

MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA EL PATROCINIO DE EVENTOS Y EQUIPOS DEPORTIVOS PARA LA VISIBILIDAD Y DIFUSIÓN DE LA MARCA “COSTA DAURADA” Y/O “TERRES DE L’EBRE”

1.- NECESIDAD, IDONEIDAD Y JUSTIFICACIÓN DE LA CONTRATACIÓN

El patrocinio deportivo es un tipo de patrocinio especializado en el deporte, así como en los valores que el deporte puede transmitir cuando se asocia una marca o producto a un equipo, o un evento. La publicidad convencional sigue ocupando una parcela muy importante en el presupuesto del PTDT, pero se buscan también otras fórmulas de publicidad *no convencional*, entre las que se encuentra el patrocinio. El patrocinio es mucho más eficiente y eficaz si se utiliza juntamente con otras herramientas, como un elemento integrado en la estrategia de comunicación y no de forma aislada. Por ello, el PTDT quiere dar visibilidad y hacer difusión de la marca mediante una campaña publicitaria en medios convencionales ya través del patrocinio deportivo.

Las necesidades que se satisfacen mediante este contrato de patrocinio publicitario son:

- Dar visibilidad y hacer difusión de la marca Costa Daurada y Terres de l'Ebre.
- Potenciar la imagen de las marcas Costa Daurada y Terres de l'Ebre como territorios ideales para la práctica de deportes.
- Incrementar la reputación, notoriedad e imagen de marca.
- Conseguir un impacto diferente al que proporciona la publicidad más habitual ligada a las marcas Costa Daurada y Terres de l'Ebre.
- Conseguir una repercusión mediática con una imagen de destino de turismo deportivo, mejorando su posicionamiento y proyección, potenciando sus valores y aumentando su conocimiento para atraer a nuevos visitantes.
- Poner el foco en actividades que reflejen el carácter de la marca y los valores medioambientales, sociales y de innovación que representa.

En determinados segmentos y productos, como el deportivo, el posicionamiento de la marca Costa Daurada ocupa un lugar relevante y debe continuar impulsándose, aprovechando este posicionamiento.

Los patrocinios de eventos y equipos deportivos son una plataforma dinámica y polivalente que permite llegar al público objetivo y transmitir los valores inherentes a las marcas turísticas.

La clave del éxito reside en que se asocie la imagen del patrocinador a las cualidades o beneficios del evento/equipo patrocinado, creando y dotando de un estilo propio al evento. Todo patrocinio tiene personalidad y percepción propia en la mente del público, y esa peculiaridad debe ser el enlace para crear y desarrollar imagen y notoriedad de marca.

La marca es una asociación de ideas, imágenes, percepciones, sonoridades que tiene un potencial cliente al entrar en contacto con nuestra organización. La práctica del deporte se asocia a valores de estilo de vida saludable, de compromiso con la sociedad

y el entorno, de igualdad de oportunidades...y son estos los valores que el PTDT quiere que se asocien a la marca Costa Daurada y Terres de l'Ebre.

Hay que poner de relieve que el deporte se difunde cada día en los medios de comunicación. Las informaciones relativas a eventos y ligas/competiciones regulares tienen una presencia y cobertura habitual casi diaria en los distintos programas informativos y de deportes, en la prensa escrita generalista, en la prensa escrita deportiva especializada, así como en la prensa deportiva digital.

Se prevén dos tipos de patrocinios:

- **El patrocinio de eventos deportivos** realizados en la provincia de Tarragona que permitan dar visibilidad y hacer difusión de la marca “Costa Daurada” y/o “Terres de l'Ebre” y aumentar su grado de conocimiento y al mismo tiempo conozcan el destino *in situ* para consolidar su posicionamiento y asociarlo a los valores deportivos, sociales, medioambientales y.
- **Patrocinio del/los equipo/s deportivo/s** de la provincia de Tarragona que participen en competiciones deportivas oficiales a nivel estatal y/o internacional durante el calendario oficial de la disciplina correspondiente de la temporada 2025-2026, para dar visibilidad y hacer difusión de la marca “Costa Daurada” y/o “Terres de l'Ebre” más allá de las comarcas tarraconenses a la vez que se asocie la marca a la práctica deportiva y a los valores sociales y medioambientales. ser de igual modalidad deportiva.

