



CONVENIO DE COLABORACIÓN DE COLABORACIÓN ENTRE EL PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE CÓRDOBA Y LA ASOCIACIÓN PROMOCIÓN DEL TURISMO DEL VINO (AVINTUR), DURANTE EL EJERCICIO 2024-2025

En Córdoba, a 11 de Noviembre de de 2024

REUNIDOS

De una parte la Vicepresidenta del Patronato Provincial de Turismo (PPTC) de la Diputación Provincial de Córdoba, D^a. Narcisa Ruiz Rodríguez en nombre y representación de este organismo autónomo.

Y de otra, D. Rafael Angel Llamas Salas en nombre y representación de la Asociación para la Promoción del Turismo del Vino (AVINTUR),

Ambas partes reconociéndose mutuamente capacidad legal necesaria y suficiente para suscribir el presente Convenio, acuerdan formalizarlo con arreglo a las siguientes:

ESTIPULACIONES

PRIMERA.- Objeto del convenio.

El presente Convenio tiene por objeto el desarrollo de estrategias de comunicación turística competitivas, potenciando el turismo vitivinícola del territorio de la Ruta del Vino Montilla Moriles que abarca Córdoba capital y 16 municipios de la provincia de Córdoba, gestionado de forma sostenible los recursos existentes, y creando un producto y/o servicio enogastronómico competitivo.

SEGUNDA.- Competencia de las partes.

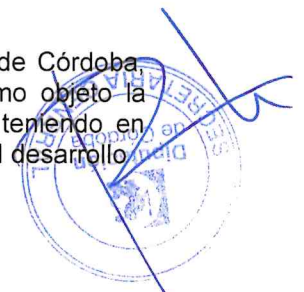
Competencia provincial:

El Patronato Provincial de Turismo de Córdoba, creado por acuerdo del Pleno de la Excm. Diputación Provincial de Córdoba de 31 de diciembre de 1991, se constituye como Organismo Autónomo Local de naturaleza administrativa para la gestión directa de un servicio público de su competencia, de conformidad con lo previsto en el Artículo 85.2.A).b) de la Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases del Régimen Local.

El Patronato Provincial de Turismo de Córdoba quedará adscrito al órgano de la Diputación Provincial que tenga encomendadas las competencias en materia de turismo.

En la actualidad dicho organismo corresponde al área de Desarrollo Económico, Promoción y Empleo que tiene atribuidas las materias de promoción y desarrollo socioeconómico y la contribución a la asistencia económica y al desarrollo local de los municipios y mancomunidades de la provincia utilizando para ello cuantos instrumentos, proyectos y programas pueda diseñar, solicitar y gestionar. En este contexto, se consideran fines específicos, entre otros, la planificación, gestión, seguimiento y difusión de estudios, programas y proyectos que incidan en el desarrollo socioeconómico de la Provincia de Córdoba.

Entre las finalidad, funciones y competencias del Patronato Provincial de Turismo de Córdoba, contenidas en el art. 4 de sus Estatutos se encuentra que este organismo tendrá como objeto la promoción, fomento, estudio, difusión y desarrollo del turismo de Córdoba y Provincia, teniendo en cuenta aquellas sugerencias que partan de las Administraciones y sectores implicados en el desarrollo



de Córdoba como destino turístico ya sea capital o provincial, con el fin último de contribuir al aumento en cantidad y calidad de turistas y a un turismo más desestacionalizado.

Competencia entidad beneficiaria:

La competencia de la entidad beneficiaria tiene determinada en virtud de lo que disponga sus Estatutos. Así el artículo 2 de sus Estatutos atribuye entre sus fines:

c) Acometer actuaciones, programas, acciones y proyectos que contribuyan incidan en el desarrollo temporal, económico y social del territorio que constituye su ámbito de actuación.

d) Promover marcas, y productos particulares y públicos, nomas de autorregulación, y todos los instrumentos jurídicos o comerciales que favorezcan la imagen del territorio vitivinícola en el territorio, su defensa ante terceros y la promoción exterior e interior del mismo.

i) fomentar el conocimiento del sector y del mercado del turismo del vino.

3.- Velar por a calidad del destino y su imagen, siendo garantes de una marca.

TERCERA.- Mecanismos de seguimiento, vigilancia y control.

Se establece para realizar el seguimiento, vigilancia y control de la ejecución del Convenio y de los compromisos adquiridos por los firmantes, el siguiente mecanismo:

Controles parciales y globales a realizar por el/la Jefe/a del Servicio, Departamento, Unidad, y que se plasmarán en el correspondiente informe técnico.

CUARTA.- Compatibilidad con otras subvenciones.

Las cuantías previstas en la subvención nominativa serán compatible con otras subvenciones, ayudas, ingresos o recursos recibidos para la misma finalidad, procedentes de cualesquiera Administraciones, o entes públicos o privados, nacionales, de la Unión Europea o de organismos internacionales, siempre que la cuantía acumulada de los mismos, en la que se incluiría la aportación del PPTC de la Diputación Provincial de Córdoba no supere el 100% del coste total previsto; en tal caso las aportaciones previstas se reducirían en la parte proporcional correspondiente

QUINTA - Plazo y modos de pago de la subvención.

El proyecto tiene un presupuesto total de 11.652,30 €, aportando el PPTC la cantidad de 10.000€, y aportando la entidad beneficiaria la cantidad de 1.652,30€.

El pago de la subvención nominativa por el importe de 10.000€ (DIEZ MIL EUROS) con cargo a la aplicación presupuestaria 4325 48007 "Convenio Mejora Competitividad AVINTUR" se realizará a la firma del convenio, previa acreditación por parte de la entidad beneficiaria de estar al corriente de sus obligaciones con la Corporación, salvo en el supuesto de que el beneficiario tenga concedido un aplazamiento o fraccionamiento de deudas derivadas de un procedimiento de reintegro de subvención concedida con anterioridad, y en el supuesto de que el objeto del convenio se haya realizado, en cuyo caso el pago se realizará, previa justificación del gasto y de haber cumplido los requisitos administrativos por subvenciones concedidas con anterioridad y demás condiciones establecidas en la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones y el Reglamento que la desarrolla, aprobado por Real Decreto 887/2006, de 21 de julio.

SEXTA.- Plazo y forma de justificación.

La justificación de la subvención tendrá por objeto comprobar la adecuación del uso de los fondos públicos por las entidades beneficiarias, aplicándolos a la finalidad para la que fueron concedidos, demostrando el cumplimiento de las condiciones impuestas y resultados obtenidos.



Tendrá carácter de documento con validez jurídica para la justificación de la subvención, la cuenta justificativa simplificada con el contenido previsto en el artículo 75 del Reglamento anteriormente citado (o el previsto en el artículo 72 del mismo, en su caso).

La subvención nominativa concedida con cargo a la aplicación presupuestaria correspondiente, tendrá el carácter de un importe cierto, se entenderá que queda de cuenta de la entidad beneficiaria la diferencia de financiación necesaria para la total ejecución de la actividad, debiendo ser reintegrada en tal caso la financiación pública únicamente por el importe que rebasara el coste total de dicha actividad.

