fecha de la firma digital.- El Presidente, PD: La Vicepresidenta Segunda y Diputada Delegada de Economía, Hacienda, Compras y Patrimonio, Carmen Yáñez Quirós.

ORDENANZA REGULADORA DE PATROCINIOS DE LA DIPUTACIÓN DE BADAJOZ

TÍTULO PRELIMINAR

Artículo 1.- Objeto.

1.- El objeto de la presente Ordenanza es determinar el régimen jurídico de la actividad provincial de patrocinio de la Diputación de Badajoz y su sector público.

2.- A tal efecto se define el contrato privado de patrocinio en el artículo 22 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, como aquel negocio jurídico bilateral por el que el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.

El contrato privado de patrocinio publicitario que celebre la Diputación y su sector público queda sujeto a la aplicación la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP) y sus disposiciones de desarrollo para la preparación y adjudicación de este tipo de contrato, así como las normas de derecho privado en cuanto a sus efectos, cumplimiento y extinción.

3.- Se considera patrocinio activo provincial, aquel en el que la Diputación Provincial o las entidades de su sector público son la entidad patrocinadora.

4.- Se considera patrocinio pasivo provincial aquel en que la Diputación Provincial o las entidades de su sector público son la entidad patrocinada.

Artículo 2.- Ámbito subjetivo.

La presente Ordenanza se aplicará a la Diputación Provincial de Badajoz y su sector público tanto si asumen la posición de entidades patrocinadores como entidades patrocinadas, en los términos establecidos en esta.

Artículo 3.- Comisión técnica de patrocinios.

1.- Se crea una Comisión Técnica de Patrocinios como órgano colegiado provincial encargado de la coordinación, seguimiento y control de los patrocinios. Con la finalidad de coordinar, asesorar y asistir técnicamente a la Diputación Provincial y su sector público generando una estrategia común de gestión de patrocinios, con las funciones que se le atribuyen en la presente Ordenanza en relación con los patrocinios activos y pasivos.

2.- Los miembros titulares y suplentes de la Comisión Técnica de Patrocinios serán designados por el diputado delegado competente de cada una de las Áreas funcionales, conforme al decreto de organización de áreas y delegaciones.

3.- La Comisión Técnica de Patrocinios se reunirá de forma ordinaria una vez al mes, previa convocatoria de su Presidente, salvo que no se hubieran presentado solicitudes de patrocinio o no hubiera iniciativas de la Diputación para patrocinar. El funcionamiento de la Comisión Técnica de Patrocinios se regirá por lo previsto en la presente Ordenanza y por los artículos 15 a 18 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del Régimen Jurídico del Sector Público.

4.- La Presidencia y Secretaría de la Comisión la ostentarán, respectivamente, un empleado provincial del Área de Presidencia y Relaciones Institucionales y del Área competente en materia de economía.

Artículo 4.- Funciones de la Comisión Técnica de Patrocinios.

Se atribuye a la Comisión Técnica de Patrocinios las siguientes funciones en relación con la concesión de patrocinios:

- a) Dictaminar los patrocinios activos y pasivos.
- b) Coordinar las actuaciones de las áreas funcionales de la Diputación Provincial y las entidades de su sector público provincial a fin de evitar la duplicidad de financiación para la misma categoría de actividades, eventos o proyectos.
- b) Diseñar el Plan Estratégico de Patrocinios y el Plan Anual de Actividades a Patrocinar.
- c) Velar por el mantenimiento del equilibrio entre los patrocinios ofrecidos y el retorno a obtener en términos de difusión publicitaria de la imagen del patrocinador, los derechos que se les reconozcan a los patrocinadores y, en su caso, el grado de satisfacción de los intereses públicos implicados.
- d) Impulsar iniciativas en materia de patrocinio.
- e) Proponer mejoras en materia de patrocinios.
- f) Emisión de informes, instrucciones o recomendaciones con carácter facultativo y no vinculante.
- g) Cualquier otra que se le pueda solicitar en las materias objeto de su competencia.

Artículo 5.- Medidas para la prevención de los conflictos de intereses.

Los órganos competentes para la concesión o aceptación de patrocinios deberán tomar las medidas adecuadas para luchar contra el fraude y el favoritismo, y prevenir, detectar y solucionar de modo efectivo los conflictos de intereses que puedan surgir en los procedimientos de selección de personas o empresarios patrocinadores o patrocinados, con el fin de evitar cualquier distorsión de la competencia y garantizar la transparencia en el procedimiento y la igualdad de trato a todos los interesados.

A estos efectos el concepto de conflicto de intereses abarcará, al menos, cualquier situación en la que el personal al servicio del órgano competente para la selección de la entidad patrocinada o patrocinadora, que además participe en el desarrollo del procedimiento de selección o pueda influir en el resultado del mismo, tenga directa o indirectamente un interés financiero, económico o personal que pudiera parecer que compromete su imparcialidad e independencia en el contexto del procedimiento.

A tal fin dicho personal deberá suscribir al inicio del procedimiento una declaración de ausencia de conflicto de interés

según el modelo que se incluye como anexo V a la presente Ordenanza.

Aquellas personas o entidades que tengan conocimiento de un posible conflicto de interés deberán ponerlo inmediatamente en conocimiento de la Comisión Técnica de Patrocinios.

Artículo 6.- Tratamiento presupuestario y fiscalización de la gestión pública en materia de patrocinios.

- 1.- Las políticas públicas de patrocinio se ordenarán y ejecutarán en el marco de una planificación presupuestaria y de tesorería que garanticen el cumplimiento de los objetivos de estabilidad y sostenibilidad de la hacienda provincial.
- 2.- A tal fin, los créditos para la concesión de patrocinios deberán contemplarse en el presupuesto con carácter previo a la aprobación de los expedientes de contratación.
- 3.- Las aportaciones monetarias en concepto de patrocinios pasivos serán ingresadas en las cuentas designadas y en los plazos establecidos en los respectivos convenios tras su firma, todo ello, sin perjuicio de lo que dispongan las normas de general aplicación y en su caso, las bases de ejecución del presupuesto.
- 4.- La valoración de las aportaciones no dinerarias se efectuará a precios de mercado por parte del centro gestor, debiendo tener su debido reflejo en la contabilidad, si procediera.

TÍTULO I.- PATROCINIO ACTIVO

CAPÍTULO I.- DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 7.- Objeto.

- 1.- El objeto del presente Título es determinar el régimen jurídico del patrocinio publicitario activo de la Diputación Provincial y su sector público cuando actúen como patrocinadores.
- 2.- Quedan excluidos del ámbito de aplicación de la presente Ordenanza los contratos de publicidad, difusión publicitaria y creación publicitaria regulados en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Artículo 8.- Ámbito subjetivo.

El presente Título se aplicará a los contratos de patrocinio publicitario que suscriba la Diputación Provincial de Badajoz y su sector público con personas físicas o entidades privadas que desarrollen actividades que fomenten los valores indicados en el apartado introductorio de este documento y que cumplan con los siguientes requisitos:

- No estar incursas en alguna prohibición de contratar previstas en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.
- Encontrarse al corriente de sus obligaciones tributarias, con la Seguridad Social y con la Diputación de Badajoz o entidad de su sector público con la que se suscriba el contrato de patrocinio.

CAPÍTULO II.- PLAN ESTRATÉGICO PROVINCIAL

Artículo 9.- Plan Estratégico Provincial.

La actividad de patrocinio de la Diputación Provincial y su sector público se desarrollará en el marco de una estrategia de coordinación coincidiendo con el ejercicio presupuestario. Para ello, se elaborará un Plan Estratégico Provincial, donde, cada una de las Áreas de la Diputación, organismos autónomos y entidades adscritas, con ocasión de la aprobación de los presupuestos anuales, establecerán la planificación y programación objeto de patrocinio que estime más conveniente para la consecución de sus fines institucionales.

Artículo 10.- Actividades susceptibles de patrocinio provincial.

1. Las actividades susceptibles de ser patrocinadas por la Diputación de Badajoz y su sector público, en el ámbito de sus competencias, deberán satisfacer, de forma directa o indirecta, la consecución de un determinado interés público en beneficio de la provincia de Badajoz y sus habitantes.

2. Entre las materias objeto de patrocinio se encuentran las siguientes, sin perjuicio de que se definan de forma precisa en el Plan de Patrocinios:

- a) Las actividades de promoción turística, comercial, deportivas, económicas, culturales, juveniles, educativas, de fomento del emprendimiento, de la innovación, ferias, eventos o similares.
- b) Las diversas formas de manifestaciones culturales tales como conciertos, exposiciones, representaciones teatrales, proyecciones, encuentros, jornadas, fiestas, festivales musicales y cualquier otro tipo de manifestación cultural en la que la Diputación de Badajoz estime oportuno posicionarse.
- c) Las actividades relacionadas con la igualdad de género, con el bienestar, la atención social y la integración socio-laboral.
- d) Las actividades relacionadas con las tecnologías de la información y comunicación (TIC).
- e) Las actividades relacionadas con la mejora y el mantenimiento del medio ambiente.
- f) Las actividades relacionadas con la protección animal.
- g) Las actividades relacionadas con la mejora y el mantenimiento de los servicios de emergencias y rescate.
- h) Las actividades relacionadas con la seguridad vial.
- i) Cualquier otra actividad que tenga por objeto el interés general de la provincia.

Artículo 11.- Aprobación, modificación y publicación del Plan.

1.- El Plan Estratégico Provincial de Patrocinios será aprobado por el Presidente, con ocasión de los presupuestos, previa planificación y programación por cada una de las áreas, organismos y entidades adscritas, debiendo publicarse en el Boletín Oficial de la Provincia.

Para su modificación se requerirán los mismos trámites.

2.- Las áreas funcionales serán las responsables de elaborar sus propuestas de actividades, proyectos o personas susceptibles de patrocinio provincial, de entre las categorías previstas en el artículo anterior, u otras, justificadamente, para ser dictaminadas por la Comisión Técnica.

3.- En las entidades del sector público provincial serán responsables los órganos a quien corresponda según sus estatutos, normativa propia y acuerdos adoptados al respecto.

4.- La adjudicación de los contratos privados de patrocinio será competencia del órgano a quien corresponda según lo previsto en el régimen de delegaciones vigente, en los estatutos de las entidades dependientes, en su normativa o acuerdos específicos adoptados.

Artículo 12.- Criterios para la fijación del importe.