Dentro de cada tipo de patrocinio, existe la necesidad de contratar diferentes lotes en función de la capacidad de cada una de ellas de generar más o menos difusión y visibilidad de la marca “Costa Daurada” y/o “Terres de l'Ebre” y, consecuentemente, los requisitos, los criterios de adjudicación y el importe del patrocinio varían en función de esta capacidad:

- **El tipo de competición** es un factor que genera influencia sobre el impacto de un evento deportivo. En el caso de la liga de un deporte, esta tipología lleva implícito que existan competiciones durante toda la temporada. En el caso de eventos y campeonatos, su efecto temporal suele ser inferior al de una liga del mismo deporte con categoría similar. Los impactos y el retorno para las marcas patrocinadoras se obtienen de forma puntual mientras dura el evento.
- Cuanto más amplio es **el ámbito geográfico** del evento más probabilidades hay que asistan asistentes y competidores foráneos.
- Los **activos y elementos de valor** que aportan los patrocinios deportivos son múltiples y los podemos clasificar en activos físicos: espacios en instalaciones, pancartas, vallas, carteles, banderolas, productos de merchandising, etc. y activos digitales: página web, banners en páginas de terceros, publicaciones en las redes sociales, boletines, etc. El PTDT desea combinar todos estos activos físicos y digitales para aumentar la exposición y el alcance. Todos estos activos tienen un determinado valor en función de su capacidad de generar visibilidad y notoriedad.
- La justificación de las **modalidades deportivas consideradas estratégicas** y la graduación en las puntuaciones está basada en los siguientes aspectos:

1. De acuerdo con el programa de “Turismo deportivo y golf” de la Agencia Catalana de Turismo, conformado por destinos, equipamientos deportivos y alojamientos y agencias de viajes especializados y certificados en turismo deportivo por esta entidad, que garantiza que tanto los deportistas de alta competición como los turistas amantes del deporte tengan instalaciones de la máxima calidad que la práctica deportiva.

La Costa Daurada y las Terres de l'Ebre cuentan con 4 municipios certificados:

Cambrils, certificada en las disciplinas ciclismo, fútbol y vela; Salou, certificada en la disciplina de fútbol, vela, triatlón y ciclismo; Amposta, certificada en la disciplina de remo; y la Almendra de Mar, certificada en la disciplina de vela.

Los municipios que cuentan con equipamientos deportivos certificados:

Fútbol: Cambrils, Salou y Prades; Remo: Amposta; Vela: Cambrils, Salou, la Almendra de Mar (3 instalaciones); Natación: Tarragona; Golf: Tarragona, Salou.

Además, el destino cuenta con alojamientos certificados en turismo deportivo en las localidades de L'Aldea, Altafulla, Amposta, L'Ametlla de Mar, Cambrils, Montbrió del Camp, Mont-roig del Camp, Prades, Salou, Tortosa, Vila-seca, Vinyols y los Arcos, así como empresas de actividades y de agencias de viaje, Montbrió del Camp, Mont-roig del Camp y Salou.

Igualmente, dentro del programa de “Turismo activo y naturaleza” certificados en “cicloturismo” figuran Amposta, Mont-roig del Camp, Tortosa y Vila-seca y los Consejos Comarcales de la Terra Alta y el Baix Ebre.

2. De acuerdo con el número de seguidores y practicantes de cada disciplina y por consiguiente el impacto que puede tener su patrocinio en la marca.

De acuerdo con “Anuario de Estadísticas Deportivas” de 2023 publicado por el Ministerio de Cultura y Deporte del total de licencias federativas deportivas de 2022, el 80,2% se concentran en 15 federaciones: Fútbol, Baloncesto, Caza, Golf, Monte y Escalada, Balonmano, Judo, Surf, Ciclismo y Patinaje.

A pesar de que no existe ningún destino certificado en pádel, baloncesto o carreras, se han incluido estas disciplinas porque el territorio cuenta con un gran número de infraestructuras y servicios para la práctica y desarrollo de estos deportes y porque se encuentran entre las 15 disciplinas con mayor número de federados deportivos.

El pádel es un deporte en auge con casi 100.000 federados en toda España. Según el estudio de Deloitte actualmente existen en el mundo más de 18 millones de jugadores activos de pádel, el número de licencias deportivas a nivel global supera ya las 300.000, y España concentra a casi uno de cada tres jugadores federados. Además, en 2021 había ya más de 51 federaciones nacionales de pádel inscritas en la FIP. Se estima que este deporte ya se practica en más de 90 países en todo el mundo, con un crecimiento medio entre 2016 y 2021 de un 22%. Estos datos garantizan unas cifras de audiencia muy relevantes

en los canales de comunicación, lo que permitirá visibilizar y difundir la marca “Costa Daurada” y/o “Terres de l'Ebre”.

En cuanto al baloncesto y de acuerdo con el “Anuario de Estadísticas Deportivas” de 2023 publicado por el Ministerio de Cultura y Deporte, el baloncesto ocupa la segunda posición en número de licencias federativas del estado español. Cabe destacar la cobertura mediática de alguna de las pruebas que la hacen especialmente atractiva, en términos de visibilidad de marca, audiencias y notoriedad.

En cuanto al Remo, les Terres de l'Ebre y en concreto Amposta, acogen el único Centro de Alto Rendimiento de la provincia de Tarragona (CAR), especializado en la práctica deportiva del remo atendiendo a su situación junto al Río Ebro. El alto grado de especialización la hacen referente en el país y posiciona el destino para la práctica de este deporte.