La cuenta deberá rendirse ante el órgano gestor en el plazo máximo de tres meses, que se contará a partir de la firma de este Convenio o desde la finalización de la temporalidad del proyecto recogida en el Anexo Económico del presente convenio, según esté o no, respectivamente, realizado el objeto del convenio".

SÉPTIMA.- Publicidad.

La entidad beneficiaria deberá tomar las medidas de difusión necesarias para dar la adecuada publicidad del carácter público de la financiación del programa, actividad, inversión o actuación de cualquier tipo que sea objeto de la subvención nominativa y las medidas de difusión que se adopten deberán adecuarse al objeto subvencionado, tanto en su forma como en su duración, pudiendo consistir en la inclusión de la imagen institucional de la entidad concedente así como leyendas relativas a la financiación pública en carteles, placas conmemorativas, materiales impresos, medios electrónicos o audiovisuales o bien en menciones realizadas en los medios de comunicación.

OCTAVA.- Subcontratación de las actividades.

A los efectos de este Convenio, se entiende en su caso, que la entidad beneficiaria subcontrata cuando concierne con terceros la ejecución total o parcial de la actividad que constituye el objeto del Convenio.

Queda fuera de este concepto la contratación de aquellos gastos en que tenga que incurrir para la realización por sí mismo de la actividad.

La entidad beneficiaria, podrá subcontratar, en su caso, hasta el 100% de la actividad. No podrán subcontratarse actividades que, aumentando el coste de la acciones, no aporten valor añadido al contenido de las mismas.

NOVENA- Gastos subvencionables.

Se considerarán gastos subvencionables, a los efectos de este Convenio, los incluidos en su Anexo Económico, siempre que respondan de manera indubitada a la naturaleza de la actividad subvencionada, resulten estrictamente necesarios y hayan sido efectivamente pagados con anterioridad a la finalización del plazo de justificación. En ningún caso el coste de adquisición de los gastos podrá ser superior al valor de mercado.

Los gastos e ingresos que se presenten en el anexo económico, estarán debidamente desglosados y se imputarán de acuerdo con su naturaleza económica y, en el caso de los gastos, además, de acuerdo con la finalidad que con ellos se pretende conseguir.

Los datos serán homogéneos y normalizados en cuanto a denominación, nomenclatura y significado de los distintos gastos e ingresos subvencionables, de conformidad con lo establecido en la Orden EHA/1037/2010, de 13 de abril, por la que se aprueba el Plan General de Contabilidad Pública, y demás normativa de desarrollo.



Cuando el importe del gasto supere las cuantías establecidas en la legislación de Contratos de Sector Público para el contrato menor, la entidad beneficiaria deberá solicitar como mínimo tres ofertas de diferentes proveedores, con carácter previo a la contracción del compromiso para la obra, la prestación del servicio o la entrega del bien, salvo que por sus especiales características de los gastos no exista en el mercado suficiente número de entidades que lo realicen, suministren o presten, salvo que el gasto se hubiese realizado con anterioridad a la subvención.

La elección entre las ofertas presentadas, que deberán aportarse en la justificación, o, en su caso, en la solicitud de subvención, se realizará conforme a criterios de eficiencia y economía, debiendo justificarse expresamente en una memoria la elección cuando no recaiga en la propuesta económica más ventajosa.

A efectos de lo previsto en el apartado anterior, la entidad beneficiaria será responsable de que en la ejecución de la actividad subvencionada concertada con terceros se respeten los límites que se establezcan en este Convenio en cuanto a la naturaleza y cuantía de gastos subvencionables, y los contratistas estarán sujetos al deber de colaboración previsto en el artículo 46 de la Ley 38/2003 General de Subvenciones para permitir la adecuada verificación del cumplimiento de dichos límites.

En ningún caso podrá concertarse por la entidad beneficiaria la ejecución total o parcial de las actividades subvencionadas con:

- a) Personas o entidades incursas en alguna de las prohibiciones del artículo 13 de la Ley 38/2003.
- b) Personas que formen parte de los órganos de gobierno de las entidades o entidades vinculadas con la entidad beneficiaria, tales como empresas asociadas, salvo que la contratación se realice de acuerdo con las condiciones normales de mercado. En estas circunstancias la subcontratación tendría la autorización expresa de esta Corporación Provincial.

DÉCIMA.- Responsabilidad patrimonial.

En concordancia con lo establecido en el Art. 33.1 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, citada, si de la ejecución de las actuaciones derivadas del presente convenio se produjeran lesiones en los bienes y derechos de los particulares, la responsabilidad patrimonial a que, en su caso, dieren lugar será de la entidad beneficiaria como entidad responsable de dicha ejecución.

El presente convenio queda excluido de la aplicación de la Ley 9/2017 de 8 de Noviembre, al amparo del artículo 6. No obstante, se aplicarán los principios de esta ley para resolver las dudas que pudieran presentarse.

El Patronato Provincial de Turismo de la Diputación Provincial de Córdoba, no tendrá relación jurídico-laboral alguna con las personas que contraten con la entidad beneficiaria para la ejecución de los compromisos que corresponda desarrollar en virtud de este Convenio de Colaboración, siendo ajena a cuantas reclamaciones puedan derivarse de tales contratos.

UNDÉCIMA.- Criterios de graduación de la justificación.

A este Convenio les son de aplicación las normas recogidas por la Ordenanza Reguladora de la Actividad Subvencionable, publicada con el Boletín oficial de la Provincia número 29, de 12 de Febrero de 2020, en especial, los criterios de graduación y potestad sancionadora ante los posibles incumplimientos de las condiciones impuestas con motivo de la concesión de esta subvención nominativa

DUODÉCIMA.- Cuestiones litigiosas en la interpretación y cumplimiento del Convenio.

Las cuestiones litigiosas que pudieran surgir en la interpretación y cumplimiento del presente convenio, serán de conocimiento y competencia del Orden Jurisdiccional Contencioso Administrativo; si no han podido ser resueltas previamente a través de la Comisión de Seguimiento recogida en la estipulación tercera del presente Convenio.

DECIMOTERCERA.- Vigencia.

La vigencia del presente Convenio comprenderá desde la fecha de su firma hasta la finalización de las actuaciones objeto del presente Convenio; fecha que aparece en el anexo del presente Convenio.

En cualquier momento, antes de la finalización del plazo previsto en el anexo, las partes que suscriben el presente Convenio podrán acordar unánimemente su prórroga, con la limitación recogida en el artículo 49 apartado h) párrafo segundo de la Ley 40/2015, de 1 de octubre.

Serán causas de resolución del mismo:

- a) El mutuo acuerdo de las partes manifestado por escrito.
- b) Incumplimiento de las obligaciones recogidas en el mismo.