1. La aportación económica vendrá determinada por la entidad de la colaboración en la publicidad de esta Diputación de Badajoz mediante la aplicación de la siguiente metodología:

- a) Determinación del importe del patrocinio:

El área funcional o entidad, una vez recibida la solicitud y propuesta de patrocinio, procederá a la evaluación y valoración económica del "retorno publicitario" propuesto, al objeto de determinar el precio del contrato, de lo cual quedará debida constancia a través del informe-propuesta en el anexo III y, que en ningún caso, podrá superar el importe del retorno calculado conforme lo regulado en esta Ordenanza.

b) Verificación de la equivalencia de las prestaciones entre las partes:

La equivalencia dineraria del patrocinio será la resultante del múltiplo resultante de aplicar 25,00 euros (sin IVA) por el sumatorio total de los puntos obtenidos por cada uno de los conceptos incluidos en los siguientes tres bloques:

Bloque 1. "Del evento o actividad": En el que se distinguen los siguientes apartados:

- Rango, dentro del mismo habrá que seleccionar uno de los siguientes parámetros:

- Naming: Para el caso que se incluya en la denominación del evento "Diputación de Badajoz". Este solo será aplicable cuando esta entidad local lo estime conveniente para sus intereses. Dentro de este parámetro, se observan estos conceptos asignándose una determinada puntuación:

1. Local: 30 puntos.
2. Comarcal: 40 puntos.
3. Provincial: 50 puntos.
4. Regional: 100 puntos.
5. Nacional: 400 puntos.
6. Internacional: 800 puntos.

- Nivel de presencia del patrocinio, en función del número de patrocinadores del evento.

a. Cuatro patrocinadores:

- a.1. Nivel 4: 8 puntos.
- a.2. Nivel 3 (tamaño 10% mayor): 16 puntos.
- a.3. Nivel 2 (tamaño 10% mayor): 24 puntos.
- a.4. Nivel 1 (tamaño 10% mayor): 32 puntos.

b. Tres patrocinadores:

- b.1. Nivel 3: 8 puntos.
- b.2. Nivel 2 (10% mayor): 16 puntos.
- b.3. Nivel 1 (10% mayor): 24 puntos.

c. Dos patrocinadores:

- c.1. Nivel 2: 8 puntos.
- c.2. Nivel 1 (10% mayor): 16 puntos.

d. Un patrocinador:

d.1. Único nivel: 12 puntos.

- Características, este apartado está compuesto por los siguientes parámetros:

- Número de habitantes de la localidad: Para el caso que el evento patrocinado se desarrolle en varias localidades el concepto a seleccionar será el de la suma de los habitantes de todas ellas. Además, podrá considerarse el radio de influencia reflejado en la memoria descriptiva del evento.

1. Menos de 1.000 hab.: 6 puntos.
2. Entre 1.001 y 5.000 hab.: 10 puntos.
3. Entre 10.000 y 14.999 hab.: 20 puntos.
4. Entre 15.000 y 25.000 hab.: 45 puntos.
5. Entre 25.001 y 49.999 hab.: 60 puntos.
6. Más de 50.000 hab.: 75 puntos.

- Duración del evento: Para la elección del concepto habrá de tenerse en cuenta dos premisas, por un lado, si el evento tiene lugar en varias localidades, el número de jornadas será la suma de todas ellas; por otro lado, si se celebra en días separados en el tiempo, estos deben sumarse.

1. 1 día: 5 puntos.
2. De 2 a 7 días: 10 puntos.
3. Entre 8 y 15 días: 15 puntos.
4. Entre 16 y 1 mes: 30 puntos.
5. Más de 1 mes a 3 meses: 40 puntos.
6. Más de 3 a 6 meses: 60 puntos.
7. Más de 6 meses a 9 meses: 80 puntos.
8. Más de 9 meses 12 meses: 100 puntos.

- Grado de consolidación del evento: En función del número de ediciones.

1. 1.ª edición: 10 puntos.
2. Entre la 2.ª y la 5.ª edición: 15 puntos.
3. Entre la 6.ª y la 10.ª edición: 20 puntos.
4. Entre la 11.ª y la 20.ª edición: 40 puntos.
5. Entre la 21.ª y la 50.ª edición: 70 puntos.
6. Entre la 51.ª y la 100.ª edición: 100 puntos.
7. A partir de la 101.ª edición: 120 puntos.

- Tipología de asistentes: En función de la especialización del público asistente.

1. Foro especializado: 2 puntos.
2. Público en general: 4 puntos.
3. Mixto: 6 puntos.

- Presencia de logotipo, se distinguen los siguientes parámetros:

- Ropa oficial principal: Para la aplicación de este parámetro, el logotipo debe tener un tamaño, como mínimo, del escudo.

1. Otras ubicaciones: 10 puntos.
2. Zona preferente (pecho, dorsal): 20 puntos.
3. Único patrocinador (zona preferente): 40 puntos.

- Prendas oficiales secundarias (sudaderas, chándal...): Al igual que en el parámetro anterior el logotipo debe tener un tamaño mínimo al del escudo.

1. Otras ubicaciones: 10 puntos.
2. Zona preferente (pecho, dorsal): 20 puntos.
3. Único patrocinador (zona preferente): 40 puntos.

- Otras prendas: El logotipo debe ser de un tamaño mínimo al del escudo.

1. Otras ubicaciones: 5 puntos.
2. Zona preferente (pecho, dorsal): 10 puntos.
3. Único patrocinador (zona preferente): 20 puntos.

- Web: Para aplicar este parámetro es preceptivo que el logotipo de la Diputación de Badajoz aparezca en la "zona de patrocinadores" de la página web del evento.

1. Sí: 10 puntos.
2. No: 0 puntos.

- Cartel oficial del evento.

1. Sí: 10 puntos.
2. No: 0 puntos.

- Programa oficial del evento.

1. Sí: 10 puntos.
2. No: 0 puntos.

- Photocall.

1. Sí: 10 puntos.

2. No: 0 puntos.

– Dorsal: En función del espacio que ocupe dentro de la zona destinada a logotipos.

1. Zona patrocinio (presencia logo): 3 puntos.

2. Zona patrocinio $\frac{1}{3}$: 6 puntos.

3. Zona patrocinio $\frac{1}{2}$: 12 puntos.

4. Zona patrocinio exclusivo: 30 puntos.

– Acreditaciones.

1. Sí: 2 puntos.

2. No: 0 puntos.

– Podium, entrega de premios o diplomas.

1. Sí: 10 puntos.

2. No: 0 puntos.

– Roll-up.

1. Sí: 2 puntos.

2. No: 0 puntos.

– Lonas publicitarias (tipo cubre vallas): Deben tener al menos una medida de 3*1 o 3 m².

1. 6 lonas (18 m²): 12 puntos.

2. 8 lonas (24 m²): 16 puntos.

3. 12 lonas (36 m²): 24 puntos.

4. 18 lonas (54 m²): 36 puntos.

5. 24 lonas (72 m²): 48 puntos.

– Banderolas tipo surf: Las utilizadas en interiores tendrán una medida mínima de 2 metros y para exteriores de 4 metros.

1. 4 banderolas: 16 puntos.

2. 8 banderolas: 32 puntos.

3. 10 banderolas: 40 puntos.

4. 16 banderolas: 64 puntos.

– Podium institucional, arco de meta o de salida.

1. Zona patrocinio (presencia logo): 8 puntos.
2. Zona patrocinio $\frac{1}{3}$: 20 puntos.
3. Zona patrocinio $\frac{1}{2}$: 40 puntos.
4. Zona patrocinio exclusivo: 80 puntos.

– Otros soportes, el centro gestor podrá valorar la presencia del logotipo en otros soportes, asignándole una determinada puntuación.

- Gastos, habrá de acreditarse a través de facturas o justificantes de pago, en su caso. Se diferencian entre:

– Gastos generales de organización, en el mismo se incluyen los relativos a seguridad, limpieza, seguros, transportes, montajes, alquiler de equipos o instalaciones, papelería, azafatas y recursos humanos. Asimismo, en el supuesto de clubs deportivos se considerará el presupuesto anual de jugadores.

1. De 1.000,00 a 2.500,00 euros: 15 puntos.
2. De 2.501,00 a 5.000,00 euros: 15 puntos.
3. De 5.001,00 a 7.500,00 euros: 15 puntos.
4. De 7.501,00 a 10.000,00 euros: 20 puntos.
5. De 10.001,00 a 15.000,00 euros: 25 puntos.
6. De 15.001,00 a 25.000,00 euros: 30 puntos.
7. De 25.001,00 a 35.000,00 euros: 35 puntos.
8. De 35.001,00 a 50.000,00 euros: 50 puntos.
9. De 50.001,00 a 75.000,00 euros: 75 puntos.
10. De 75.001,00 a 100.000,00 euros: 100 puntos.
11. De 100.001,00 a 150.000,00 euros: 150 puntos.
12. De 150.001,00 a 250.000,00 euros: 240 puntos.
13. De 250.001,00 a 500.000,00 euros: 450 puntos.
14. Más de 500.000,00 euros: 600 puntos.

– Gastos contratación de actividades, entre las que se encuentran los referentes a ponentes, exhibiciones, degustaciones, comidas, vinos de honor u otras actividades de reclamo.

1. De 1.000,00 a 2.500,00 euros: 15 puntos.
2. De 2.501,00 a 5.000,00 euros: 15 puntos.
3. De 5.001,00 a 7.500,00 euros: 15 puntos.
4. De 7.501,00 a 10.000,00 euros: 20 puntos.
5. De 10.001,00 a 15.000,00 euros: 25 puntos.

6. De 15.001,00 a 25.000,00 euros: 30 puntos.
7. De 25.001,00 a 35.000,00 euros: 35 puntos.
8. De 35.001,00 a 50.000,00 euros: 50 puntos.
9. De 50.001,00 a 75.000,00 euros: 75 puntos.
10. De 75.001,00 a 100.000,00 euros: 100 puntos.
11. De 100.001,00 a 150.000,00 euros: 150 puntos.
12. De 150.001,00 a 250.000,00 euros: 240 puntos.
13. De 250.001,00 a 500.000,00 euros: 450 puntos.
14. Más de 500.000,00 euros: 600 puntos.

- Asistencia de público, si el evento se realiza bajo taquilla se atenderá al número de entradas vendidas durante el período de desarrollo del evento o actividad patrocinada. Igualmente, si estos se realizan durante varias jornadas se sumarán los asistentes diarios.