En referencia a las carreras de montaña, es necesario dar visibilidad al amplio abanico de activos del destino como son los espacios naturales donde realizar actividades al aire libre de múltiples disciplinas deportivas. El Paraje Natural de Interés Nacional de Poblet -incluido en el Plan de Espacios de Interés Natural- y el Parque Natural del Montsant, las Montañas de Prades, los Puertos de Tortosa-Besseit, etc. dónde practicar el senderismo, running o BTT. Es necesario visibilizar y poner en valor el marco excepcional del interior de la Costa Daurada y les Terres de l'Ebre, que permiten desestacionalizar la demanda, diversificar la oferta turística y descentralizar la actividad turística llevándola a espacios menos saturados y con potencial de crecimiento.

Por otro lado, la especial orografía y el clima templado del destino hacen que la Costa Daurada y les Terres de l'Ebre ya tengan consolidado su posicionamiento en el producto deportivo de ciclismo. Existen un gran número de rutas señalizadas para la práctica de este deporte, entra las que cabe destacar la Vía Verde de la Terra Alta, la Vía Verde del Valle de Zafan, la Ruta del Cister, Pedales del Priorat, etc., todas ellas con servicios para el transporte de material e infraestructuras asociadas. Cabe mencionar también el Centro BTT en Montroig del Camp y el hecho de que desde hace años el territorio acoja etapas de la Vuelta a España y la Vuelta a Cataluña.

- Otro elemento para valorar son los **mercados estratégicos** del destino para poder alcanzar el máximo público objetivo de las marcas mediante los patrocinios que se van a contratar. Son el volumen de llegadas de cada uno de ellos, el histórico estadístico del mercado para con el destino, el nivel de coincidencia estratégica con el sector empresarial, las conexiones aéreas del destino con cada mercado, el peso de la intermediación turística en la cadena de comercialización y del destino las que determinan su carácter estratégico.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU pueden relacionarse de forma significativa con los contratos de patrocinio deportivos. Esta relación ofrece oportunidades por ambas partes para generar un impacto positivo más allá del ámbito puramente deportivo o comercial. Principales conexiones entre ODS y el patrocinio deportivo:

ODS 3 (Salud y bienestar): garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos en todas las edades.

ODS 5 (Igualdad de género): conseguir la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles): conseguir que los eventos sean sostenibles, reduzcan el impacto ambiental y beneficien a las comunidades locales.

ODS 17 (Alianzas para alcanzar los objetivos): conseguir alianzas entre el sector privado, el ámbito deportivo y, a menudo, las administraciones públicas.

Atendiendo a los resultados de los estudios de impacto económico elaborados de los patrocinios deportivos realizados en los últimos 3 años, las prestaciones objeto de los contratos de patrocinio han alcanzado y superado los impactos publicitarios previstos ya que el retorno económico de la marca para el PTDT ha sido superior a la inversión.

2.- OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es el patrocinio de eventos deportivos y equipos deportivos para visibilizar y difundir las marcas “Costa Daurada” y/o “Terres de l'Ebre” y de los valores asociados a las mismas, incrementar su conocimiento, posicionarlas como referente de destino de turismo deportivo.

Se prevé un total de 15 lotes de patrocinio en función de si se trata de un evento deportivo o del patrocinio de equipos deportivos y del retorno económico de la marca mínimo exigido.

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

Este patrocinio es una publicidad de carácter indirecta “retorno publicitario” y que consiste en que el patrocinado permite al patrocinador que haga pública su colaboración económica (y en especie) en la actividad del patrocinado y también, si así se establece, en el que el patrocinado realice comportamientos activos con la misma finalidad. El patrocinador a cambio goza de la notoriedad y resonancia de la actividad que desarrolla el patrocinado, con el fin de incrementar entre el público el conocimiento de su nombre o marca y enaltecer su imagen.

3.- DIVISIÓN EN LOTES

La prestación del objeto del contrato se divide en 15 lotes:

Lote 1 Patrocinio de evento deportivo (retorno económico mínimo de la marca 125.840,00 €)

Lote 2 Patrocinio de evento deportivo (retorno económico mínimo de la marca 110.110,00 €)

Lote 3 Patrocinio de evento deportivo (retorno económico mínimo de la marca 102.245,00 €)

Lote 4 Patrocinio de evento deportivo (retorno económico mínimo de la marca 94.380,00 €)

Lote 5 Patrocinio de evento deportivo (retorno económico mínimo de la marca 94.380,00 €)

Lote 6 Patrocinio de evento deportivo (retorno económico mínimo de la marca 94.380,00 €)

Lote 7 Patrocinio de evento deportivo (retorno económico mínimo de la marca 78.650,00 €)

Lote 8 Patrocinio de evento deportivo (retorno económico mínimo de la marca 62.920,00 €)

Lote 9 Patrocinio de evento deportivo (retorno económico mínimo de la marca 47.190,00 €)

Lote 10 Patrocinio de evento deportivo (retorno económico mínimo de la marca 39.325,00 €)

Lote 11 Patrocinio de evento deportivo (retorno económico mínimo de la marca 31.460,00 €)

Lote 12 Patrocinio de equipos deportivos (retorno económico mínimo de la marca 275.275,00 €)

Lote 13 Patrocinio de equipos deportivos (retorno económico mínimo de la marca 157.300,00 €)

Lote 14 Patrocinio de equipos deportivos (retorno económico mínimo de la marca 102.245,00 €)

Lote 15 Patrocinio de equipos deportivos (retorno económico mínimo de la marca 94.380,00 €)

PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES

Número de lotes en los que un mismo candidato puede presentar ofertas: quince (15) lotes (una por cada lote).