En el supuesto de que concurra alguna de estas causas, pero existan actuaciones en curso de ejecución, las partes que suscriben el presente Convenio, a propuesta del Gerente del PPTC, o a propuesta de la Comisión de Seguimiento si ésta existiera, podrán acordar la continuación y finalización de las actuaciones en curso, estableciendo un plazo improrrogable para la finalización de las mismas; conforme al artículo 52 apartado tercero de la Ley 40/2015, de 1 de octubre.

DECIMOCUARTA.- Memoria justificativa.

Para dar cumplimiento al apartado primero del artículo 50 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, se incluye en el expediente administrativo del presente convenio una Memoria Justificativa como trámite preceptivo para la suscripción de este Convenio.

DECIMOQUINTA.- Igualdad de género.

Las entidades firmantes se comprometen a respetar e incorporar en la ejecución del presente Convenio, procedimientos de igualdad efectiva de mujeres y hombres y de promoción para la igualdad de género, en el ámbito de su actuación.

DECIMOSEXTA.- Apoyo a metas de ODS.

Las medidas que atiende el presente convenio apoyan principalmente a la meta o metas ODS n.º 8.9 que dice "De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puesto de trabajo y promueva la cultura y los productos locales" y tiene sinergias con la meta o metas 17.17, para "Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas", además de sinergias con los ODS 11 (ciudades y comunidades sostenibles) el ODS 12 (producción y consumo responsables) y el ODS 16 (Paz, Justicia e Instituciones Sólidas) y sus metas. 11.4, 12.b, 16.7. En una visibilidad que la Diputación de Córdoba quiere aportar a todas sus actuaciones desde que en 2018 aprueba su participación en la

implementación de la Agenda 2030 y en coherencia con “Participamos Dipucordoba 2030”, cuya expresión gráfica es la siguiente:



En la información que se utilice en texto o gráfica de este convenio se deben utilizar esta expresión gráfica y justificación, así como enviar reportaje fotográfico a participamos2030@dipucordoba.es.

Y en prueba de conformidad, firman los intervinientes, en el lugar y fecha indicados “en el encabezamiento”.

LA VICEPRESIDENTA DEL PATRONATO
PROVINCIAL DE TURISMO DE LA
DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE CÓRDOBA

EL REPRESENTANTE DE LA ENTIDAD DE LA
ASOCIACIÓN PROMOCIÓN DEL TURISMO
DEL VINO (AVINTUR)

Fdo.: Narcisca Ruiz Rodríguez

Fdo. Rafael Angel Llamas Salas



ANEXO ECONÓMICO
PRESUPUESTO DE LA ACTIVIDAD

PRESUPUESTO DE GASTOS del programa, actividad, inversión o actuación, conforme al desglose del proyecto presentado

PRESUPUESTO	
O	
PRESUPUESTO DE GASTOS del proyecto conforme al desglose de acciones descritas en la memoria	
Diseño, fabricación y exhibición de 7 Vallas publicitarias durante 3 meses	7.114,80€
Fabricación de vinilo para 7 vallas de 8 x 3 m (363,00 €/ud.)	2.541,00€
Exhibición de 7 vallas publicitarias de 8 x 3m (217,80 €/ud./mes)	4.573,80€
Publicidad en autobús local de Córdoba durante 3 meses	3.037,10 €
Exhibición de la publicidad (798,60 €/mes)	2.395,80€
Producción	641,30 €
Trade Marketing	484,00 €
Realización de Programa de fidelización	290,40 €
Alianza con influencers locales	726,00 €
TOTAL (IVA Incluido)	11.652,30 €

PRESUPUESTO ESTIMATIVO DE INGRESOS (IVA INCLUIDO)

Aportación Patronato Provincial de Turismo de Córdoba	10.000€
Aportación Entidad beneficiaria	1.652,30€ €
TOTAL IVA Incluido)	11.652,30€

Plazo de ejecución:

El proyecto se ejecutará desde la firma del convenio hasta el 31 de Marzo de 2025

Temporalidad del proyecto

El proyecto se ejecutará desde la firma del convenio hasta el 31 de Marzo de 2025

Plazo de justificación

El que proceda conforme a la estipulación Sexta del Convenio

Diputación de Córdoba
DILIGENCIA.-Para hacer constar que el presente Convenio se firmó ante mí, en lugar y fecha indicados
CÓRDOBA
EL SECRETARIO GENERAL
Fdo.: Jesús Cobos Climent

Anexo Modelo de Proyecto

CONTENIDOS ESENCIAL DE LA MEMORIA INICIAL

- 1.- Entidad que solicita la subvención.
- 2.- Entidad que desarrolla y organiza la actividad o proyecto.
- 3.- Descripción, Fundamentación y justificación del proyecto:
 - a) Clase de proyecto y tipo de proyecto
 - b) Entorno en el que se va a desarrollar el proyecto: Localización geográfica y ubicación en el espacio.
 - c) Razones que llevan al beneficiario a emprender y llevar a cabo el proyecto.
 - d) Necesidades o problemas que se pretende corregir o cubrir, con su puesta en marcha.
 - e) Argumentación sobre por qué que el proyecto es la mejor alternativa de solución en función de las necesidades sociales, ambientales, económicas, de mercado, etc y en función de la legislación aplicable, viabilidad financiera, rentabilidad educacional, social, económica, etc.
 - f) Medidas paliativas o correctoras a tener en cuenta que se puedan introducir durante la ejecución del proyecto, que puedan hacer falta para incrementar las posibilidades de éxito, lo que daría lugar posiblemente a la modificación del proyecto.
- 4.- Objetivos a conseguir con la realización del proyecto.

Los objetivos que se señalen en el proyecto, deben expresar lo que se pretende alcanzar con la realización de cada actividad y las consecuencias y efectos posteriores, que serán evaluados en función de los resultados obtenidos.

Dependiendo de la complejidad del proyecto y de la normativa reguladora específica, es conveniente definir en el mismo dos clases de objetivos, que podrán ser incrementados o decrementados según el tipo de proyecto y/o a petición de los distintos departamentos técnicos gestores, tras la preevaluación del aquel.

Objetivo General (en el momento de Inicio). Sería la denominación del proyecto que permite hacerse una idea general del proyecto.

Los objetivos generales sintetizan en pocas palabras "la finalidad pretendida" con la realización del proyecto sin señalar resultados concretos, ni directamente medibles por medio de indicadores. Se trata de objetivos finales que cualifican la intención del beneficiario: "Promover, implementar, realizar, prevenir, favorecer, dinamizar, impulsar, etc.

Ejemplo: de objetivo general: " Impulsar la educación a distancia en un territorio recóndito"

- a. Objetivos específicos y metas: señalan los distintos senderos a seguir para conseguir obtener el objetivo final y en consecuencia el logro del proyecto. Es el momento en que se diversifica el objetivo general del proyecto y éste comienza a complejizarse.