1. Entre 25 y 100 personas: 10 puntos.
2. Entre 101 y 500 personas: 10 puntos.
3. Entre 501 y 1.000 personas: 20 puntos.
4. Entre 1.001 y 2.000 personas: 30 puntos.
5. Entre 2.001 y 3.000 personas: 35 puntos.
6. Entre 3.001 y 5.000 personas: 40 puntos.
7. Entre 5.001 y 8.000 personas: 45 puntos.
8. Entre 8.001 y 12.000 personas: 50 puntos.
9. Entre 12.001 y 20.000 personas: 55 puntos.
10. Entre 20.001 y 30.000 personas: 60 puntos.
11. Entre 30.001 y 50.000 personas: 65 puntos.
12. Entre 50.001 y 75.000 personas: 70 puntos.
13. Más de 75.001 personas: 80 puntos.

BLOQUE 1 "DEL EVENTO"			
		Puntuación máxima	Puntuación mínima
Rango de patrocinio			
	Naming	800	30
	Presencia patrocinio	32	8
Total rango:		800	8
Características evento			
	Número habitantes localidad	75	6
	Duración del evento	100	5
	Grado de consolidación	120	10
	Tipología asistentes	6	2

BLOQUE 1 "DEL EVENTO"			
		Puntuación máxima	Puntuación mínima
Total características evento:		301	23
Presencia logotipo			
	Ropa oficial principal	40	10
	Prendas oficial secundarias	40	10
	Otras prendas	20	5
	Web	10	0
	Cartel oficial evento	10	0
	Programa oficial evento	10	0
	Photocall	10	0
	Dorsal	30	3
	Acreditaciones	2	0
	Podium/entrega premios	10	0
	Roll-up	2	0
	Lonas publicitarias	48	12
	Banderolas	64	16
	Podium institucional-arco de meta	80	8
Total presencia logotipo:		376	0
	Gastos generales de organización	600	15
	Gastos contratación actividades	600	15
Total gastos del evento:		1.200	15
Asistencia			
	Asistencia de público	80	10
Total asistencia:		80	10

Bloque 2 "Promoción del evento": En el que se distinguen los siguientes apartados:

- Redes Sociales (RR.SS), los perfiles deben ser propios del evento o actividad a patrocinar. Formado por los siguientes parámetros:

- RR.SS. para eventos inferiores a un mes. Para la aplicación de este parámetro es necesario que se realice, al menos, un post con patrocinio de la Diputación y se etiquete a esta entidad en todas las publicaciones.

1. 1 red social: 4 puntos.
2. 2 redes sociales: 6 puntos.
3. Más de 2 redes sociales: 10 puntos.

- RR.SS. para eventos de duración entre uno a tres meses. Se configura como requisito imprescindible hacer, al menos, 1 post mensual con patrocinio de la Diputación de Badajoz así como etiquetar a la entidad local en todas las publicaciones.

1. 1 red social: 6 puntos.
2. 2 redes sociales: 8 puntos.
3. Más de 2 redes sociales: 12 puntos.

– RR.SS. para evento superiores a tres meses. Al igual que en el parámetro anterior, hay que hacer, al menos, 1 post al mes con patrocinio de la Diputación de Badajoz y etiquetar a esta entidad en todas las publicaciones.

1. 1 red social: 10 puntos.
2. 2 redes sociales: 12 puntos.
3. Más de 2 redes sociales: 16 puntos.

– Community manager, habrá de especificarse datos personales (nombre, apellidos, DNI o CIF).

1. Evento inferiores a 1 mes: 10 puntos.
2. Entre 1 y 3 meses: 15 puntos.
3. Más de 3 meses: 20 puntos.

– Publicidad en medios regionales.

– Campaña para televisión regional:

a. Sin presencia de Diputación:

1. Entre 750 y 1.000: 10 puntos.
2. Entre 1.001 y 5.000: 40 puntos.
3. Entre 5.001 y 15.000: 45 puntos.
4. Entre 15.001 y 30.000: 50 puntos.
5. Entre 30.001 y 60.000: 80 puntos.
6. 60.001 en adelante: 140 puntos.

b. Con presencia de Diputación:

1. Entre 750 y 1.000: 20 puntos.
2. Entre 1.001 y 5.000: 50 puntos.
3. Entre 5.001 y 15.000: 60 puntos.
4. Entre 15.001 y 30.000: 70 puntos.
5. Entre 30.001 y 60.000: 100 puntos.
6. 60.001 en adelante: 200 puntos.

– Campaña en prensa regional:

a. Sin presencia de Diputación:

1. Entre 750 y 1.000: 5 puntos.

2. Entre 1.001 y 5.000: 25 puntos.
3. Entre 5.001 y 15.000: 35 puntos.
4. Entre 15.001 y 30.000: 40 puntos.
5. Entre 30.001 y 60.000: 60 puntos.
6. 60.001 en adelante: 120.

b. Con presencia de Diputación:

1. Entre 750 y 1.000: 10 puntos.
2. Entre 1.001 y 5.000: 20 puntos.
3. Entre 5.001 y 15.000: 40 puntos.
4. Entre 15.001 y 30.000: 120 puntos.
5. Entre 30.001 y 60.000: 150 puntos.
6. 60.001 en adelante: 175 puntos.

– Campaña en radio regional:

a. Sin presencia de Diputación:

1. Entre 750 y 1.000: 5 puntos.
2. Entre 1.001 y 5.000: 25 puntos.
3. Entre 5.001 y 15.000: 35 puntos.
4. Entre 15.001 y 30.000: 40 puntos.
5. Entre 30.001 y 60.000: 60 puntos.
6. 60.001 en adelante: 120 puntos.

b. Con presencia de Diputación:

1. Entre 750 y 1.000: 10 puntos.
2. Entre 1.001 y 5.000: 20 puntos.
3. Entre 5.001 y 15.000: 40 puntos.
4. Entre 15.001 y 30.000: 120 puntos.
5. Entre 30.001 y 60.000: 150 puntos.
6. 60.001 en adelante: 175 puntos.

– Publicidad exterior, vía vallas, banderolas, mupis, autobuses etc.

a. Sin presencia de Diputación:

1. Entre 750 y 1.000: 5 puntos.
2. Entre 1.001 y 5.000: 25 puntos.
3. Entre 5.001 y 15.000: 35 puntos.
4. Entre 15.001 y 30.000: 40 puntos.
5. Entre 30.001 y 60.000: 60 puntos.
6. 60.001 en adelante: 120 puntos.

b. Con presencia de Diputación:

1. Entre 750 y 1.000: 10 puntos.
2. Entre 1.001 y 5.000: 20 puntos.
3. Entre 5.001 y 15.000: 40 puntos.
4. Entre 15.001 y 30.000: 120 puntos.
5. Entre 30.001 y 60.000: 150 puntos.
6. 60.001 en adelante: 175 puntos.

- Publicidad en medios comarcales y locales.

- Campaña para televisión comarcal y local:

a. Sin presencia de Diputación:

1. Entre 0 y 500: 5 puntos.
2. Entre 501 y 1.500: 30 puntos.
3. 1.501 en adelante: 40 puntos.

b. Con presencia de Diputación:

1. Entre 0 y 500: 10 puntos.
2. Entre 501 y 1.500: 40 puntos.
3. 1.501 en adelante: 80 puntos.

- Campaña en prensa comarcal y local:

a. Sin presidencia de Diputación:

1. Entre 0 y 500: 5 puntos.
2. Entre 501 y 1.500: 15 puntos.
3. 1.501 en adelante: 30 puntos.

b. Con presidencia de Diputación:

1. Entre 0 y 500: 10 puntos.
2. Entre 501 y 1.500: 30 puntos.
3. 1.501 en adelante: 70 puntos.

– Campaña en radio comarcal y local:

a. Sin presencia de Diputación:

1. Entre 0 y 500: 5 puntos.
2. Entre 501 y 1.500: 15 puntos.
3. 1.501 en adelante: 30 puntos.

b. Con presencia de Diputación:

1. Entre 0 y 500: 10 puntos.
2. Entre 501 y 1.500: 30 puntos.
3. 1.501 en adelante: 70 puntos.

– Otras acciones publicitarias, que habrá que especificar:

a. Sin presencia de Diputación:

1. Entre 0 y 500: 5 puntos.
2. Entre 501 y 1.500: 15 puntos.
3. 1.501 en adelante: 30 puntos.

b. Con presencia de Diputación:

1. Entre 0 y 500: 10 puntos.
2. Entre 501 y 1.500: 30 puntos.
3. 1.501 en adelante: 70 puntos.

- Noticias. Este apartado solo podrá contabilizarse a partir de la 2.ª edición ya que se calcula el valor de los conceptos y parámetros a partir del dossier de prensa. Este dossier de prensa deberá tener un contenido mínimo, dependiendo del tipo de medio de comunicación.

Así, para medios digitales: Enlace y pantallazo de la noticia; para prensa en papel: Fotocopia de la página donde se refleje la fecha y el medio; radio: Enlace con la noticia especificándose la emisora y la fecha de emisión; otros medios: Justificante de imagen o audio.

– Noticias publicadas en prensa.

1. Entre 1 y 5 noticias: 10 puntos.
2. Entre 6 y 10 noticias: 30 puntos.
3. Entre 11 y 20 noticias: 40 puntos.
4. Entre 21 y 30 noticias: 50 puntos.
5. Entre 31 y 40 noticias: 60 puntos.
6. Entre 41 y 80 noticias: 70 puntos.
7. Más de 80 noticias: 80 puntos.

– Noticias publicadas en prensa con presencia de la Diputación de Badajoz, para calificarla como tal debe aparecer en la fotografía el logo de esta entidad o bien se nombre en el texto de la noticia.

1. Entre 1 y 5 noticias: 20 puntos.
2. Entre 6 y 10 noticias: 40 puntos.
3. Entre 11 y 20 noticias: 80 puntos.
4. Entre 21 y 30 noticias: 120 puntos.
5. Entre 31 y 40 noticias: 160 puntos.
6. Entre 41 y 80 noticias: 200 puntos.
7. Más de 80 noticias: 240 puntos.