Número de lotes máximo que pueden adjudicarse a un mismo candidato: dos (2), uno (1) para equipos deportivos y uno (1) para eventos deportivos.

Excepcionalmente se podrá adjudicar más de 1 lote de eventos deportivos a un mismo licitador en caso de que no exista concurrencia o no haya ninguna oferta adecuada.

Excepcionalmente se podrá adjudicar más de 1 lote de equipo/s deportivos a un mismo licitador en caso de que no exista concurrencia o no haya ninguna oferta adecuada.

El motivo de limitar el número de lotes de los que podrá resultar adjudicatario un mismo candidato se debe a la necesidad de garantizar que la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre se asocie a una pluralidad de disciplinas deportivas, diversificar el público objetivo y a los valores que representan cada una de ellas.

Consideraciones:

En caso de que haya más de una entidad organizadora de un mismo evento, sólo podrá solicitarse un único patrocinio para ese evento.

En caso de que un licitador resulte adjudicatario de más de un (1) lote de eventos deportivos se adjudicará de acuerdo con el orden de preferencia indicado en la oferta.

En caso de que un licitador resulte adjudicatario de más de un (1) lote por equipo/s deportivos se adjudicará de acuerdo con el orden de preferencia indicado en la oferta.

4.- INSUFICIENCIA DE MEDIOS

El Organismo Autónomo Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona no tiene los medios materiales para la organización de eventos de estas características, pero sí quiere aprovechar su eco y capacidad de generar una elevada repercusión mediática, notoriedad, visibilidad y difusión de las marcas y de asociar la marca a valores más allá de los estrictamente deportivos.

5.- PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN

Presupuesto base de licitación: 1.161.600,00 € (IVA incluido)

PATROCINIOS EVENTOS DEPORTIVOS

	Presupuesto Base de Licitación (IVA excluido)	IVA 21%	Presupuesto Base Licitación (IVA incluido)
Lote 1	80.000,00 €	16.800,00 €	96.800,00 €
Lote 2	70.000,00 €	14.700,00 €	84.700,00 €
Lote 3	65.000,00 €	13.650,00 €	78.650,00 €
Lote 4	60.000,00 €	12.600,00 €	72.600,00 €
Lote 5	60.000,00 €	12.600,00 €	72.600,00 €
Lote 6	60.000,00 €	12.600,00 €	72.600,00 €
Lote 7	50.000,00 €	10.500,00 €	60.500,00 €
Lote 8	40.000,00 €	8.400,00 €	48.400,00 €
Lote 9	30.000,00 €	6.300,00 €	36.300,00 €
Lote 10	25.000,00 €	5.250,00 €	30.250,00 €
Lote 11	20.000,00 €	4.200,00 €	24.200,00 €

PATROCINIOS DE EQUIPOS DEPORTIVOS

	Presupuesto Base de Licitación (IVA excluido)	IVA 21%	Presupuesto Base Licitación (IVA incluido)
Lote 12	175.000,00 €	36.750,00 €	211.750,00 €
Lote 13	100.000,00 €	21.000,00 €	121.000,00 €
Lote 14	65.000,00 €	13.650,00 €	78.650,00 €
Lote 15	60.000,00 €	12.600,00 €	72.600,00 €

Al tratarse de un contrato de patrocinio deportivo, el cálculo del presupuesto base de licitación se ha efectuado atendiendo a los resultados de los estudios de impacto económico elaborados hasta la actualidad de los diferentes patrocinios deportivos que se han realizado en los últimos tres años y garantizando en todo caso un retorno económico mínimo de la marca del 30%.

Atendiendo a estos estudios, las prestaciones objeto de los contratos de patrocinio deportivo han alcanzado y superado los impactos publicitarios y el retorno económico de la inversión realizada por el PTDT. Por este motivo, el patrocinio tiene entidad suficiente para constituir la prestación económica total de 1.161.600,00 € (960.000,00 € del valor base del contrato más 201.600,00 € de IVA).