Las metas, son las propuestas que plantea la entidad de forma más concreta, pero aún sin cuantificar ni cualificar y que se materializarán en actuaciones reales a llevar a cabo, una vez que



se cuantifiquen y temporalicen. No son medibles por medio de indicadores, ya que solo señalan intenciones del beneficiario.

Ejemplo de metas propuestas para alcanzar el objetivo general: "Impulsar la educación a distancia en un territorio recóndito " serían : "realizar cursos", "acondicionar locales apropiados", "incentivar y animar a los potenciales a los instructores",etc).

5.- Destinatarios o beneficiarios del proyecto:

- Perfil de los destinatarios directos e indirectos del proyecto: personas físicas, grupos de personas (familias, grupos de población), y personas jurídicas (asociaciones, entidades, instituciones, etc.).

- Número de personas real y aproximado, familias o entidades beneficiarios directos e indirectos (destinatarios afectados o beneficiados de manera secundaria) dentro de una población. Análisis y consecuencias de la alternativa propuesta.

6.- Temporalidad o periodo de ejecución.

- Plazo de ejecución o temporalidad del proyecto (este plazo incluye las siguientes fases: Fase preparatoria necesaria para la ejecución del proyecto (organización, planificación, contratación, encargos, etc). Fase de ejecución efectiva (realización efectiva y ejecución del calendario de actividades) y Fase de cierre del proyecto (limpieza y recogida física, recopilación de documentos, análisis, control de resultados y confección de la memoria final).

- Calendario de actividades o cronograma de actividades (es aquel documento o herramienta de gestión, que muestra puntualmente todas las actividades contenidas y definidas en un proyecto, relacionando directamente las fechas concretas de realización, con cada evento a realizar y que es cumplimentado en orden cronológico).

7.- Organización y Recursos humanos.

El contenido mínimo será el siguiente:

- Identificar al representante legal: Dirección de trabajo, dirección de correo electrónico y teléfono de contacto.
- Concretar el perfil o la categoría "laboral" del personal que se requiere junto con su dedicación de tiempo, ya que eso permitirá estimar el coste de personal considerando su categoría y dedicación.
- Previsión de costes de desplazamiento, dietas de alojamiento, dietas manutención, etc, para todos los intervinientes.
- Organización y organigrama: Cómo se van a repartir las responsabilidades de su ejecución y quién será el responsable último. Funciones de cada colaborador interviniente en la actividad e identificación .
- Tipo de relación de los intervinientes en la realización de la actividad: relación laboral fija o esporádica, propia o ajena, con contrato, relación de colaboración esporádica (con validez jurídica), relación de voluntariado sujeto a dicha normativa, prestación de servicios, etc).

8.- Recursos materiales y técnicos necesarios.

Infraestructuras, instalaciones, equipamientos, vehículos, material técnico, material fungible, etc.

9.- Recursos financieros o Ingresos y forma de financiación.

Deberán cuantificarse y reflejarse también en el estado de ingresos del presupuesto, de forma individual para cada tipo de recurso.

10.- Metodología y viabilidad del proyecto.

Resultados que se esperan obtener en relación a los objetivos propuestos y metodología y procedimiento de trabajo, especificando como se va a desarrollar el proyecto en la práctica, como se va a realizar la coordinación entre departamentos, entidades, organismos, etc., en aquellas actividades que lo requieran, como se van a incorporar la participación de los destinatarios o implicados en el proyecto, etc.

11.- Sistema de evaluación.

Mecanismo e instrumentos de seguimiento de la realización del proyecto y de evaluación de resultados en el corto plazo y el impacto a medio y largo plazo, respecto a los resultados que se esperan obtener.

12.- Medios de difusión y publicidad.

Se deben concretar cómo se va a realizar la comunicación interna y externa del proyecto, las subvenciones otorgadas tendrán que ser objeto de publicidad en los términos previstos en los artículos 18 de la Ley General de subvenciones y del 30 del Reglamento de la Ley General de Subvenciones, normas de las bases específicas.

Mecanismo de publicidad aceptados por la diputación de Córdoba serán: Carteles y/o folletos con depósito legal e impresos: Carteles y/o folletos sin depósito legal e impresos, Carteles y/o folletos no impresos publicados en medios telemáticos, Imagen Corporativa de la Diputación en página Web o Blogspot, Imagen Corporativa de Diputación en Redes sociales (Facebook, twitter, etc). Entrevistas realizadas en Medios de Comunicación, Placas conmemorativas, Ropa, Material, Vehículos, Pancartas, Banderas, Lonas, Otros (especificar).

13. Presupuesto equilibrado. Estado de gastos e ingresos

a) El Estado de ingresos debe incluir los recursos según naturaleza o tipo de ingreso y especificar además del tipo de ingreso las entidades que colaboran en la financiación del proyecto:

- Ingresos por aportación directa de la entidad beneficiaria, adscritos al proyecto.*
- Ingresos por aportaciones provenientes de los destinatarios del proyecto, si es el caso (en concepto de matrícula, tasa, precio de participación en un evento, etc.)*
- Ingresos generados por el proyecto (Por venta de entradas al evento o actividad, por venta de productos o servicios, por publicaciones, etc)*
- Ingresos por donaciones, patrocinios y similares sin que medie contraprestación alguna, provenientes de particulares, empresas y organismo públicos.*
- Ingresos por subvenciones o ayudas procedentes de otras Administraciones o entidades públicas.*
- Ingresos por subvenciones o ayudas procedentes de entidades públicas privadas.*

b) el estado de gastos deben incluir los conceptos que, acorde con su naturaleza, se van a poder incluir en la posterior justificación.

En caso de que el proyecto sea muy complejo, con varias actividades, y además de alto coste, aunque se pretende un presupuesto unificado, deberá presentarse desglosado para su posterior evaluación, un presupuesto para cada actividad, de forma que la suma de todas las actividades sumen el importe total del proyecto.

CONTENIDOS ESENCIAL DE LA MEMORIA INICIAL

1. Entidad que solicita la subvención.

Asociación para la Promoción del Turismo del Vino (AVINTUR), ente gestor de la Ruta del Vino Montilla Moriles.

2. Entidad que desarrolla y organiza la actividad o proyecto.

Asociación para la Promoción del Turismo del Vino (AVINTUR), ente gestor de la Ruta del Vino Montilla Moriles.

3. Descripción, Fundamentación y justificación del proyecto:

1.a) Clase de proyecto y tipo de proyecto

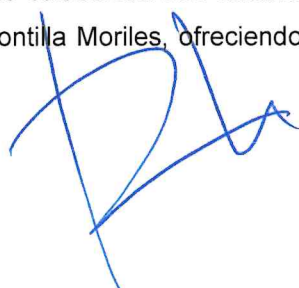
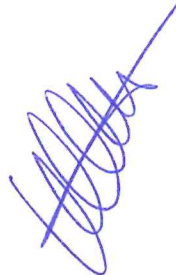
Este proyecto está diseñado para desarrollar estrategias de comunicación turística competitivas, potenciando el turismo vitivinícola del territorio de la Ruta del Vino Montilla Moriles que abarca Córdoba capital y 16 municipios de la provincia de Córdoba, gestionado de forma sostenible los recursos existentes, y creando un producto y/o servicio enogastronómico competitivo.