BLOQUE 2 "PROMOCIÓN"			
		Puntuación máxima	Puntuación mínima
Redes sociales			
	RR.SS. eventos < 1 mes	10	4
	RR.SS. eventos 1 a 3 meses	12	6
	RR.SS. eventos > 3 meses	16	10
	Community Manager	20	10
Total RR.SS.:		58	4
Publicidad en medios regionales			
	Campaña TV	200	10
	Campaña prensa	175	5
	Campaña en Radio	175	5
	Publicidad exterior	175	5
Total publicidad medios regionales:		725	5
Publicidad medios locales y comarcales			
	Campaña TV	80	5
	Campaña prensa	70	5
	Campaña en Radio	70	5
	Otra acciones publicitarias	70	5
Total publicidad medios locales y comarcales:		290	5
Noticias			

BLOQUE 2 "PROMOCIÓN"			
		Puntuación máxima	Puntuación mínima
	Publicadas en prensa gral.	80	10
	Publicadas en prensa con Diputación	240	20
Total noticias:		320	10

Bloque 3 "Actos institucionales": Formado por el apartado único:

- Actos institucionales. Para la aplicación de los parámetros contenidos en este apartado se establecen como requisitos que la noticia se cubra por medios de comunicación y se realice difusión a través de redes sociales.

- Rueda de prensa de presentación del evento:

1. Sí con mención o intervención de la Diputación de Badajoz: 30 puntos.
2. Sí: 10 puntos.
3. No: 0 puntos.

- Inauguración institucional:

1. Sí con mención o intervención de la Diputación de Badajoz: 40 puntos.
2. Sí: 20 puntos.
3. No: 0 puntos.

- Entrega de premios, que habrá que especificar:

1. Sí con mención o intervención de la Diputación de Badajoz: 40 puntos.
2. Sí: 20 puntos.
3. No: 0 puntos.

- Otros actos institucionales:

1. Sí con mención o intervención de la Diputación de Badajoz: 20 puntos.
2. Sí: 10 puntos.
3. No: 0 puntos.

BLOQUE 3 "Actos institucionales"			
		Puntuación máxima	Puntuación mínima
Actos institucionales			
	Rueda prensa presentación evento	30	0
	Inauguración institucional	40	0
	Entrega de premios	40	0
	Otros actos institucionales	20	0

BLOQUE 3 "Actos institucionales"		
	Puntuación máxima	Puntuación mínima
Total actos institucionales:	130	0

La valoración de los bloques, apartados, parámetros y conceptos relacionados serán objeto de revisión y actualización con el fin de acercar la misma a los precios razonables de mercado existentes en cada momento, por el Pleno de la Diputación se estimara conveniente. De igual forma, para aquellos patrocinios en los que por su singular naturaleza deban tenerse en cuenta otros aspectos o consideraciones no contempladas en el anexo II, se dejará oportuna constancia de ello en el anexo III, así como del criterio de valoración aplicado al mismo.

Como resultado de la aplicación de los criterios descritos se determinará el importe del patrocinio, más IVA (21%), lo que quedará reflejado en el anexo III y IV como precio final del contrato a formalizar por las partes.

Finalmente, se establecen los siguientes tramos económicos que responderán, en función de las características propias de los mismo y a criterio del centro gestor, a las necesidades de patrocinio de la Diputación de Badajoz (IVA incluido):

- Hasta 1.500,00 euros	- Hasta 7.000,00 euros	- Hasta 30.000,00 euros
- Hasta 3.000,00 euros	- Hasta 10.000,00 euros	- Hasta 50.000,00 euros
- Hasta 5.000,00 euros	- Hasta 15.000,00 euros	- Más de 50.000,00 euros

Artículo 13.- Condiciones específicas de los contratos de patrocinio.

1. En el contrato se establecerán las exigencias de justificación por parte del patrocinado a fin de verificar el cumplimiento de los requisitos del retorno económico obtenido, pudiendo dar lugar a una minoración en la cantidad final a liquidar o incluso al reintegro parcial de la cantidad abonada en caso de no cumplirse o cumplirse insuficientemente la estimación inicial del patrocinio en todos sus aspectos.

2. La Comisión Técnica de Patrocinios podrá dictar, conforme a lo dispuesto en la letra f) del artículo 4 de esta Ordenanza, instrucciones o recomendaciones para el correcto cumplimiento de lo establecido en este Título, y está facultado para interpretar y resolver cuantas cuestiones surjan de su aplicación e instar que se dicten las resoluciones precisas para su cumplimiento, sin perjuicio de las competencias que correspondan al órgano de contratación, en su caso.

Artículo 14.- Procedimiento, tramitación y justificación.

1. La Comisión Técnica de Patrocinios dictaminará las solicitudes recibidas por las áreas, iniciando estas, una vez obtenido el dictamen favorable, el procedimiento de adjudicación.

2. Dada la naturaleza y objeto de este tipo de contratos, el procedimiento de adjudicación más habitual será la adjudicación directa a través del contrato menor, conforme a la Instrucción aprobada por la Diputación, sin perjuicio de la utilización del procedimiento negociado sin publicidad previsto en el artículo 168. a. 2.ª de la LCSP.

3. El expediente de patrocinio se iniciará con la presentación del anexo I -solicitud de patrocinio por el interesado-, en el registro general de la Diputación Provincial o entidad del sector público, a la que deberá acompañarse preceptivamente la siguiente documentación:

- a. Memoria explicativa del evento a desarrollar.
- b. Propuesta de Patrocinio, según modelo establecido en el anexo II, al objeto de permitir al centro gestor actuante la valoración económica del retorno publicitario ofertado, conforme al anexo III.

El importe de esta valoración del retorno publicitario quedará reflejado en el informe-propuesta de patrocinio (anexo III), que deberá constar firmado electrónicamente por el Jefe de Servicio o responsable administrativo del centro gestor que inicie el expediente.

4. Recibidas la solicitud y propuesta de patrocinio, una vez obtenido dictamen favorable de la Comisión Técnica de Patrocinios (apartado 1 de este artículo), así como determinado el precio del contrato, el centro gestor actuante, a través de los aplicativos internos, realizará las actuaciones siguientes, en función del tipo de contrato.

5. Cuando el importe del contrato de patrocinio sea igual o superior a 15.000,00 euros, IVA no incluido, la licitación deberá tramitarse de forma electrónica, con las condiciones y requisitos fijados por la legislación contractual vigente.

En este caso, el procedimiento se iniciará con la solicitud del patrocinado y el anexo II, junto con la siguiente documentación:

- a) Propuesta de contratación mayor.
- b) Retención de crédito.
- c) Pliego de prescripciones técnicas, en el que se incluirán los precios de mercados asignados para cada una de las acciones publicitarias a realizar por la patrocinada de conformidad con los criterios establecidos en el artículo 12, así como el cuadro resumen de la valoración realizada por el centro gestor cuyo importe final, incluyendo el IVA correspondiente, representará el precio final.
- d) Informes preceptivos conforme a la normativa sectorial vigente.

6. Se formalizará el correspondiente contrato de patrocinio (anexo IV), documento por medio del cual ambas partes, patrocinador y patrocinado, asumen el compromiso del cumplimiento de los términos manifestados previamente en los anexos II y III, en su caso, de las presentes normas.

7. En cuanto al cumplimiento del contrato, con carácter previo al reconocimiento de la obligación, deberá quedar debidamente justificado el cumplimiento de aquellos parámetros a los que se comprometió la entidad patrocinada por medio de la formalización del contrato de patrocinio suscrito entre las partes, justificando cada uno de los parámetros establecidos en el anexo II.

No obstante, a efectos de ejecución y justificación del patrocinio, se tendrá en cuenta que, en el caso de que el adjudicatario del patrocinio no haya cumplido con exactitud las prestaciones previstas en el anexo II y no pueda justificar otra serie de prestaciones equivalentes a estas, deberán deducirse los importes correspondientes a los servicios/prestaciones no realizados en el momento de abonar el importe del citado contrato.

Finalmente, para el caso de que el adjudicatario del patrocinio no haya cumplido su compromiso en los términos acordados, podrá sustituirlos por otros, previa conformidad del centro gestor del contrato sin modificar el importe del mismo.

CAPÍTULO III.- CONVENIOS INTERADMINISTRATIVOS DE COLABORACIÓN PARA ACTIVIDADES

Artículo 15.- Convenio interadministrativo de colaboración.

La Diputación Provincial y su sector público podrán suscribir convenios de colaboración interadministrativos para el fomento de aquellas actividades contempladas en el artículo 10 celebradas por otras administraciones u otras entidades del sector público, cuando concurra entre ambas un interés público común. En estos casos el convenio, además de una subvención, podrá incorporar compromisos de difusión de la imagen de la provincia a cargo de la entidad beneficiaria proporcionales a la subvención recibida.

TÍTULO II.- RÉGIMEN JURÍDICO DE LA ACTIVIDAD DE LA DIPUTACIÓN Y SU SECTOR PÚBLICO COMO ENTIDAD PATROCINADA

Artículo 16.- Ámbito objetivo del patrocinio pasivo.

1.- Son objeto de este artículo los patrocinios pasivos provinciales.

2.- Serán susceptibles de patrocinio:

- a) Aportaciones dinerarias o materiales vinculadas directamente con el proyecto o actividad

patrocinada de las incluidas en el artículo 10.

b) Cesiones de bienes muebles o inmuebles.

3.- No podrán admitirse patrocinios que consistan en porcentajes de participación en ventas o beneficios del patrocinador.

Artículo 17.- Ámbito subjetivo.

1.- Este Título se aplicará a la Diputación Provincial y su sector público.

2.- Podrán ostentar la condición de patrocinador las personas físicas y jurídicas sometidas a derecho privado, que tengan plena capacidad de obrar, se hallen al corriente de sus obligaciones tributarias y con la Seguridad Social y no estén incursas en alguna prohibición de las previstas en la normativa vigente en cada momento, en materia de contratación del sector público.

Artículo 18.- Órgano competente.

La Presidencia, será competente para la aprobación de la propuesta anual de actividades a realizar mediante patrocinios, que contemple las de la Diputación Provincial y su sector público.

Artículo 19.- Propuesta anual de actividades de interés general a realizar mediante patrocinios.