El desglose de este presupuesto por lotes es el siguiente:

LOTE 1

Costes Directos	800,00 €
TOTAL	800,00 €

Costes Indirectos	
Gastos generales de estructura (93%)	74.400,00 €
Beneficio industrial (6%)	4.800,00 €
TOTAL	79.200,00 €

COSTES TOTALES (Directos + Indirectos)	80.000,00 €
IVA	16.800,00 €
TOTAL	96.800,00 €

LOTE 2

Costes Directos	700,00 €
TOTAL	700,00 €

Costes Indirectos	
Gastos generales de estructura (93%)	65.100,00 €
Beneficio industrial (6%)	4.200,00 €
TOTAL	69.300,00 €

COSTES TOTALES (Directos + Indirectos)	70.000,00 €
IVA	14.700,00 €
TOTAL	84.700,00 €

LOTE 3

Costes Directos	650,00 €
TOTAL	650,00 €

Costes Indirectos	
Gastos generales de estructura (93%)	60.450,00 €
Beneficio industrial (6%)	3.900,00 €
TOTAL	64.350,00 €

COSTES TOTALES (Directos + Indirectos)	65.000,00 €
IVA	13.650,00 €
TOTAL	78.650,00 €

LOTE 4

Costes Directos	600,00 €
TOTAL	600,00 €

Costes Indirectos	
Gastos generales de estructura (93%)	55.800,00 €
Beneficio industrial (6%)	3.600,00 €
TOTAL	59.400,00 €

COSTES TOTALES (Directos + Indirectos)	60.000,00 €
IVA	12.600,00 €
TOTAL	72.600,00 €

LOTE 5

Costes Directos	600,00 €
TOTAL	600,00 €

Costes Indirectos	
Gastos generales de estructura (93%)	55.800,00 €
Beneficio industrial (6%)	3.600,00 €
TOTAL	59.400,00 €

COSTES TOTALES (Directos + Indirectos)	60.000,00 €
IVA	12.600,00 €
TOTAL	72.600,00 €

LOTE 6

Costes Directos	600,00 €
TOTAL	600,00 €

Costes Indirectos	
Gastos generales de estructura (93%)	55.800,00 €

Beneficio industrial (6%)	3.600,00 €
TOTAL	59.400,00 €

COSTES TOTALES (Directos + Indirectos)	60.000,00 €
IVA	12.600,00 €
TOTAL	72.600,00 €

LOTE 7

Costes Directos	500,00 €
TOTAL	500,00 €

Costes Indirectos	
Gastos generales de estructura (93%)	46.500,00 €
Beneficio industrial (6%)	3.000,00 €
TOTAL	49.500,00 €

COSTES TOTALES (Directos + Indirectos)	50.000,00 €
IVA	10.500,00 €
TOTAL	60.500,00 €

LOTE 8

Costes Directos	400,00 €
TOTAL	400,00 €

Costes Indirectos	
Gastos generales de estructura (93%)	37.200,00 €
Beneficio industrial (6%)	2.400,00 €
TOTAL	39.600,00 €

COSTES TOTALES (Directos + Indirectos)	40.000,00 €
IVA	8.400,00 €
TOTAL	48.400,00 €

LOTE 9

Costes Directos	300,00 €
TOTAL	300,00 €

Costes Indirectos	
Gastos generales de estructura (93%)	27.900,00 €
Beneficio industrial (6%)	1.800,00 €
TOTAL	29.700,00 €

COSTES TOTALES (Directos + Indirectos)	30.000,00 €
----------------------------------------	-------------

IVA	6.300,00 €
TOTAL	36.300,00 €

LOTE 10

Costes Directos	250,00 €
TOTAL	250,00 €

Costes Indirectos	
Gastos generales de estructura (93%)	23.250,00 €
Beneficio industrial (6%)	1.500,00 €
TOTAL	24.750,00 €

COSTES TOTALES (Directos + Indirectos)	25.000,00 €
IVA	5.250,00 €
TOTAL	30.250,00 €

LOTE 11

Costes Directos	200,00 €
TOTAL	200,00 €

Costos Indirectos	
Gastos generales de estructura (93%)	18.600,00 €
Beneficio industrial (6%)	1.200,00 €
TOTAL	19.800,00 €

COSTES TOTALES (Directos + Indirectos)	20.000,00 €
IVA	4.200,00 €
TOTAL	24.200,00€

LOTE 12

Costes Directos	1.750,00 €
TOTAL	1.750,00 €

Costes Indirectos	
Gastos generales de estructura (93%)	162.750,00 €
Beneficio industrial (6%)	10.500,00 €
TOTAL	173.250,00 €

COSTES TOTALES (Directos + Indirectos)	175.000,00 €
IVA	36.750,00 €
TOTAL	211.750,00€

LOTE 13

Costes Directos	1.000,00 €
TOTAL	1.000,00 €

Costes Indirectos	
Gastos generales de estructura (93%)	93.000,00 €
Beneficio industrial (6%)	6.000,00 €
TOTAL	99.000,00 €

COSTES TOTALES (Directos + Indirectos)	100.000,00 €
IVA	21.000,00 €
TOTAL	121.000,00€

