



AYUNTAMIENTO
DE LA VILLA DE
SAN ADRIÁN
(NAVARRA)

INFORME DE NECESIDAD DE LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO PUBLICITARIO DEL III FESTIVAL ENTRERIOS DE SAN ADRIÁN.

ANTECEDENTES:

A la vista de la solicitud efectuada por la alcaldesa, a instancias de la concejala delegada de Cultura, Festejos y Juventud, Ana Belén Escribano Martínez, en la que se solicita a los Servicios Técnicos de este Ayuntamiento la elaboración de la documentación técnica para llevar a cabo la contratación del patrocinio publicitario del III Festival EntreRios de San Adrián, los días 3 y 4 de enero de 2026.

A nivel económico, las dos primeras ediciones del festival han demostrado ser un motor de dinamización local, lo que le ha permitido impactar de manera positiva en sectores como el comercio, la hostelería y el turismo. Esto, en última instancia, fortalece la identidad de la ciudad como un destino cultural de referencia, generando beneficios directos e indirectos a la comunidad. Este impacto económico, junto con el posicionamiento del festival en el calendario cultural, ha situado al Festival EntreRios como un evento estratégico para el desarrollo socioeconómico de la región. La edición de 2024 se considera que fue exitosa, con una asistencia que alcanzó los 15.000 espectadores a lo largo de los 4 días de evento. El perfil de los asistentes fue diverso, con participantes no solo locales, sino también de otras regiones del país, lo que refleja el interés a nivel nacional por el festival. También se considera que resultó exitosa la edición de 2025, que se concentró en dos días, con una asistencia que alcanzó la totalidad del aforo durante ambas jornadas.

Se ha recibido de la empresa BURCOR PRODUCCIONES, S.L., con C.I.F.: B71037295, con registro de entrada 2461/2025, de 28 de octubre de 2025, una memoria detallada de la actividad que pretende desarrollarse, que incluye una declaración de que dicha empresa va a contar con los siguientes artistas: Bonnie M, Gipsy Kings y Ballesteros DJ. BURCOR afirma que cuenta con la exclusividad de su actuación en Navarra y La Rioja, así como en un radio de 300 km, durante un período de 5 a 6 meses.

Por otro lado, el Festival EntreRios es una marca registrada, siendo Burcor Producciones su propietaria exclusiva. Tanto el concepto como el formato del festival están protegidos bajo la normativa legal vigente. El registro de la marca no solo salvaguarda su originalidad, sino que también asegura que cualquier intento de imitación o reproducción no autorizada quede impedido, permitiendo que la identidad del festival permanezca íntegra y controlada.

De conformidad con lo previsto en los artículos 75.4 y 138 de la Ley Foral 2/2018, de 13 de abril, de Contratos Públicos -LFCP 2018-, se aprueba el siguiente informe de necesidad del referido contrato:

INFORME:

PRIMERO.- Las condiciones del contrato, elaboradas por los Servicios Técnicos Municipales, deberán cumplir con las previsiones legales del referido artículo 75.4 de la Ley Foral 2/2018,



AYUNTAMIENTO
DE LA VILLA DE
SAN ADRIÁN
(NAVARRA)

de 13 de abril, de Contratos Públicos -LFCP 2018-, al pretenderse tramitar el contrato mediante el procedimiento negociado sin convocatoria de licitación, sin resultar posible la concurrencia, conforme se justificará en este informe.

SEGUNDO.- A los efectos de consignación presupuestaria, se estima que el valor estimado del contrato referido, de conformidad con lo previsto en el artículo 42 de la Ley Foral 2/2018, de 13 de abril, de Contratos Públicos -LFCP 2018-, es de 85.000 euros, Impuesto sobre el Valor Añadido excluido. El IVA aplicable a la operación es de 17.850,00 euros, resultando un importe total de 102.850,00 euros.

Dicha valoración se ajusta a precios de mercado, y se encuentra justificada en la referida memoria presentada por BURCOR, donde se manifiesta que el festival generará un gran impacto a nivel de nacional posicionado la marca **San Adrián**, que aparecerá en múltiples medios, tanto nacionales como locales.