1.- La propuesta anual de actividades de interés general a realizar mediante patrocinios contendrá, para cada actividad a patrocinar, un documento descriptivo, al menos, de los siguientes extremos:

- a) Denominación de la actividad y de los fines de interés general de competencia provincial a satisfacer.
- b) El área funcional o entidad provincial competente para recepcionar las solicitudes de patrocinio por razón de la actividad a patrocinar.
- c) Fecha o periodo de realización de la actividad.
- d) Modalidad del patrocinio que mejor satisfaga las necesidades de la entidad patrocinada.
- e) Presupuesto de la actividad, que podrá incluir, en su caso, los gastos de gestión o captación del patrocinio.
- f) Cuantías mínima y máxima de las aportaciones.
- g) Criterios de selección de los patrocinadores, determinándose la prioridad de las respectivas ofertas de patrocinio atendiendo a las más ventajosas para los intereses provinciales en su conjunto.
- h) La posibilidad de establecer, en su caso, la exclusividad para un solo patrocinador de entre los de un mismo sector de actividad, atendiendo, igualmente, a la oferta más ventajosa para los intereses provinciales en su conjunto.
- i) Derechos que se le reconozcan al patrocinador de manera proporcionada a la aportación correspondiente, con expresión de las modalidades de difusión publicitaria que la entidad patrocinada tenga concertadas con los distintos medios de comunicación.
- j) Posibilidad de excluir determinados patrocinadores por incurrir su objeto social en conflicto con el fin de interés general de la actividad a patrocinar o comportar un posible daño reputacional para la entidad patrocinada.

2.- A tal efecto, las distintas áreas y entidades remitirán a la Presidencia, antes del 1 de septiembre de cada año, las propuestas de actividades provinciales que prevean realizar, total o parcialmente, el año siguiente mediante patrocinio, acompañadas de la información del apartado anterior.

3.- La propuesta anual de todas las actividades a patrocinar se publicará en el Boletín Oficial de la Provincia, para general conocimiento, antes del 31 de octubre de cada año.

Artículo 20.- Procedimiento de selección de patrocinadores.

1.- Las personas o entidades interesadas en adquirir la condición de patrocinador deberán presentar solicitud, a tal efecto, en el registro general de la Diputación Provincial o entidad del sector público.

2.- Las solicitudes que se formulen por los interesados deberán contener:

- a) Nombre y apellidos o razón social del interesado y, en su caso, de la persona que lo represente.
- b) Identificación del medio electrónico, o en su defecto, lugar físico en que desea que se practiquen las notificaciones. Adicionalmente, los interesados podrán aportar su dirección de correo electrónico y/o dispositivo electrónico para la recepción de los avisos de envío opuesta a disposición de las notificaciones.
- c) Actividad o actividades provinciales que solicita patrocinar.
- d) Cuantía del patrocinio ofrecido, que incluirá la valoración de los ofrecidos en especie, en su caso.
- e) Modo en el que pretende desarrollar los derechos del patrocinador, de entre los propuestos en la propuesta anual.
- f) Lugar y fecha.
- g) Firma del solicitante.

3.- Las ofertas de patrocinio podrán presentarse desde el día siguiente al de la publicación de la propuesta anual de patrocinios en el Boletín Oficial de la Provincia y, en todo caso, con una antelación mínima de 2 meses a la celebración de la actividad.

4.- El área o entidad competente remitirá informe con el siguiente contenido a la Comisión Técnica para su dictamen:

- a) Las ofertas de patrocinio presentadas.
- b) Informe propuesta de selección que deberá detallar:
 - Las ofertas formuladas con su correspondiente descripción, previo certificado de registro de entrada.
 - Pronunciamiento sobre la valoración de las aportaciones en especie conforme a precios de mercado.
 - Desglose de ingresos y gastos de la actividad.
- c) Borrador del convenio de patrocinio, que especificará, entre otros, los siguientes aspectos:
 - Nombre y apellidos o razón social de la/s persona/s o entidad/es patrocinadora/s, domicilio y número de identificación fiscal. En el supuesto de entidades jurídicas quien actúe en su nombre, especificando el poder con el que actúa.
 - Actividad provincial que va a ser objeto del patrocinio.
 - La cuantía del patrocinio ofrecido.
 - Obligaciones y derechos de las partes y plazo para su cumplimiento.
 - La aplicación de la normativa en materia de protección de datos de carácter personal.
 - Cuantos requisitos vengán exigidos por la normativa de aplicación.

5.- La Comisión Técnica estudiará las ofertas presentadas, emitiendo informe-propuesta de selección de las más ventajosas y de desestimación, de manera motivada, de las que no se ajusten a dichos criterios o en la normativa que resulte de aplicación, así como las que comporten riesgo de daño reputacional a la Diputación,

entren en conflicto con sus fines institucionales o con el espíritu de las actividades organizadas.

6.- Seguidamente se aprobará el patrocinio por el órgano competente.

7.- Se notificará a las áreas y entidades, a quienes corresponde el impulso del procedimiento administrativo para la aprobación, en su caso, por el órgano competente, del convenio de patrocinio, siguiendo los trámites preceptivos, de conformidad con su normativa específica.

8.- En caso de que, llegada la fecha publicada para la realización de la actividad objeto de patrocinio, no se hubiese resuelto el procedimiento administrativo por el órgano competente, se entenderá que el sentido del silencio es desestimatorio, y los interesados que hubieren comparecido podrán entender rechazadas sus pretensiones.

Artículo 21.- Ejecución del convenio de patrocinio.

La no realización de la actividad patrocinada dará derecho al patrocinador a solicitar el reintegro de la aportación de forma proporcional al grado de inejecución de la actividad de difusión comprometida en el convenio.

TÍTULO III.- PAGO

Artículo 22.- Pago y justificación.

1. El pago del precio, en caso de patrocinios a personas físicas y entidades privadas con ánimo de lucro, se realizará contra la presentación de las correspondientes facturas que deberá efectuarse de conformidad con lo establecido en el Reglamento del Registro Provincial de Facturas.

2. Para el caso de administraciones públicas y asociaciones sin ánimo de lucro, el pago del precio se realizará previa presentación de cuenta justificativa de los gastos incurridos en el contrato o convenio de patrocinio, adjuntando de manera ordenada facturas o documentos admitidos en tráfico mercantil en formato digital que cumplan los requisitos establecidos en el Real Decreto 1619/2012 o la legislación aplicable, así como cualquier documento que justifique el pago efectivo de los gastos incurridos, mediante cualquier documento con validez jurídica en el ámbito mercantil, como copias de transferencias bancarias o cheques con extracto bancario justificativo de que los mismos han sido cobrados.

3. Junto con la cuenta justificativa o factura, en su caso, habrán de justificar el cumplimiento de todos los parámetros a los que a los que se hubieran comprometido en el anexo II.

TÍTULO IV.- ACTUALIZACIÓN Y EVALUACIÓN

Artículo 23.- Actualización y evaluación.

1. Semestralmente se actualizarán el Plan Estratégico y Plan de Actuación Anual incluyendo todas aquellas modificaciones que se hayan producido durante ese periodo de tiempo.

2. Podrá gestionarse la tramitación de patrocinios activos y pasivos no contemplados inicialmente en el Plan Estratégico y Plan de Actuación Anual sin necesidad de su actualización, motivado en el interés general, previo dictamen favorable de la Comisión Técnica, siempre y cuando se proceda a su inclusión en la próxima actualización semestral.

3. En los tres primeros meses del ejercicio siguiente, se reunirá la Comisión Técnica al objeto de evaluar, previo informe por cada una de las áreas y entidades, los patrocinios activos y pasivos suscritos a lo largo del ejercicio precedente finalizado, realizando dos tipos de análisis:

a. Por un lado, un análisis cuantitativo en el que se hará referencia al número de contratos de patrocinio efectuados, su repercusión económica, las áreas y entidades afectadas y la modalidad contractual elegida.

b. Por otro lado, un análisis cualitativo atendiendo a la codificación según temática, ámbito de impacto, público destinatario y organizador.

Disposición transitoria.

La presente Ordenanza será de aplicación a los nuevos patrocinios que se suscriban a partir de su entrada en vigor.

Disposición derogatoria.

Queda expresamente derogada la Instrucción del Plan de Patrocinios aprobada por el Presidente de la Diputación Provincial de Badajoz con fecha 23 de diciembre de 2020.

Disposición final única. Entrada en vigor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 70.2 de la Ley Reguladora de las Bases de Régimen Local, la presente Ordenanza entrará en vigor una vez se haya publicado completamente su texto en el Boletín Oficial de la Provincia y haya transcurrido el plazo establecido en el artículo 65.2 de dicha ley.

ANEXO I. SOLICITUD DE INICIO DEL PATROCINIO

SOLICITUD DE PATROCINIO	
Entidad/Patrocinada:	
Dirección:	
CIF/NIF:	
Email:	
Teléfono:	
Persona de contacto:	
Actividad a patrocinar:	
Centro gestor al que se dirige:	
Con motivo de la celebración del evento/actividad: _____, cuyo patrocinio se propone y toda aquella información relevante que permita a la Excm. Diputación Provincial de Badajoz determinar el alcance e impacto del mismo, así como la valoración económica del retorno publicitario propuesto por medio del anexo II que igualmente se adjunta a la presente solicitud.	
En Badajoz, a _____ de _____ de 20__	
Fdo.- _____	

Documentación aportada	SÍ	NO
Adjunta memoria descriptiva (indicar páginas)		
Adjunta información complementaria (páginas)		
Adjunta anexo II		

ANEXO II. PROPUESTA DE PATROCINIO (VALORACIÓN)

ACCIONES PROPUESTAS DE PATROCINIO			
B1	BLOQUE 1. DEL EVENTO O ACTIVIDAD		
	RANGO		
1	NAMING (*)	ÁMBITO GEOGRÁFICO DEL EVENTO	(X)