LOTE 14

Costes Directos	650,00 €
TOTAL	650,00 €

Costes Indirectos	
Gastos generales de estructura (93%)	60.450,00 €
Beneficio industrial (6%)	3.900,00 €
TOTAL	64.350,00 €

COSTES TOTALES (Directos + Indirectos)	65.000,00 €
IVA	13.650,00 €
TOTAL	78.650,00€

LOTE 15

Costes Directos	600,00 €
TOTAL	600,00 €

Costes Indirectos	
Gastos generales de estructura (93%)	55.800,00 €
Beneficio industrial (6%)	3.600,00 €
TOTAL	59.400,00 €

COSTES TOTALES (Directos + Indirectos)	60.000,00 €
IVA	12.600,00 €
TOTAL	72.600,00€

6.- VALOR ESTIMADO

	Importe de licitación	Importe de las prórrogas (1+1)	Importe de las modificaciones	VALOR ESTIMADO
Lote 1	80.000,00 €	160.000,00 €	0,00 €	240.000,00 €
Lote 2	70.000,00 €	140.000,00 €	0,00 €	210.000,00 €

Lote 3	65.000,00 €	130.000,00 €	0,00 €	195.000,00 €
Lote 4	60.000,00 €	120.000,00 €	0,00 €	180.000,00 €
Lote 5	60.000,00 €	120.000,00 €	0,00 €	180.000,00 €
Lote 6	60.000,00 €	120.000,00 €	0,00 €	180.000,00 €
Lote 7	50.000,00 €	100.000,00 €	0,00 €	150.000,00 €
Lote 8	40.000,00 €	80.000,00 €	0,00 €	120.000,00 €
Lote 9	30.000,00 €	60.000,00 €	0,00 €	90.000,00 €
Lote 10	25.000,00 €	50.000,00 €	0,00 €	75.000,00 €
Lote 11	20.000,00 €	40.000,00 €	0,00 €	60.000,00 €
Lote 12	175.000,00 €	350.000,00 €	0,00 €	525.000,00 €
Lote 13	100.000,00 €	200.000,00 €	0,00 €	300.000,00 €
Lote 14	65.000,00 €	130.000,00 €	0,00 €	195.000,00 €
Lote 15	60.000,00 €	120.000,00 €	0,00 €	180.000,00 €
VALOR ESTIMADO TOTAL				2.880.000,00 €

7.- DURACIÓN DEL CONTRATO

7.1. Para los patrocinios de eventos deportivos (LOTE 1 a LOTE 11) la duración del contrato será desde el inicio del evento y se alargará 4 meses más desde la finalización del evento. Dentro de este plazo el adjudicatario deberá presentar la documentación requerida en el pliego de prescripciones técnicas para acreditar el retorno económico de la marca y poder proceder al pago del precio del contrato.

Prórroga:

Se prevé la prórroga del patrocinio de los eventos deportivos por un período de dos (2) años (1+1), de acuerdo con los términos establecidos en el pliego de prescripciones técnicas.

7.2. Para los patrocinios de equipos deportivos (LOTE 12 a LOTE 15) la duración del contrato será de 1 año desde su formalización. Dentro de los dos (2) últimos meses de duración del contrato el adjudicatario tendrá que presentar la documentación requerida en el pliego de prescripciones técnicas para acreditar el retorno económico de la marca y poder proceder al pago final del precio del contrato.

Prórroga:

Se prevé la prórroga del patrocinio de los equipos deportivos por un período de dos (2) años (1+1), de acuerdo con los términos establecidos en pliego de prescripciones técnicas.

8.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Los criterios para tener en cuenta a la hora de considerar cuál es la proposición más ventajosa serán los que se indican a continuación:

Por cada lote se valorará:

LOTES 1 A LOTE 11

Criterios automáticos (hasta 51 puntos)

a) Oferta económica (hasta 26 puntos)

Puntuación obtenida = $26 * (\text{Importe Base Licitación} - \text{Oferta que se valora}) / (\text{Importe Base Licitación} - \text{Oferta más económica})$

Las ofertas con precio igual al de licitación obtendrán 0 puntos, mientras que la oferta más baja obtendrá 26 puntos.

Baja 0 → 0 puntos

Baja mayor → 26 puntos

Se establece esta fórmula porque permite una ponderación de ofertas distribuyendo los puntos de forma proporcional según las diferencias entre las ofertas de precio, a partir de la oferta económica que haya sido admitida y teniendo en cuenta el presupuesto neto de licitación.

No se aceptará ninguna oferta económica que supere el presupuesto base de licitación.

Presentar una oferta de precio superior en el presupuesto base de licitación será motivo de exclusión del procedimiento de licitación.

b) Se incluye el nombre de la marca “Costa Dorada” o “Terres de l'Ebre” en el nombre del evento (25 puntos).