El festival alcanzó en sus ediciones anteriores una notable y amplia repercusión mediática, consolidándose como un referente en el panorama cultural tanto a nivel local como nacional. Durante su celebración el festival generó un impacto económico significativo, tanto directo como indirecto, beneficiando a diversos sectores estratégicos de la región, entre los que destacan la hostelería, el comercio y el turismo local. Durante los días de celebración, la ocupación hotelera registró incrementos notables, alcanzando niveles elevados que reflejan el atractivo del evento para visitantes de otras localidades. De manera paralela, restaurantes, bares y comercios locales experimentaron un aumento considerable en la demanda, evidenciando el efecto multiplicador del festival en la economía regional. Además, la actividad generada por el evento impulsó la contratación de servicios locales y la participación de proveedores y profesionales del territorio, contribuyendo a la dinamización del tejido productivo y al fortalecimiento de la economía local. Este fenómeno pone de relieve el papel del festival como un motor de desarrollo económico sostenible, capaz de generar beneficios tangibles para la comunidad y de consolidar la región como un destino cultural y turístico de referencia. En conjunto, el impacto económico del festival no solo se traduce en un incremento temporal de la actividad comercial y turística, sino que también contribuye al crecimiento y a la proyección de la comunidad, reforzando su capacidad de atraer nuevos públicos y eventos culturales en el futuro. fortalecer la imagen del festival, consolidándose como un evento de referencia en el panorama cultural regional y nacional. Además, la diversidad del público asistente generó un ambiente inclusivo y dinámico, potenciando la interacción entre participantes y fomentando la participación ciudadana, aspectos que refuerzan el valor social y cultural del festival más allá de su éxito cuantitativo en términos de asistencia.

En la memoria de la I edición se calculaba que la promoción de San Adrián fue de más de 50.000 euros en publicidad online y offline. **Se cuantificaba el siguiente impacto económico en la ciudad:**

“Casi 20.000 asistentes, 4500 personas diarias en la ciudad, las cuales muchas de ellas llegarán antes del festival y estarán pasando el día por el pueblo y dejando dinero en los bares



AYUNTAMIENTO
DE LA VILLA DE
SAN ADRIÁN
(NAVARRA)

de la zona. Impacto a nivel hotelero teniendo toda la zona una ocupación media del 95%. Inversión de más de 375.000€”

En la memoria de la edición actual se afirma que para esta próxima edición del Festival *ENTRERIOS* 2026, se proyecta un crecimiento sostenido en todos los indicadores clave del evento, aprovechando la experiencia y el éxito alcanzado en ediciones anteriores. Este desarrollo abarca desde la asistencia de público, como la ampliación de la programación artística, la participación de artistas de mayor relevancia nacional e internacional, y la mayor implicación de la comunidad local y los agentes culturales. Asimismo, se prevé un incremento en la visibilidad y el impacto mediático, consolidando al festival como un referente cultural y musical en la región. Este crecimiento permitirá también fortalecer el retorno económico y social del evento, impulsando la actividad turística, el comercio local y generando oportunidades de promoción para el talento emergente. En conjunto, estas proyecciones refuerzan la posición del festival como una herramienta estratégica de dinamización cultural y desarrollo sostenible para la ciudad y su entorno.

- Cobertura mediática:

El festival alcanzó en ediciones anteriores una notable y amplia repercusión mediática, consolidándose como un referente en el panorama cultural tanto a nivel local como nacional. Durante su desarrollo, se registraron numerosas menciones en prensa escrita, radio y televisión, lo que contribuyó a difundir ampliamente la programación y los valores del evento. En el ámbito digital, las redes sociales jugaron un papel fundamental: se alcanzó un elevado nivel de interacción con el público, reflejando un interés sostenido y un compromiso activo de la comunidad, que compartió, comentó y difundió los contenidos relacionados con el festival. Además, la colaboración con influencers y figuras destacadas del ámbito cultural permitió ampliar la visibilidad del evento, alcanzando audiencias más diversas y generando un efecto multiplicador en la difusión de sus actividades. Esta estrategia de comunicación integrada no solo potenció el reconocimiento del festival, sino que también fortaleció su identidad y consolidó su imagen como un proyecto cultural de calidad y de relevancia estratégica para la región. La atención mediática obtenida se traduce, asimismo, en un impacto positivo para el desarrollo cultural local, reforzando la presencia de la ciudad en agendas culturales y contribuyendo a posicionarla como destino atractivo para la promoción artística y la participación ciudadana. En conjunto, estos resultados evidencian el éxito del festival, no solo en términos de asistencia y participación, sino también en su capacidad para generar interés, visibilidad y valor cultural a nivel regional y nacional.