ACCIONES PROPUESTAS DE PATROCINIO			
	(*) Incluir en la denominación del evento "Diputación de Badajoz". Este parámetro solo será aplicable en aquellos casos en que la Diputación lo considere de especial relevancia para sus intereses.	LOCAL	
		COMARCAL	
		PROVINCIAL	
		REGIONAL	
		NACIONAL	
		INTERNACIONAL	
2	TAMAÑO/UBICACIÓN DEL LOGOTIPO (*)	NIVELES DEL LOGO DEL EVENTO	(X)
	Eventos con 4 niveles: (*) Valorar exclusivamente en caso de no estimar el "Naming". Un mismo evento podrá tener varios patrocinadores con distintos tamaños y ubicación de sus logotipos o menciones en los distintos soportes publicitarios del evento (4 niveles, 3 niveles, 2 niveles o 1 único nivel), por tanto, marque con una X la casuística que se corresponda con su evento.	NIVEL 4	
		NIVEL 3 (tamaño 10% mayor al anterior)	
		NIVEL 2 (tamaño 10% mayor al anterior)	
		NIVEL 1 (tamaño 10% mayor al anterior)	
	Eventos con 3 niveles: (*) Ídem	NIVEL 3	
		NIVEL 2 (tamaño 10% mayor al anterior)	
		NIVEL 1 (tamaño 10% mayor al anterior)	
	Eventos con 2 niveles: (*) Ídem	NIVEL 2	
		NIVEL 1 (tamaño 10% mayor al anterior)	
	Eventos con 1 único nivel: (*) Ídem	ÚNICO NIVEL	
CARACTERÍSTICAS DEL EVENTO			
3	N.º HABITANTES POBLACIÓN/ES DE LA LOCALIDAD (*)	POBLACIÓN	(X)
	(*) Si el evento se desarrolla en varias localidades la población a seleccionar será la suma de todas ellas.	menos de 1.000 hab.	
		Entre 1.001 y 5.000 hab.	
		Entre 5.001 y 10.000 hab.	
		Entre 10.001 y 15.000 hab.	
		Entre 15.001 y 25.000 hab.	
		Entre 25.001 y 50.000 hab.	
		más de 50.000 hab.	
4	DURACIÓN DEL EVENTO (*)	DURACIÓN	(X)
	(*) Si el evento se celebra en varias ciudades el resultado es la suma de la duración de todas ellas.	1 día	
		De 2 a 7 días	
		Entre 8 y 15 días	
		Entre 16 y 30 días	
		De 1 a 3 meses	
		De 3 a 6 meses	
		De 6 a 9 meses	
		De 9 a 12 meses	
5	GRADO DE CONSOLIDACIÓN DEL EVENTO	Nº EDICIÓN	(X)
		1ª edición	
		Entre la 2.ª y la 5.ª edición	
		Entre la 6.ª y la 10.ª edición	
		Entre la 11.ª y la 20.ª edición	
		Entre la 21.ª y la 50.ª edición	
		Entre la 51.ª y la 100.ª edición	
		más de la 101.ª edición	
6	PERFIL DE LOS ASISTENTES AL EVENTO	PERFIL ASISTENTE	(X)
		Foro especializado	
		Público en general	
		Mixto	

ACCIONES PROPUESTAS DE PATROCINIO			
PRESENCIA DEL LOGOTIPO			
7	EN PRENDAS DE VESTIR	UBICACIÓN DEL LOGOTIPO	(X)
	1.- Ropa oficial, equipación principal (logo tamaño escudo como mínimo)	otras ubicaciones	
		Zonas preferente (pecho, dorsal...)	
		Único patrocinador (zona prefer.)	
	2.- Otras prendas oficiales secundarias (sudadera, chandal...)	otras ubicaciones	
		Zonas preferente (pecho, dorsal...)	
		Único patrocinador (zona prefer.)	
	3.- Otras prendas	otras ubicaciones	
		Zonas preferente (pecho, dorsal...)	
		Único patrocinador (zona prefer.)	
8	EN OTROS SOPORTES (WEB DEL EVENTO, CARTELERÍA, DORSALES, LONAS, ...)	UBICACIÓN DEL LOGOTIPO	(X)

ACCIONES PROPUESTAS DE PATROCINIO			
4.- ¿Tiene WEB específica el evento y ubica mi logo en la misma? La Web deberá tener una zona específica para patrocinadores	No		
	Sí		
5.- Cartel oficial del evento	No		
	Sí		
6.- Programa oficial del evento	No		
	Sí		
7.- Photocall	No		
	Sí		
8.- Dorsal: En función del espacio que ocupe dentro de la zona dedicada a logotipos.	Zona patrocinio: Presencia de logo.		
	Zona patrocinio: 1/3		
	Zona patrocinio: 1/2		
	Zona patrocinio: Exclusivo		
9.- Acreditaciones/¿Aparece el logotipo?	No		
	Sí		
10.- Podium-Entrega premios o diplomas/¿Aparece el logotipo?	No		
	Sí		
11.- Roll-Up /¿Aparece el logotipo?	No		
	Sí		
12.- Lonas publicitarias (tipo cubre vallas de obra; medida de cada lona 3x1, 3m2 aprox.)	6 lonas (18 m²)		
	8 lonas (24 m²)		
	12 lonas (36 m²)		
	18 lonas (54 m²)		
	24 lonas (72 m²)		
13.- Banderolas Tipo Surf: entre 2 (interior) y 4 (exterior) metros cada una.	4 banderolas		
	8 banderolas		
	10 banderolas		
	16 banderolas		
14.- Podium Institucional-Arco de Meta-Salida	Zona patrocinio: presencia de logo.		
	Zona patrocinio: 1/3		
	Zona patrocinio: 1/2		
	Zona patrocinio: exclusivo		
15.- Otros soportes 1 (especificar y valorar)	No		
	Sí		
16.- Otros soportes 2 (especificar y valorar)	No		
	Sí		
17.- Otros soportes 3 (especificar y valorar)	No		
	Sí		
18.- Otros soportes 4 (especificar y valorar)	No		
	Sí		
GASTOS DEL EVENTO			
9	GASTOS GENERALES DE ORGANIZACIÓN (*)	IMPORTE (€)	(X)

ACCIONES PROPUESTAS DE PATROCINIO			
	(*) Seguridad, limpieza, seguros, transportes, montajes, alquiler de equipos, alquiler de instalaciones, papelería, azafat@s, medios humanos,...	1.000,00 a 2.500,00	
		2.501,00 a 5.000,00	
		5.001,00 a 7.500,00	
		7.501,00 a 10.000,00	
		10.001,00 a 15.000,00	
		15.001,00 a 25.000,00	
		25.001,00 a 35.000,00	
		35.001,00 a 50.000,00	
		50.001,00 a 75.000,00	
		De 75.001,00 a 100.000,00	
		De 100.001,00 a 150.000,00	
		De 150.001,00 a 250.000,00	
		De 250.001,00 a 500.000,00	
		De 500.001,00 en adelante	
10	GASTOS CONTRATACIÓN DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL EVENTO (*)	IMPORTE (€)	(X)
	(*) Ponentes, exhibiciones, degustaciones, comidas, vino de honor, otras actividades de reclamo,...	1.000,00 a 2.500,00	
		2.501,00 a 5.000,00	
		5.001,00 a 7.500,00	
		7.501,00 a 10.000,00	
		10.001,00 a 15.000,00	
		15.001,00 a 25.000,00	
		25.001,00 a 35.000,00	
		35.001,00 a 50.000,00	
		50.001,00 a 75.000,00	
		De 75.001,00 a 100.000,00	
		De 100.001,00 a 150.000,00	
		De 150.001,00 a 250.000,00	
		De 250.001,00 a 500.000,00	
		De 500.001,00 en adelante	
11	ASISTENCIA DE PÚBLICO	Nº ESTIMADO	(X)
		Entre 25 y 100 personas	
		Entre 101 y 500 personas	
		Entre 501 y 1000 personas	
		Entre 1.001 y 2.000 personas	
		Entre 2.001 y 3.000 personas	
		Entre 3.001 y 5.000 personas	
		Entre 5.001 y 8.000 personas	
		Entre 8.001 y 12.000 personas	
		Entre 12.001 y 20.000 personas	
		Entre 20.001 y 30.000 personas	
		Entre 30.001 y 50.000 personas	
		Entre 50.001 y 75.000 personas	
		más de 75.000 personas	
B2	BLOQUE 2. PROMOCIÓN DEL EVENTO		
12	REDES SOCIALES (Mínimo 150 seguidores por cada red social)	Nº RR.SS.	(X)

ACCIONES PROPUESTAS DE PATROCINIO			
	Eventos de duración inferior a 1 mes (al menos un post/mes con patrocinio Diputación y etiquetar a Diputación de Badajoz en todas las publicaciones relacionadas con el evento)	1 Red Social	
		2 Redes Sociales	
		3 ó más	
	Eventos de duración de 1 a 3 meses (al menos un post/mes con patrocinio Diputación y etiquetar a Diputación de Badajoz en todas las publicaciones relacionadas con el evento)	1 Red Social	
		2 Redes Sociales	
		3 ó más	
	Eventos de duración superior a 3 meses (al menos un post/mes con patrocinio Diputación y etiquetar a Diputación de Badajoz en todas las publicaciones relacionadas con el evento)	1 Red Social	
		2 Redes Sociales	
		3 ó más	
13	COMMUNITY MANAGER (*)	DURACIÓN DEL EVENTO	(X)
	(*) Especificar nombre, DNI/CIF y adjuntar factura/nómina correspondiente al mismo.	Eventos inferiores a 1 mes	
		Eventos entre 1 y 3 meses	
		Eventos superiores a 3 meses	
14	CAMPAÑA PUBLICITARIA EN MEDIOS (Medios Regionales)	IMPORTE (€)	(X)