Se trata de un proyecto que busca mejorar el escenario, la comunicación, uso de herramientas, cambios en la forma de trabajo para adaptarse a los nuevos escenarios, con el fin de generar confianza de la demanda respecto al producto enoturístico y gastronómico del territorio de la Ruta del Vino Montilla Moriles, e impulsando la dinamización de la actividad turística y desarrollo socio económico del territorio de la Ruta del Vino como recurso turístico sostenible.

1.b) Entorno en el que se va a desarrollar el proyecto: Localización geográfica y ubicación en el espacio.

Las acciones diseñadas serán realizadas en Córdoba capital, salvo aquellas que estén relacionadas con las diferentes redes sociales de la Ruta del Vino Montilla Moriles, como es el caso de alianzas con influencers locales y acciones de fidelización, que se ejecutarán a través de estas plataformas. Dichas acciones servirán para aumentar la visibilidad de la Ruta del Vino Montilla Moriles y generar interés entre los ciudadanos (cordobeses) y visitantes, creando una conexión emocional y cultural con el patrimonio vitivinícola de nuestro territorio.

Además, se diseñarán y se exhibirán vallas publicitarias, situadas en puntos determinados y claves de la capital cordobesa, así como publicidad en autobús local de Córdoba, con un diseño atractivo que muestre la riqueza turística de la Ruta del Vino. Además, se colaborará con establecimientos locales para crear exhibiciones temáticas sobre la Ruta del Vino Montilla Moriles, ofreciendo degustaciones y distribuyendo material promocional de la misma.



1.c) Razones que llevan al beneficiario a emprender y llevar a cabo el proyecto.

Este proyecto se emprende con el objetivo de mejorar la competitividad del producto turístico Ruta del Vino Montilla Moriles, poniendo en valor los recursos turísticos de nuestro territorio, generando interacción y participación por parte de los ciudadanos, visitantes y seguidores de nuestras redes sociales, así como la promoción y difusión de los recursos naturales, patrimoniales, culturales, gastronómicos y enológicos de las 17 localidades que compone el territorio de la Ruta del Vino Montilla Moriles.

1.d) Necesidades o problemas que se pretende corregir o cubrir, con su puesta en marcha.

El diagnóstico realizado desde la propia Ruta del Vino, ha permitido detectar un desconocimiento del producto turístico Ruta del Vino Montilla Moriles por parte de los ciudadanos de Córdoba capital, a pesar de estar la mayoría de las localidades que conforman nuestro territorio a pocos kilómetros de la capital. Esto ha implicado la necesidad urgente de realizar una serie de acciones en la capital con resultados de mayor impacto, como es el caso de vallas publicitarias por diferentes localizaciones de la capital y publicidad en autobuses urbanos. Con la puesta en marcha del proyecto se busca potenciar la promoción y difusión del destino turístico, dado que la Ruta del Vino es una importante entidad que abarca la cooperación y colaboración público-privada responsables de un desarrollo local/comarcales.

1.e) Argumentación sobre por qué que el proyecto es la mejor alternativa de solución en función de las necesidades sociales, ambientales, económicas, de mercado, etc y en función de la legislación aplicable, viabilidad financiera, rentabilidad educacional, social, económica, etc.

Mejorar la promoción y el conocimiento de la Ruta del Vino Montilla Moriles, es necesario para el desarrollo socio económico del territorio. Hoy, el enoturismo y la enogastronomía forman parte de las tipologías de turismo que desde la OMT son vistas con mayores posibilidades para desarrollar un modelo de crecimiento sostenible. Con el paso del tiempo, el enoturismo ha integrado un abanico mayor de experiencias que conectan el vino con elementos culturales, gastronómicos, arquitectónicos, de bienestar, de deportes, etc. Y aquí es donde nuestro modelo de club de producto Rutas del Vino incluye toda una red de establecimientos y actividades turísticas unidas, junto a la cooperación público – privada.

Dar visibilidad a la Ruta del Vino Montilla Moriles es dar visibilidad a empresas, municipios, recursos, desarrollo económico- social, fomento de empleo, desestacionalización, mitigar la despoblación rural, búsqueda de nuevas oportunidades para el territorio y unir Córdoba capital con la provincia.

Se asegura la ejecución del proyecto en función de la legislación aplicable, viabilidad fi-

nanciera del proyecto, rentabilidad educacional, social y económica.

1.f) Medidas paliativas o correctoras a tener en cuenta que se puedan introducir durante la ejecución del proyecto, que puedan hacer falta para incrementar las posibilidades de éxito, lo que daría lugar posiblemente a la modificación del proyecto.

A lo largo de la ejecución del proyecto, se contemplarán medidas paliativas y correctoras para asegurar los objetivos perseguidos. Esto incluirá la correcta planificación de las localizaciones de las diferentes acciones a desarrollar con el fin de conseguir el mayor impacto. Además, se tendrá en cuenta una serie de indicadores y mercado para seleccionar los influencers adecuados.

4.- Objetivos a conseguir con la realización del proyecto.

La mejora de la competitividad del producto turístico de la Ruta del Vino Montilla Moriles persigue los siguientes objetivos:

- Mejorar el escenario, la gestión y la comunicación para conectar eficazmente Córdoba capital con la provincia, mejorando así la experiencia para los residentes y visitantes de la ciudad.
- Mostrar la riqueza, diversidad de productos y el potencial del territorio, involucrando a la población de Córdoba capital y a sus visitantes en la apreciación del valor de estos recursos.
- Desarrollar el turismo sostenible: mediante la promoción de experiencias que respeten y valoren el entorno natural y cultural del territorio de Córdoba y su provincia.
- Dinamizar la economía local a través del incremento de visitantes y la promoción de productos locales, generando así un impacto positivo en la comunidad.
- Innovar en la oferta turística, fomentando la introducción de nuevas actividades.
- Fomentar el turismo enológico. Divulgación de la Ruta del Vino y de su oferta turística
- Vincular la tradición vinícola de la región y los cordobeses, invitándoles a descubrir y disfrutar de la rica herencia de sus vinos cordobeses.
- Establecer sinergias entre el sector vinícola y otros sectores, para ofrecer una experiencia integral.
- Educar y sensibilizar sobre la importancia de la viticultura y la enología en la identidad de Montilla Moriles.

5. Destinatarios o beneficiarios del proyecto:

- Perfil de los destinatarios directos e indirectos del proyecto: personas físicas, grupos de personas (familias, grupos de población), y personas jurídicas (asociaciones, entidades, instituciones, etc.).

Los destinatarios directos serán los residentes de Córdoba capital, así como los turistas y/o visitantes que acudan a la capital. También serán destinatarios directos los usuarios de redes sociales de

nuestras plataformas y de los influencers que se impliquen en el proyecto.