TERCERO.- Ya se ha señalado el impacto económico que se prevé para la ciudad. La empresa BURCOR PRODUCCIONES, S.L, es la propietaria intelectual de la idea y la marca del festival, y cuenta con la exclusividad de la participación de los artistas indicados; el Ayuntamiento no posee los medios técnicos, materiales ni humanos para llevar a cabo todas las tareas de promoción de la ciudad que propone el promotor del evento, a través de medios de comunicación locales, regionales y nacionales, redes sociales, difusión de videos y otros medios de difusión. Se considera necesario y positivo el patrocinio publicitario del Festival EntreRios



AYUNTAMIENTO
DE LA VILLA DE
SAN ADRIÁN
(NAVARRA)

2026, que producirá una importante difusión de San Adrián. Se pretende, además, que el nombre del festival se vincule, y así permanezca, a nuestra localidad.

CUARTO.- El Ayuntamiento de San Adrián, para la gestión de sus intereses y en el ámbito de sus competencias, puede promover toda clase de actividades y prestar cuantos servicios públicos contribuyan a satisfacer las necesidades y aspiraciones de la comunidad vecinal y ejercerá, en todo caso, competencias en materia de cultura, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 25.2.m) de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local -LRBRL.

El artículo 75.4 de la Ley Foral 2/2018, de 13 de abril, de Contratos Públicos -LFCP 2018- establece que, cuando se pretenda utilizar un procedimiento negociado sin convocatoria de licitación, en los supuestos en los que, por su propia naturaleza o, excepcionalmente, debido a circunstancias del propio expediente, no sea posible la concurrencia, se motivará dicha imposibilidad en el informe justificativo, que deberá exponer la naturaleza y extensión de las necesidades que pretenden cubrirse, la adecuación del objeto para satisfacerlas y la justificación detallada de la elección de procedimiento de contratación de la persona adjudicataria.

Ya se ha indicado que la empresa BURCOR PRODUCCIONES, S.L, es la propietaria intelectual de la idea y la marca del festival, y cuenta con la exclusividad de la participación de una serie de artistas que el área de cultura de este Ayuntamiento está muy interesada en que recalen en nuestra localidad. El artículo 75.1,C) de la referida LFCP permite utilizar el procedimiento negociado sin convocatoria de licitación cuando por razones técnicas o artísticas o por motivos relacionados con la protección de derechos exclusivos, el contrato solo pueda ser ejecutado por una empresa o profesional determinados. Estimamos que está justificada la utilización del referido procedimiento en este caso.

QUINTO.- De conformidad con el artículo 75.4 de la LFCP, cuando se utilice el procedimiento negociado sin convocatoria de licitación no será precisa la participación de la Mesa de Contratación ni la utilización de la Plataforma de Licitación Electrónica de Navarra para la recepción de la oferta. En el expediente deberán constar las condiciones de ejecución del contrato, junto con la aceptación por escrito de la persona adjudicataria, pudiendo procederse en un único acto a la aprobación del expediente, la aprobación del gasto y la adjudicación del contrato. Los servicios técnicos municipales procederán, por tanto, a elaborar el documento de condiciones de ejecución del contrato, que será remitido a BURCOR PRODUCCIONES, S.L., para que lo acepte, antes de adjudicar el contrato.

En San Adrián, a 3 de noviembre de 2025.

La alcaldesa,