ACCIONES PROPUESTAS DE PATROCINIO			
Campaña para TV Regional: Promoción del evento SIN presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz	Entre 750,00 y 1.000,00		
	Entre 1.001,00 y 5.000,00		
	Entre 5.001,00 y 15.000,00		
	Entre 15.001,00 y 30.000,00		
	Entre 30.001,00 y 60.000,00		
	60.001,00 o más		
Campaña para TV Regional: Promoción del evento CON presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz	Entre 750,00 y 1.000,00		
	Entre 1.001,00 y 5.000,00		
	Entre 5.001,00 y 15.000,00		
	Entre 15.001,00 y 30.000,00		
	Entre 30.001,00 y 60.000,00		
	60.001 o más		
Campaña en PRENSA Regional: Promoción del evento SIN presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz	Entre 750,00 y 1.000,00		
	Entre 1.001,00 y 5.000,00		
	Entre 5.001,00 y 15.000,00		
	Entre 15.001,00 y 30.000,00		
	Entre 30.001,00 y 60.000,00		
	60.001,00 o más		
Campaña en PRENSA Regional: Promoción del evento CON presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz	Entre 750,00 y 1.000,00		
	Entre 1.001,00 y 5.000,00		
	Entre 5.001,00 y 15.000,00		
	Entre 15.001,00 y 30.000,00		
	Entre 30.001,00 y 60.000,00		
	60.001 o más		
Campaña en RADIO Regional: Promoción del evento SIN presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz	Entre 750,00 y 1.000,00		
	Entre 1.001,00 y 5.000,00		
	Entre 5.001,00 y 15.000,00		
	Entre 15.001,00 y 30.000,00		
	Entre 30.001,00 y 60.000,00		
	60.001,00 o más		
Campaña en RADIO Regional: Promoción del evento CON presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz	Entre 750,00 y 1.000,00		
	Entre 1.001,00 y 5.000,00		
	Entre 5.001,00 y 15.000,00		
	Entre 15.001,00 y 30.000,00		
	Entre 30.001,00 y 60.000,00		
	60.001,00 o más		
Publicidad Exterior (vallas, banderolas, Mupis, marquesinas,...): Promoción del evento SIN presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz	Entre 750,00 y 1.000,00		
	Entre 1.001,00 y 5.000,00		
	Entre 5.001,00 y 15.000,00		
	Entre 15.001,00 y 30.000,00		
	Entre 30.001,00 y 60.000,00		
	60.001,00 o más		
Publicidad Exterior (vallas, banderolas, Mupis, marquesinas,...): Promoción del evento CON presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz	Entre 750,00 y 1.000,00		
	Entre 1.001,00 y 5.000,00		
	Entre 5.001,00 y 15.000,00		
	Entre 15.001,00 y 30.000,00		
	Entre 30.001,00 y 60.000,00		
	60.001,00 o más		

ACCIONES PROPUESTAS DE PATROCINIO			
15	CAMPAÑA PUBLICITARIA EN MEDIOS (Medios locales y comarcales)	IMPORTE (€)	(X)
	Campaña para TV local y/o comarcal: Promoción del evento SIN presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz	Entre 0,00 y 500,00	
		Entre 501,00 y 1.500,00	
		1.501,00 en adelante	
	Campaña para TV local y/o comarcal: Promoción del evento CON presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz	Entre 0,00 y 500,00	
		Entre 501,00 y 1.500,00	
		1.501,00 en adelante	
	Campaña en PRENSA local y/o comarcal: Promoción del evento SIN presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz	Entre 0,00 y 500,00	
		Entre 501,00 y 1.500,00	
		1.501,00 en adelante	
	Campaña en PRENSA local y/o comarcal: Promoción del evento CON presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz	Entre 0,00 y 500,00	
		Entre 501,00 y 1.500,00	
		1.501,00 en adelante	
	Campaña en RADIO local y/o comarcal: Promoción del evento SIN presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz	Entre 0,00 y 500,00	
		Entre 501,00 y 1.500,00	
		1.501,00 en adelante	
	Campaña en RADIO local y/o comarcal: Promoción del evento CON presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz	Entre 0,00 y 500,00	
		Entre 501,00 y 1.500,00	
		1.501,00 en adelante	
	Otras acciones publicitarias (especificar): Promoción del evento SIN presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz	Entre 0,00 y 500,00	
		Entre 501,00 y 1.500,00	
		1.501,00 en adelante	
	Otras acciones publicitarias (especificar): Promoción del evento CON presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz	Entre 0,00 y 500,00	
		Entre 501,00 y 1.500,00	
		1.501,00 en adelante	
16	NOTICIAS PUBLICADAS EN PRENSA (*)	IMPORTE (€)	(X)
	SIN presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz: (*) Solo valorable para eventos que se encuentren en su 2ª o posteriores ediciones dado que la base de valoración será el dossier de prensa de la edición anterior. Para su justificación, el correspondiente dossier de prensa deberá incluir: 1) Medios digitales (enlace y pantallazo de la noticia); 2) Prensa en papel (fotocopia de la página, fecha y medio); 3) Radio (enlace con la noticia, especificar emisora, fecha de emisión y franja horaria); 4) Otros medios (justificar con imagen/audio).	Entre 1 y 10 noticias	
		Entre 11 y 20 noticias	
		Entre 21 y 30 noticias	
		Entre 31 y 40 noticias	
		Entre 41 y 50 noticias	
		Entre 51 y 80 noticias	
		más de 80 noticias	
	CON presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz: (*) Solo valorable para eventos que se encuentren en su 2ª o posteriores ediciones dado que la base de valoración será el dossier de prensa de la edición anterior. Para su justificación, el correspondiente dossier de prensa deberá incluir: 1) Medios digitales (enlace y pantallazo de la noticia); 2) Prensa en papel (fotocopia de la página, fecha y medio); 3) Radio (enlace con la noticia, especificar emisora, fecha de emisión y franja horaria); 4) Otros medios (justificar con imagen/audio). Para las publicaciones sobre el evento en las que aparezca el logotipo o la mención a Diputación de Badajoz como entidad patrocinadora se adjuntará la fotografía en la que quede claramente constancia de ello.	Entre 1 y 10 noticias	
		Entre 11 y 20 noticias	
		Entre 21 y 30 noticias	
		Entre 31 y 40 noticias	
		Entre 41 y 50 noticias	
		Entre 51 y 80 noticias	
		más de 80 noticias	
B3	BLOQUE 3. PRESENCIA EN ACTOS INSTITUCIONALES		
17	RUEDA DE PRENSA PRESENTACIÓN DEL EVENTO (*)	PRESENCIA	(X)

ACCIONES PROPUESTAS DE PATROCINIO			
	(*) Además de la presencia, la noticia deberá ser difundida en los medios de comunicación y/o RR.SS.	No	
		Sí	
		Sí y además mención/intervención Diputación	
18	INAUGURACIÓN INSTITUCIONAL (*)	PRESENCIA	(X)
	(*) Además de la presencia, la noticia deberá ser difundida en los medios de comunicación y/o RR.SS.	No	
		Sí	
		Sí y además mención/intervención Diputación	
19	ENTREGA DE PREMIOS (*)	PRESENCIA	(X)
	(*) Además de la presencia, la noticia deberá ser difundida en los medios de comunicación y/o RR.SS.	No	
		Sí	
		Sí y además mención/intervención Diputación	
20	OTROS ACTOS INSTITUCIONALES 2. ESPECIFICAR. (*)	PRESENCIA	(X)
	(*) Además de la presencia, la noticia deberá ser difundida en los medios de comunicación y/o RR.SS.	No	
		Sí	
		Sí y además mención/intervención Diputación	

ANEXO III. INFORME – PROPUESTA DE PATROCINIO (VALIDACIÓN)

MODELO ANEXO III INFORME PROPUESTA-CONTRATO PATROCINIO		
Área-Delegación		Número
Unidad Administrativa		Fecha

De conformidad con las bases de ejecución del presupuesto general de la Diputación, que establece que todo gasto se inicia a propuesta y con la aprobación de los respectivos centros gestores, siendo la autorización el acto administrativo que inicia el procedimiento de ejecución del gasto, en virtud del cual se acuerda la realización de uno determinados.

SE PROPONE:

1.- La apertura del expediente y su tramitación, como contrato, según el siguiente detalle:

TIPO DE PROPUESTA:

☒	NO INVENTARIABLES
-------------------------------------	-------------------

Objeto y descripción detallada:	
Justificación (necesidad):	
Tipo de contrato:	Patrocinio
Centro gestor:	Persona responsable del contrato:
Proyecto:	Código de proyecto:
Gasto con financiación afectada:	Cofinanciado por (indicar porcentaje): FSE ☐ FEDER ☐ OTROS:

En relación al contrato que se tramita, y sin perjuicio de fiscalización posterior, se informa que:

1. Conforme al artículo 36 de la Ley de Bases de Régimen Local, el servicio que se deriva del mismo es competencia provincial.

2. El presente contrato es necesario para el cumplimiento y realización de sus fines institucionales, según lo dispuesto en el artículo 28.1 de la LCSP.

3. Conforme al artículo 102.3 de la LCSP, el precio de licitación se corresponde al precio de mercado, teniendo en cuenta tanto la propuesta presentada por el interesado (anexo I) como los importes fijados en base al Plan de Patrocinios de la Diputación de Badajoz aprobado por el Ilmo. Sr. Presidente de la Diputación de Badajoz.

4. Conforme al artículo 118.3 de la LCSP no se está alterando el objeto del contrato para evitar la aplicación de las reglas generales de la contratación ni existe fraccionamiento de contrato.

5. El adjudicatario propuesto cuenta, en su caso, con capacidad de obrar y con habilitación profesional suficiente para realizar la prestación. Además, en el caso de que la tramitación sea a través de contrato menor, en el presente ejercicio presupuestario no ha resultado adjudicatario (con la administración contratante) de otros contratos menores, relativos a prestaciones "sustancialmente coincidentes" de 15.000,00 euros IVA no incluidos (sin computar a estos efectos los contratos menores licitados electrónicamente ni aquellos que solo puedan encomendarse a dicho empresario por razones técnicas o artísticas).

Vista la memoria descriptiva, así como el resto de información complementaria relativa a la actividad a desarrollar y cuyo patrocinio se solicita, se establece para el contrato a formalizar entre las partes un importe de _____ euros (IVA incluido).

Asimismo, como consecuencia de la valoración del retorno publicitario ofertado y una vez aplicados los valores estimados en base a la tabla de precios que resulte de aplicación dentro del año de que se trate, el valor económico estimado para las acciones publicitarias propuestas será el siguiente:

RESUMEN VALORACIÓN DEL PATROCINIO

	Valoración patrocinios	Importe patrocinio (€)
B.1	RANGO	0,00
	CARACTERÍSTICAS	0,00
	PRESENCIA DE LOGOTIPO	0,00
	GASTOS	0,00
	ASISTENCIA	0,00
	TOTAL B.1. DEL EVENTO	0,00
B.2	RRSS	0,00
	PUBLICIDAD EN MEDIOS (regional)	0,00
	PUBLICIDAD EN MEDIOS (local y comarcal)	0,00
	NOTICIAS	0,00
	TOTAL B.2. PROMOCIÓN	0,00
B.3	ACTOS INSTITUCIONALES	0,00
	TOTAL B.3. ACTOS INSTITUCIONALES	0,00
	TOTAL B.1+B.2+B.3	0,00
	IVA	0,00
	TOTAL PATROCINIO	0,00

En consecuencia, el precio a establecer para el presente contrato de patrocinio será el importe menor entre la valoración económica de las actuaciones publicitarias propuestas y el importe determinado por la Diputación como aquel necesario para satisfacer adecuadamente sus necesidades.