Criterio de juicio de valor (hasta 49 puntos)

a) Propuesta técnica

CONTRAPRESTACIONES Y REGRESO ECONÓMICO DEL PATROCINIO

Las contraprestaciones deben estar dirigidas a dar visibilidad y hacer difusión de la marca “Costa Dorada” y/o “Terres de l'Ebre”, y deben definirse cuidadosamente cada una de ellas en la descripción.

En la valoración del retorno económico de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre derivado de las acciones propuestas no se pueden incluir los gastos de producción, que irán a cargo del adjudicatario.

A modo de ejemplo, ofrecer como contraprestación "menciones en las redes sociales", "menciones en notas de prensa", "inserción de publicidad" no son suficientes porque no definen cuidadosamente la contraprestación ni reflejan el número de impactos ni su valoración económica. Por tanto, es necesario que cada una de las contraprestaciones esté suficientemente detallada y cuantificada económicamente ya que en caso contrario se valorarán con 0 puntos.

Criterios técnicos	Puntuación máxima
A. Grado de alineación con las modalidades deportivas consideradas estratégicas para la marca “Costa Daurada” y/o “Terres de l'Ebre” (hasta 4 puntos)	Hasta 4 puntos

<p>Modalidades deportivas prioritarias: Fútbol, Pádel, Baloncesto, Remo, Vela, BTT, Ciclismo en carretera, carreras de montaña.</p>	
<p>B. DIFUSIÓN DE LA MARCA</p> <p>Se tendrá en cuenta la ubicación estratégica y destacada de las marcas y logotipos de Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en cada acción de difusión del patrocinio en los siguientes medios de comunicación y soportes.</p> <p>MEDIOS PROPIOS (hasta 20 puntos)</p> <p>Valoración de la repercusión mediática del evento conseguida mediante las activaciones en los canales propios del evento y/o la entidad organizadora:</p> <p>1. Ubicación/incorporación de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en el <u>recorrido, recinto o instalaciones deportivas</u> (hasta 6 puntos).</p> <p>Zonas centrales del recorrido, recinto o instalaciones deportivas (ejemplos: pista de juego, pantalla del marcador, arco llegada/salida, etc.) – hasta 5 puntos</p> <p>Zonas secundarias del recorrido, recinto o instalaciones deportivas - hasta 1 punto.</p> <p><i>Se deberá adjuntar un plano, dibujo o esquema indicando la ubicación prevista de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre, con indicación del tamaño o proporción que tendrá. <u>Sin este documento no se podrán valorar estas acciones de difusión.</u></i></p> <p>2. Ubicación/incorporación de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en el <u>equipamiento</u> u otro (hasta 6 puntos).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presencia del logotipo de la Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en la camiseta del equipo de los participantes (o equivalente según la modalidad deportiva) en la parte superior del tronco – hasta 4 puntos - Presencia del logotipo de “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” en el equipo del personal de la organización – hasta 1 punto - Presencia del logotipo de “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” en otro material vinculado al desarrollo del evento deportivo (por ejemplo: dorsales, embarcaciones, vehículos, mochilas, etc.). – hasta 1 punto <p><i>Se deberá adjuntar un esquema indicando la ubicación prevista de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre, con indicación del</i></p>	<p>Hasta 36 puntos</p>

tamaño o proporción que tendrá. Sin este documento no se podrán valorar estas acciones de difusión.

3. Ubicación/incorporación de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en zonas estratégicas de comunicación (sala de prensa, zona de inscripciones y acreditaciones, podio, zona de entrega de premios, etc.) (hasta 2 puntos).

- Presencia del logotipo de “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” en la sala de prensa, zona de atención a los medios y podio – hasta 1 punto

- Presencia del logotipo de “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” en otras zonas vinculadas con la comunicación del evento deportivo – 1 punto

Se deberá adjuntar un esquema indicando la ubicación prevista de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre, con indicación del tamaño o proporción que tendrá. Sin este documento no se podrán valorar estas acciones de difusión.

4. Difusión de la marca “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” durante el evento mediante la mención de la marca como patrocinador oficial en actos institucionales, presentaciones, entrega de premios, notas de prensa, etc. (hasta 1 punto).

Es necesario indicar en qué actos tendrá presencia la marca y la mención que se hará.

5. Difusión de la marca “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” en los perfiles de las redes sociales del evento o entidad organizadora (hasta 2 puntos).

Hay que indicar la red, el perfil, número de seguidores, tipos de publicación (post, stories, reel, etc.), tipos de presencia/mención de la marca “Costa Daurada y/o “Terres del Ebre ” (contenido exclusivo sobre el destino, logotipo sobreimpreso en el contenido del evento, etc.) y número de publicaciones.

6. Difusión de la marca “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” en la página web del evento o entidad organizadora, en sus newsletters o comunicaciones, blogs, apps, etc (hasta 2 puntos).

Se deberá adjuntar un esquema indicando el soporte y la ubicación prevista de la marca Costa Daurada, con indicación del tamaño o

proporción que tendrá. Sin este documento no se podrán valorar estas acciones de difusión.

