

EXPEDIENTE:	Patrocinio de la Campaña “Aragón sabor de verdad” con el CLUB BALONMANO HUESCA
N/REF.:	SARGA-2026-00069

A fecha de 10 de abril de 2026 se reúnen telemáticamente el personal de SARGA y el personal designado por CLUB BALONMANO HUESCA para llevar a cabo la negociación en el seno del expediente de licitación de referencia.

De conformidad con lo dispuesto en el Pliego Prescripciones Técnicas, los aspectos objeto de negociación se centran en 4 puntos vinculados a: la presencia de la marca Aragón Alimentos en instalaciones del Club, la presencia de la marca en soportes digitales, acciones promocionales y acciones experienciales, distintas todas ellas a los requerimientos mínimos especificados en el pliego de prescripciones técnicas.

De acuerdo con la motivación recogida en el apartado 6 de la Memoria Justificativa, que justifica la elección del procedimiento negociado sin publicidad, únicamente se ha invitado a la entidad CLUB BALONMANO HUESCA.

El presente documento, que cuenta con la conformidad de las sociedades intervinientes, es la conclusión a las negociaciones mantenidas entre las personas designadas para la negociación. Así, la información que obra en este documento ha sido negociada por personas con facultades suficientes, por lo que se elevan los términos a definitivos. De esta forma, el contrato de patrocinio de la Campaña “Aragón, sabor de verdad” con el CLUB BALONMANO HUESCA, será ejecutado con estricto sometimiento a los términos negociados que se recogen en el presente documento y a lo dispuesto en el Pliego de Prescripciones Técnicas, el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y el resto de documentación que rige la presente licitación.

Por parte de SARGA, D^a Sescún Castán Escribano, Directora de Operaciones, procederá a negociar con el licitador los aspectos de la oferta objeto de negociación.

Por parte de CLUB BALONMANO HUESCA, D. Néstor Oliva Fortes, gerente, como participante en la licitación por parte del licitador.

Los aspectos de la oferta sujetos a negociación son los siguientes:

1. Presencia de la marca en instalaciones

Se analizan las distintas opciones para la visibilidad de la marca Aragón Alimentos/“Aragón sabor de verdad” en otros soportes fijos o móviles de las instalaciones más allá de las especificadas como obligatorias en el Pliego de Prescripciones Técnicas. Para ello se identifican posibles soportes, examinando la repercusión de cada uno de ellos.

Mejoras: Tras valorar distintas opciones, se proponen las siguientes acciones:

- Inclusión del logo en el photocall que la entidad expone en el Palacio de Deportes de Huesca en todos los partidos, se trata de una lona en la que aparecen todos los patrocinadores
- Inclusión del logo en sala de prensa, mediante aparición en Tablet, como el resto de patrocinadores, que se ubica sobre la mesa del entrenador en todas las ruedas de prensa y presentaciones

- Inclusión de la campaña en la animación en los leds de publicidad que están situados en la banda, a pie de pista, frente al tiro de cámara.
- Inclusión del logo en metacrilatos ubicados en la Zona Vip del Palacio, donde se cuenta habitualmente con patrocinadores así como otros invitados.

Estas inserciones se realizarán respetando las directrices del Manual de Identidad Visual Corporativa del Gobierno de Aragón.

2. Presencia de la marca en soportes digitales

Se analizan distintas opciones, acordando:

Mejoras:

- Visualización del patrocinio en la pantalla de grandes dimensiones que la entidad tiene en el escaparate de sus oficinas, situado en la C/ Mesnaderos nº 4 de Huesca. En dicha pantalla se proyectan partidos, resúmenes y aparecen todos los patrocinadores

3. Acciones promocionales

Se analizan distintas opciones:

Mejoras:

- Aparición del logo en el póster oficial del equipo, así como en postales de firmas. Estos materiales se utilizan como promocionales en visitas a todos los colegios de la provincia de Huesca, así como en visitas a asociaciones. También se reparten en partidos del primer equipo
- Realización de un colaborativo en redes sociales con los jugadores y productores/distribuidores de Alimentos de Aragón, previo acuerdo con Aragón Alimentos. Para ello se estudiarán entre ambas partes qué alimentos/productores o distribuidores están más alineados con la estrategia y el momento del año.

Estas inserciones se realizarán respetando las directrices del Manual de Identidad Visual Corporativa del Gobierno de Aragón.

4. Acciones experienciales

Se identifican y proponen otro tipo de experiencias que sirvan para mejorar la experiencia a visitantes, abonados y espectadores en general, así como para mejorar la visibilidad de Aragón Alimentos entre otros patrocinadores.

Mejoras: Tras valorar distintas opciones, se proponen las siguientes acciones:

- Tres (3) abonos VIP, para su utilización por el Patrocinador conforme a sus necesidades de relaciones institucionales, comerciales o de representación.
- Estos abonos dan derecho de acceso a la zona y parking VIP

Con el fin de planificar mejor los eventos, sorteos y otras acciones, en el plazo máximo de 15 días tras la firma del contrato el licitador facilitará un borrador de calendario anual que será revisado y finalmente consensuado entre ambas partes y la DGIPA.

Se recalca que el Club, conforme al Pliego de Prescripciones técnicas, cede sus derechos de imagen y de sus jugadores para su uso en campañas, ferias u otros eventos organizados por Aragón Alimentos.

A fecha de firma electrónica.

Por parte de SARGA

Por parte del CLUB BALONMANO HUESCA

Fdo.: D^a Sescún Castán Escribano

Fdo.: D. Néstor Oliva Fortes