Los destinatarios indirectos serán empresas y municipios que componen la Ruta del Vino Montilla Moriles, beneficiándose de la promoción del destino, así como usuarios de redes sociales no seguidores de nuestras plataformas y de los influencers implicados, que serán captados a través de las diferentes acciones que se realizarán a través del proyecto.

- Número de personas real y aproximado, familias o entidades beneficiarios directos e indirectos (destinatarios afectados o beneficiados de manera secundaria) dentro de una población. Análisis y consecuencias de la alternativa propuesta.

Se estima que el número aproximado de beneficiarios directos sea de miles, al igual que los beneficiarios indirectos. A tener en cuenta el número de habitantes de Córdoba capital y de turistas que

visitan la capital, así como el sumatorio de habitantes del resto de las poblaciones que componen la Ruta del Vino Montilla Moriles (además de Córdoba, los municipios son: Fernán Núñez, Montemayor, Montilla, La Rambla, Montalbán de Córdoba, Santaella, Moriles, Puente Genil, Aguilar de la Frontera, Monturque, Lucena, Cabra, Doña Mencía, Baena, Castro y Espejo).

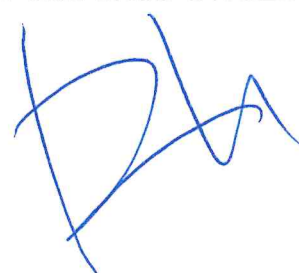
Los beneficiarios serán tanto personas físicas (habitantes y turistas), como jurídicas (empresas con actividades turísticas y no turísticas, como es el caso de los comercios, que serán beneficiarios de la promoción del destino), así como tres mancomunidades, dado que parte de nuestro territorio abarca municipios que se encuentran acogidos por tres mancomunidades diferentes; Campiña Sur Cordobesa, Subbética y Guadajoz Campiña Este.

6. Temporalidad o periodo de ejecución.

- Plazo de ejecución o temporalidad del proyecto (este plazo incluye las siguientes fases: Fase preparatoria necesaria para la ejecución del proyecto (organización, planificación, contratación, encargos, etc). Fase de ejecución efectiva (realización efectiva y ejecución del calendario de actividades) y Fase de cierre del proyecto (limpieza y recogida física, recopilación de documentos, análisis, control de resultados y confección de la memoria final).

Una vez aprobado el Convenio de Colaboración entre el Patronato Provincial de Turismo de la Diputación de Córdoba y la Asociación para la promoción del turismo del Vino (Avintur), tendrá un plazo de vigencia hasta el 31 de marzo de 2025 . Este plazo incluye la fase preparatoria, fase de ejecución y fase de cierre del proyecto.

- Calendario de actividades o cronograma de actividades (es aquel documento o herramienta de gestión, que muestra puntualmente todas las actividades contenidas y definidas en un proyecto, relacionando directamente las fechas concretas de realización, con cada evento a realizar y que es cumplimentado en orden cronológico).



7. Organización y Recursos humanos.

a. Identificar al representante legal: Dirección de trabajo, dirección de correo electrónico y teléfono de contacto.

El Presidente y Representante legal de la asociación, y por tanto, del proyecto, será D. Rafael Ángel Llamas Salas, C/ Puerta de Aguilar, 10 (Edif. Solera). 14550 Montilla (Córdoba). Tlf. 957390551 (email: info@rutadelvinomontillamoriles.com)

b. Concretar el perfil o la categoría “laboral” del personal que se requiere junto con su dedicación de tiempo, ya que eso permitirá estimar el coste de personal considerando su categoría y su dedicación.

Para la ejecución del proyecto se requiere un equipo compuesto por una técnica de turismo a tiempo completo (40 horas semanales). Además, se requerirá entre otros, la prestación de servicios que se contratarán con empresas relacionadas con publicidad y comunicación para las vallas publicitarias, publicidad en autobús urbano, acciones de promoción en rrss, etc. Estas personas/empresas permitirán desarrollar y gestionar las actividades planificadas.

c. Previsión de costes de desplazamiento, dietas de alojamiento, dietas manutención, etc, para todos los intervinientes.

Los costes relacionados con desplazamientos, alojamiento, dietas y manutención estarán cubiertos dentro del presupuesto de las empresas contratadas para los servicios específicos. En cuanto al personal técnico de la asociación, sus gastos asociados a la ejecución del proyecto serán cubiertos por su contrato vigente.

d. Organización y organigrama: Cómo se van a repartir las responsabilidades de su ejecución y quién será el responsable último. Funciones de cada colaborador interviniente en la actividad e identificación.

Los intervinientes en el proyecto y las funciones son las siguientes:

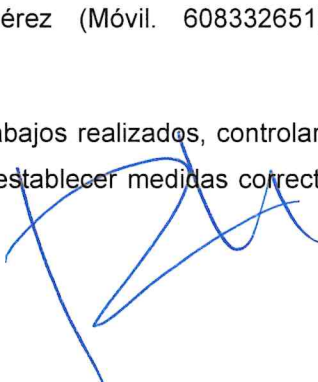
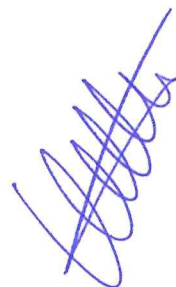
GERENTE: Rafael Cabello Hidalgo (Móvil. 651032523). Email:

gerencia@rutadelvinomontillamoriles.com

El gerente será el responsable último del proyecto. Las funciones serán: dirigir el equipo de trabajo, velar por el cumplimiento de los objetivos y supervisión del proyecto hasta su finalización.

TÉCNICO DE TURISMO: Eva Belén Escobar Pérez (Móvil. 608332651). Email: info@rutadelvinomontillamoriles.com

Las funciones serán: coordinar la ejecución y calidad de los trabajos realizados, controlar la evolución del proyecto y la consecución de los objetivos, así como establecer medidas correctoras ante cualquier imprevisto o alcance,



PROVEEDORES: Empresas o entidades contratadas para las diferentes acciones a realizar.

e. Tipo de relación de los intervinientes en la realización de la actividad: relación laboral fija o esporádica, propia o ajena, con contrato, relación de colaboración esporádica (con validez jurídica), relación de voluntariado sujeto a dicha normativa, prestación de servicios, etc).

- El técnico de turismo tiene una relación laboral fija con la asociación desde el año 2015.
- En cuanto a la Gerencia, se ostenta desde el 15 de diciembre de 2022 tras aprobación en sesión ordinaria de la Junta Directiva de la Asociación.
- Se contempla establecer relaciones de colaboración esporádica con proveedores externos para la ejecución de acciones indicadas en el proyecto, todo conforme a la normativa laboral y fiscal vigente.

8. Recursos materiales y técnicos necesarios. Infraestructuras, instalaciones, equipamientos, vehículos, material técnico, material fungible, etc.