2.- La aprobación del gasto correspondiente, conforme a lo establecido en el artículo 118.1 LCSP:

Aplicación presupuestaria	Anualidad	Importe total (IVA incluido)
//		€
//		€
Importe total:		€

3.- Efectuar la correspondiente certificación de existencia de crédito (se adjunta RC número):

4.- La adjudicación:

Adjudicatario:
NIF/CIF:

En Badajoz, a _____ de _____ de ____

El Proponente (Jefe de Servicio o Responsable Adm.)

Fdo.: _____

En caso de importe no superior a 3.000,00 euros (IVA no incluido):

Vista la propuesta anterior y, en virtud de las atribuciones conferidas por la legislación vigente, las bases de ejecución y decreto de delegación, dicto resolución aprobando el gasto y adjudicando la contratación.

Practíquense las notificaciones oportunas.

En caso de importe superior a 3.000,00 euros (IVA no incluido):

Vista la propuesta anterior y, en virtud de las atribuciones conferidas por la legislación vigente, las bases de ejecución y decreto de delegación, apruebo la presente propuesta de gasto. Elévese al servicio de contratación para su tramitación y adjudicación por el órgano competente.

El Diputado del Área; conforme a las bases de ejecución:

Fdo.: _____

(Decreto de delegación 10/04/2024 - BOP 11/04/2024)

ANEXO IV. CONTRATO DE PATROCINIO
FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO

Modalidad de contrato	Privado		
Clase de contrato	Patrocinio		
Administración contratante			
Área/servicio destinatario			
Objeto del contrato			
Fecha de adjudicación			
Entidad patrocinada		NIF/CIF	

Precio adjudicación (sin IVA)	
IVA	

En Badajoz, a _____ de _____ de ____

REUNIDOS

De un parte, D. _____, en nombre y representación de la Administración contratante, en su calidad de Diputado Delegado de _____, hallándose expresamente autorizado para este otorgamiento por delegación del Ilmo. Sr. Presidente y, en uso de las facultades que le confiere la disposición adicional segunda de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (LCSP).

De otra parte, D. _____, mayor de edad, con DNI: _____, actuando en nombre y representación de la empresa _____, con domicilio en _____ y con facultades para este acto.

Ambas partes se reconocen competencia y capacidad, respectivamente, para formalizar el presente contrato, en atención a las siguientes.

CLÁUSULAS

Primera.- Objeto del contrato.

El presente contrato tiene por objeto la contratación referenciada en la cabecera del documento.

Segunda.- Precio.

El precio total del contrato se fija en:

- Precio: _____ euros.

- IVA: _____ euros.

Tercera.- Duración del contrato.

La duración del contrato será de _____, a contar a partir del día siguiente a la formalización del correspondiente contrato.

Cuarta.- Pago y facturación.

El pago del precio se realizará contra la presentación de las correspondientes facturas, que deberá efectuarse de conformidad con lo establecido en el Reglamento del Registro Provincial de Facturas. De esta forma, existirá obligación de presentar factura electrónica cuando el adjudicatario tenga la consideración de sociedad, persona jurídica, extranjero, UTE, o agrupación de interés económico. En cambio, el adjudicatario quedará exento de la obligación de facturar electrónicamente cuando se trate de autónomo o profesional individual (aunque en este caso se permitirá la facturación electrónica si lo estima oportuno el adjudicatario).

La factura electrónica se presentará a través del portal web del punto general de entrada de Facturas de la Administración General del Estado (FACE), como ventanilla electrónica única de entrada de todas las facturas electrónicas dirigidas a la entidad contratante. La factura electrónica deberá cumplir los siguientes requisitos:

- Estar firmadas electrónicamente por un certificado electrónico reconocido.
- Incorporar tanto el número del expediente de contratación como el número del expediente de gasto.
- Incorporar la información del destinatario, especificando los siguientes campos:

Oficina contable	Órgano gestor	Unidad tramitadora

Los abonos de las facturas se realizarán mediante transferencia bancaria a la cuenta que el adjudicatario designe expresamente.

El precio del contrato se hará efectivo contra factura, una vez revisada y aprobada la memoria justificativa de cada actuación. Dicha/s factura/s se emitirá tras la finalización de todas las acciones objeto del presente contrato. Junto a dicha/s factura/s se deberá presentar un informe y memoria gráfica acreditativa de la ejecución de las actuaciones patrocinadas (se incluirán fotografías, dípticos, cartelera, documentos sonoros o de video, etc.) y de las actividades de promoción, es decir, la contraprestación a dicho patrocinio, la acreditación del retorno publicitario.

No obstante, a efectos de ejecución y facturación, en su caso, se tendrán en cuenta que, en el caso de que el adjudicatario del patrocinio no haya cumplido con exactitud las prestaciones previstas y tampoco pueda justificar otra serie de prestaciones similares según la cláusula siguiente, a la hora de abonar el importe del contrato, deberán deducirse los importes correspondientes a los servicios/prestaciones no realizados.

Quinta.- Modificación.

De conformidad con lo establecido en los artículo 203 y ss. De la LCSP, podrá acordarse la modificación del contrato en los supuesto expresamente previsto en el precepto 205, y además en el siguiente supuesto:

- Que el adjudicatario del patrocinio no haya cumplido su compromiso exactamente con las prestaciones/servicios incluidos en el anexo II, podrá sustituirlos por otros, previa conformidad del centro gestor del contrato sin modificar el importe del mismo, todo ello de conformidad con los importes fijados en las normas general del I Plan de Patrocinios de la Diputación Provincial de Badajoz, aprobado por el Ilmo. Sr. Presidente.

Sexta.- Normativa aplicable.

Para lo no previsto en este contrato se estará a lo establecido en los pliegos, y para lo no previsto en ellos serán de aplicación la Ley 9/2014, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014; el Real Decreto 817/2009, de 8 de mayo, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 30/2007, de 30 de octubre, de Contrato del Sector Público; y por el Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas (RGLCAP).

Asimismo se regirá por las demás normas de derecho administrativo o privado que le sean de aplicación.

Séptima.- Cuestiones litigiosas. Recursos.

Para cuantas cuestiones y litigios que puedan derivarse del cumplimiento, efectos y extinción de este contrato, las partes se someten a la jurisdicción civil de los tribunales de Badajoz, con renuncia expresa de cualquier otro fuero y domicilio que en derecho pudiera corresponderles. No obstante, se considerarán actos jurídicos separables los que se dicten en relación con la preparación y adjudicación del contrato, y en consecuencia podrán ser impugnados ante el orden jurisdiccional contencioso-administrativo.

Para la debida constancia de todo lo convenido, y en prueba de conformidad, se firma este contrato en duplicado ejemplar, en el lugar y fecha ut supra, dando fe del mismo el Secretario General de la Corporación.

El Diputado Delegado de

Por el adjudicatario

Fdo.: _____

Fdo.: _____

Doy fe, el Secretario General

Fdo.: _____

ANEXO V

MODELO DE DECLARACIÓN DE AUSENCIA DE CONFLICTO DE INTERÉS (DACI) DE LA DIPUTACIÓN DE BADAJOZ, PARA LOS ÓRGANOS INTERNOS

Contrato de patrocinio _____ expediente número _____.

Al objeto de garantizar la imparcialidad en el procedimiento de contratación arriba referenciada, el abajo firmante, como participante en el proceso de preparación, gestión, tramitación, ejecución y/o control del expediente, declara:

Primero. Que está informado de lo siguiente:

1. Que el artículo 61.3 «Conflicto de intereses», del Reglamento (UE, Euratom) 2018/1046, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de julio (Reglamento financiero de la UE) establece que «existirá conflicto de intereses cuando el ejercicio imparcial y objetivo de las funciones se vea comprometido por razones familiares, afectivas, de afinidad política o nacional, de interés económico o por cualquier motivo directo o indirecto de interés personal».
2. Que el artículo 64 «Lucha contra la corrupción y prevención de los conflictos de intereses» de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, tiene el fin de evitar cualquier distorsión de la competencia y garantizar la transparencia en el procedimiento y asegurar la igualdad de trato a todos los candidatos y licitadores.
3. Que el artículo 23 «Abstención», de la Ley 40/2015, de 1 octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, establece que deberán abstenerse de intervenir en el procedimiento «las autoridades y el personal al servicio de las administraciones en quienes se den algunas de las circunstancias señaladas en el apartado siguiente», siendo estas:
 - Tener interés personal en el asunto de que se trate o en otro en cuya resolución pudiera influir la de aquel; ser administrador de sociedad o entidad interesada, o tener cuestión litigiosa pendiente con algún interesado.
 - Tener un vínculo matrimonial o situación de hecho asimilable y el parentesco de consanguinidad dentro del cuarto grado o de afinidad dentro del segundo, con cualquiera de los interesados, con los administradores de entidades o sociedades interesadas y también con los asesores, representantes legales o mandatarios que intervengan en el procedimiento, así como compartir despacho profesional o estar asociado con estos para el asesoramiento, la representación o el mandato.
 - Tener amistad íntima o enemistad manifiesta con alguna de las personas mencionadas en el apartado anterior.
 - Haber intervenido como perito o como testigo en el procedimiento de que se trate.
 - Tener relación de servicio con persona natural o jurídica interesada directamente en el asunto, o haberle prestado en los dos últimos años servicios profesionales de cualquier tipo y en cualquier circunstancia o lugar.

Segundo. Que no se encuentra incurso en ninguna situación que pueda calificarse de conflicto de intereses de las indicadas en el artículo 61.3 del Reglamento Financiero de la UE y que no concurre en su/s persona/s ninguna causa de abstención del artículo 23.2 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público que pueda afectar al procedimiento de licitación/concesión.

Tercero. Que se compromete a poner en conocimiento del órgano de contratación y/o de sus responsables, sin dilación, cualquier situación de conflicto de intereses o causa de abstención que dé o pudiera dar lugar a dicho escenario.

Cuarto. Que conoce que, una declaración de ausencia de conflicto de intereses que se demuestre que sea falsa, acarreará las consecuencias disciplinarias/administrativas/judiciales que establezca la normativa de aplicación.

Lugar y fecha de firma



**DIPUTACIÓN
DE BADAJOZ**

BOLETÍN OFICIAL DE LA PROVINCIA

Godofredo Ortega y Muñoz, 4 1ª Planta

www.dip-badajoz.es/bop