Para la ejecución del proyecto, se requerirá material fungible (material de oficina), técnico (ordenador, móvil), material promocional y merchandising que la propia asociación dispone. Además, los desplazamientos del propio personal de la asociación se realizarán en sus propios vehículos. Sin embargo, para las acciones que necesiten la contratación de servicios a terceros, se requerirá material publicitario que previamente deberá ser editado y/o fabricado para las vallas y para la publicidad en autobús urbano, productos locales para las degustaciones, equipos informáticos, internet, etc.

9. Recursos financieros o Ingresos y forma de financiación. Deberán cuantificarse y reflejarse también en el estado de ingresos del presupuesto, de forma individual para cada tipo de recurso.

Para este proyecto, los recursos financieros necesarios aparecerán en el presupuesto de ingresos y gastos del apartado 13 de esta memoria donde cada actividad requerirá de una estimación de costes detallados.

La financiación podrá provenir del Patronato Provincial de Turismo de Córdoba y de fondos propios de la Asociación para la Promoción del Turismo del Vino (AVINTUR).



10. Metodología y viabilidad del proyecto.

El proyecto para la mejora de la competitividad de la Ruta del Vino Montilla-Moriles se implementará mediante una metodología estructurada en fases clave para su viabilidad:

a) Fase 1: Diagnóstico y Planificación

Es de importancia contar con un análisis inicial del estado actual de la promoción y comunicación de la ruta del Vino Montilla Moriles. Dicho análisis viene trabajado desde hace años, puesto que la Ruta del Vino está sujeta a una auditoría de forma bianual por el club de producto Rutas del vino de España, por el cual se obtiene la certificación como Ruta del vino. Dicho esto, la situación actual está totalmente detectada, por lo que se requerirá a lo largo de la ejecución del proyecto, una planificación de las acciones para mitigar las debilidades y amenazas recogidas, que incluya las estrategias de comunicación. El plan se centra en mejorar la visibilidad de la Ruta del Vino a través de medios publicitarios y digitales, y en la organización de las acciones descritas en el proyecto.

b) Fase 2: Implementación

Se describen las acciones a realizar en este proyecto:

- b)** Vallas Publicitarias: Diseño de vallas publicitarias atractivas. Fabricación de vinilo para vallas. Exhibición de 7 vallas de 8 x 3 m durante 3 meses en localizaciones de Córdoba capital.
- c)** Publicidad en autobuses locales: adornar autobuses urbanos de Córdoba capital con vinilos que muestren la riqueza de la Ruta del Vino Montilla Moriles durante 3 meses.
- d)** Trade Marketing: Colaborar con establecimiento local de Córdoba capital para crear actividad en torno a la Ruta del Vino Montilla Moriles. Además, se ofrecerá degustaciones y se distribuirá material promocional de la Ruta.
- e)** Programa de fidelización: Desarrollar programa de fidelización para residentes que participen en tours y/o actividades turísticas de la Ruta del Vino Montilla Moriles.
- f)** Alianza con influencers locales: Trabajar con personalidades influyentes en la región para compartir su experiencia en la Ruta del Vino Montilla Moriles.

c) Fase 3: Coordinación y Gestión

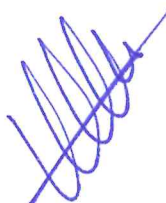
Se supervisará y se controlará la ejecución del proyecto, a través de un monitoreo del progreso, correcta gestión de recursos, con un uso de herramientas digitales y reuniones periódicas para asegurar una comunicación fluida entre todos los participantes y resolver posibles problemas de manera oportuna.

d) Fase 4: Evaluación

Implementación de un sistema de seguimiento, obtención de datos, análisis y elaboración de Informe de evaluación (esta fase es descrita con mayor detalle en el punto 11 de dicha memoria).

El proyecto espera lograr los siguientes resultados:

- Incremento en la Visibilidad: Mejora significativa en el conocimiento de la Ruta del Vino Montilla Moriles entre los residentes de Córdoba y los turistas, evidenciado por un aumento en el tráfico ha-



cia la Ruta y la interacción en redes sociales.

- Mejora en la Experiencia Turística: Aumento en la satisfacción del turista mediante una promoción efectiva y eventos interactivos que destaquen la oferta enogastronómica del territorio.
- Dinamización Económica Local: Creación de un impacto económico positivo en los municipios de la Ruta del Vino mediante el incremento de visitantes y la promoción de productos locales.

Esta redacción proporciona una visión clara y detallada de la metodología y viabilidad del proyecto, abordando los aspectos clave de implementación, coordinación y participación, en línea con los objetivos propuestos.

11. Sistema de evaluación.

La importancia de evaluar los resultados obtenidos es una forma de investigación aplicada, sistemática, planificada y dirigida, para obtener y proporcionar de manera válida y fiable, dtos de información suficiente y relevante en la que se apoya un diagnóstico y la ejecución de acciones y plan de trabajo por el que se rige el proyecto. Se comprobará la extensión y el grado en que dichos logros se han dado, de forma que sirva de base o guía para dar continuidad a la promoción y difusión del destino.

El objetivo de este sistema de evaluación es medir la efectividad del proyecto. Este sistema servirá para asegurar que los fondos se utilicen de manera eficiente para alcanzar los objetivos propuestos.

Para asegurar el seguimiento efectivo del proyecto, se llevarán a cabo reuniones como indicadores de proceso para velar por el cumplimiento de los objetivos, plasmar el grado de avance en la implementación, interceptar posibles contratiempos y ajustar las acciones a lo indicado en el proyecto y al cumplimiento del presupuesto.

En cuanto a indicadores de resultados, se valorará el grado de visibilidad del destino, a través de tráfico web y de redes sociales, usando como métodos de medición, el registro de usuarios y visitantes, así como con comparativa anual. Además, se tendrá en cuenta número de asistentes y grado de satisfacción en aquellas acciones que puedan realizarse.

La metodología de evaluación de resultados es una etapa crucial, dado que la recopilación de datos garantiza que la evaluación se base en información precisa y relevante. Esta fase incluye la obtención de datos cuantitativos y cualitativos relacionados con los indicadores de resultado. Para ello, se usará una fuente de datos primarios; entrevistas con partes interesadas, monitoreo desde observaciones directas, así como de estudio de satisfacción de los asistentes en aquellas acciones que puedan realizarse), datos secundarios; informes de empresas contradas sobre afluencia de transeúntes por las localizaciones de las vallas publicitarias, así como de usuarios de los autobuses urbanos (en caso de que sea posible), además de la recogida de impactos en las diferentes plataformas a través de diferentes herramientas de recopilación de datos. Una vez termine este proceso, se analizarán dichos datos y se procederá a su análisis para un posterior Informe de evaluación. La elaboración de un informe de evaluación detallado y bien estructurado te permite imple-

mentar diversas estrategias para maximizar el impacto del proyecto y facilitar la toma de decisiones.

12. Medios de difusión y publicidad.

Además de los recursos de difusión y publicidad que vienen recogidos en las acciones descritas en la memoria, se realizará y se enviará nota de prensa a diferentes medios de comunicación para informar del proyecto que recoge la memoria. Se publicará y se difundirá las actuaciones que se realizarán en las diferentes plataformas de comunicación digital de la Ruta del Vino Montilla Moriles.

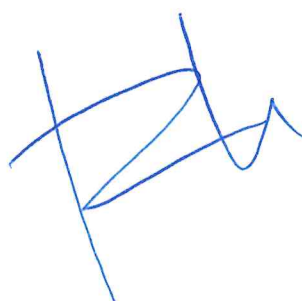
Los diseños que se realicen para aquellas acciones que lo requieran, incluirá los logotipos o imagen corporativa de Diputación de Córdoba y/o de Patronato Provincial de Turismo de Córdoba (según se requiera). En cuanto a la difusión de las acciones en redes sociales de la Ruta del Vino Montilla Moriles y en la nota de prensa elaborada por nuestra entidad, se hará mención a la entidad que financia dicho proyecto, todo ello con el fin de garantizar la visibilidad de la procedencia de la financiación.

13. Presupuesto equilibrado. Estado de gastos e ingresos

PRESUPUESTO	
O	
PRESUPUESTO DE GASTOS del proyecto conforme al desglose de acciones descritas en la memoria	

Diseño, fabricación y exhibición de 7 Vallas publicitarias durante 3 meses	7.114,80€
Fabricación de vinilo para 7 vallas de 8 x 3 m (363,00 €/ud.)	2.541,00€
Exhibición de 7 vallas publicitarias de 8 x 3m (217,80 €/ud./mes)	4.573,80 €
Publicidad en autobús local de Córdoba durante 3 meses	3.037,10€
Exhibición de la publicidad (798,60 €/mes)	2.395,80 €
Producción	641,30 €
Trade Marketing	484,00 €
Realización de Programa de fidelización	290,40 €
Alianza con influencers locales	726,00 €
TOTAL (IVA Incluido)	11.652,30 €

PRESUPUESTO DE INGRESOS	
Subvención del Patronato Provincial de Córdoba	10.000,00 €
Aportación de la entidad beneficiaria	1.652,30 €
TOTAL (IVA Incluido)	11.652,30 €

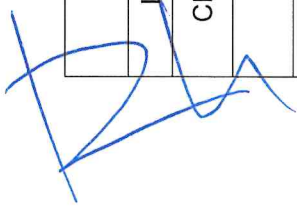



ANEXO MODELO CUENTAS JUSTIFICATIVAS

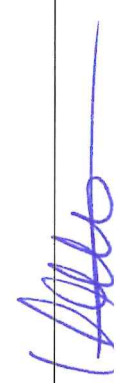
MODELO CUENTA JUSTIFICATIVA SIMPLIFICADA

D/Dña..... en nombre y representación de.....Con
CIF solicita tenga por presentada la siguiente CUENTA JUSTIFICATIVA SIMPLIFICADA relativa a Subvención percibida en el expediente....., relativo a la Convocatoria.....
.....

A. Relación clasificada de los gastos de la actividad:




CONCEPTO PRESUPUESTO:									
Identificación del acreedor		Nº de Factura	Concepto Factura	Fecha de Emisión Factura	Fecha de Pago Factura	Importe Factura	Presupuestado	Ejecutado	
CIF	Nombre /Razón Social								
TOTAL...									



Servicio de Hacienda

CONCEPTO PRESUPUESTO:									
Identificación del acreedor		Nº de Factura	Concepto Factura	Fecha de Emisión Factura	Fecha de Pago Factura	Importe Factura	Presupuestado	Ejecutado	
CIF	Nombre /Razón Social								
TOTAL...									

CONCEPTO PRESUPUESTO:									
Identificación del acreedor		Nº de Factura	Concepto Factura	Fecha de Emisión Factura	Fecha de Pago Factura	Importe Factura	Presupuestado	Ejecutado	
CIF	Nombre /Razón Social								
TOTAL...									
TOTAL DE GASTOS PRESUPUESTADOS			TOTAL DE GASTOS EJECUTADOS						



Servicio de Hacienda

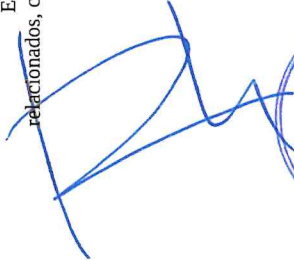
B. Detalle de ingresos o subvenciones que han financiado la actividad subvencionada:

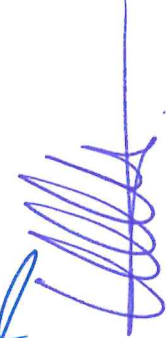
Identificación de la procedencia de la Subvención/Ingreso	Importe
Subvención de Diputación de Córdoba	
TOTAL...	

El abajo firmante declara bajo su responsabilidad que los datos incluidos son ciertos, y en todo caso manifiesta su disposición a que la Diputación Provincial de Córdoba compruebe cualquiera de los justificantes relacionados, con el fin propio de obtener evidencia razonable sobre la adecuada aplicación de la subvención, a cuyo fin le podrá ser requerida la remisión de los justificantes originales.

En....., a.....de.....de 20_

La/el interesado/a o Representante Legal





MODELO CUENTA JUSTIFICATIVA SIMPLIFICADA PARA PROYECTOS CON GASTOS EXCLUSIVAMENTE DERIVADOS DE CONTRATACIÓN DE PERSONAL

D/Dña

CIF

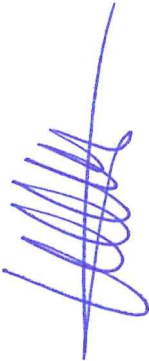
..... en nombre y representación de.....Con

solicita tener por presentada la siguiente CUENTA JUSTIFICATIVA SIMPLIFICADA relativa a Subvención percibida en el expediente....., relativo a la Convocatoria.....

.....

A. Relación clasificada de los gastos de la actividad:

PRESUPUESTO:						
Identificación del acreedor		Concepto (Nómina o Seguridad Social)	Mes	Fecha de Pago	Importe	Ejecutado
CIF	Nombre trabajadora					
TOTAL...						

Servicio de Hacienda

B. Detalle de ingresos o subvenciones que han financiado la actividad subvencionada:

Identificación de la procedencia de la Subvención/Ingreso	Importe
Subvención de Diputación de Córdoba	
Aportado por la Entidad	
Otros	
TOTAL...	

El abajo firmante declara bajo su responsabilidad que los datos incluidos son ciertos, y en todo caso manifiesta su disposición a que la Diputación Provincial de Córdoba compruebe cualquiera de los justificantes relacionados, con el fin propio de obtener evidencia razonable sobre la adecuada aplicación de la subvención, a cuyo fin le podrá ser requerida la remisión de los justificantes originales.

En....., a.....de.....de 20_

La/el interesado/a o Representante Legal Fdo:.....

ILMO. SR. PRESIDENTE DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE CÓRDOBA