7. Difusión de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en la cartelera y material promocional (carteles, dípticos, trípticos, flyers, entradas del evento, etc.) (hasta 1 punto).

Es necesario indicar el soporte, formato (tamaño y ubicación) y número.

Deberá adjuntarse un esquema indicando la ubicación prevista de la marca, con indicación del tamaño o proporción que tendrá. Sin este documento no se podrán valorar estas acciones de difusión.

MEDIOS GANADOS (hasta 13 puntos)

Valoración de la repercusión mediática de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre conseguida a través de la comunicación del evento en canales de terceros.

8. Difusión de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en la retransmisión del evento en medios televisivos tanto en cobertura directa (retransmisiones en directo o en diferido) como en cobertura indirecta (informativos o programas de actualidad) (hasta 5 puntos).

Medida y valoración de la visibilidad de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre de las noticias generadas durante los informativos y programas de televisión sobre el evento deportivo en función de la audiencia, la duración y la calidad de la exposición.

Es necesario indicar canal, programa, número de retransmisiones previstas y duración aproximada de la retransmisión, tanto en directo como en diferido, para poder valorar estas acciones de difusión.

- Presencia del logotipo o mención de "Costa Daurada y/o "Terres de l'Ebre" en medios de televisión locales – hasta 1 punto
- Presencia del logotipo o mención de "Costa Daurada y/o "Terres de l'Ebre" en medios de televisión autonómicas o estatales – hasta 2 puntos
- Presencia del logotipo o mención de "Costa Daurada y/o "Terres de l'Ebre" en medios de televisión internacionales – hasta 2 puntos

9. Difusión de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en la retransmisión del evento en medios online en streaming (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de "mosca", en los

diferentes planes de cámara o en la mención del destino Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre) (hasta 1 punto)

Es necesario indicar canal, número de retransmisiones previstas y duración aproximada.

10. Difusión de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en retransmisiones radiofónicas (hasta 3 puntos).

Se valorará especialmente la mención expresa del nombre de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre como patrocinador oficial del evento y/o información sobre el destino. Es necesario indicar la emisora, programa, número de menciones, duración y contenido.

- Mención de Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en medios de radio locales – hasta 1 punto
- Mención de Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en medios de radio autonómicas y estatales – hasta 1 punto
- Mención de Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en medios de radio internacionales – hasta 1 punto

11. Difusión de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en la cobertura del evento por parte de la prensa escrita en soportes impresos (hasta 3 puntos).

Medida y valoración de la visibilidad de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre de las noticias que han aparecido en la prensa y revistas, en función del tamaño de la noticia y la tarifa del medio de la publicación.

Se valorará especialmente la mención textual del nombre de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre como patrocinador oficial del evento y/o información sobre el destino. Hay que indicar los soportes, número de publicaciones previstas por soporte y espacio dedicado al contenido (noticia breve, destacado, reportaje, etc.)

- Mención de Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en soportes locales – hasta 1 punto
- Mención de Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en soportes autonómicos y estatales – hasta 1 punto
- Mención de Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en soportes internacionales – hasta 1 punto

12. Difusión de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en la cobertura del evento en medios online, (incluidos los

<p>soportes online de prensa escrita y redes sociales) (hasta 1 punto).</p> <p><i>Medida y valoración de la visibilidad de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre de las noticias generadas en medios online (web y redes sociales), en función de la audiencia estimada a partir de los usuarios web.</i></p> <p><i>Se valorará especialmente la mención expresa del nombre de la marca “Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre” como patrocinador oficial del evento y/o información sobre el destino. Hay que indicar los soportes, número de publicaciones previstas por soporte y espacio dedicado al contenido (noticia breve, destacado, reportaje, etc.)</i></p> <p>MEDIOS PAGADOS (hasta 3 puntos)</p> <p>La entidad solicitante deberá indicar <u>el detalle de las acciones de publicidad pagada que se prevén llevar a cabo</u> en cualquier medio de comunicación.</p> <p>13. Difusión de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en acciones de publicidad pagada (por ejemplo: spots televisivos, cuñas radiofónicas, publicidad exterior, anuncios y/o publlirreportajes en prensa, publicidad en medios online, etc. (hasta 3 puntos).</p> <p><i>Hay que indicar el nombre del/los soporte/s, el/los canal/es, programa (en el caso del canal TV), tamaño/proporción, ubicación de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre a través de un esquema, y número de inserciones Sin este documento no se podrán valorar estas acciones de difusión.</i></p>	
<p>C . Dimensión del evento: capacidad de atraer participantes y/o público asistente.</p> <p><i>Es necesario indicar la previsión del número de participantes así como asistentes al evento.</i></p>	<p>Hasta 2 puntos</p>
<p>D. Grado de alineación del público y/o participantes y de la promoción/publicidad del evento en relación con los mercados estratégicos de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre.</p> <p><i>Hay que detallar cuál es el alcance del evento en los mercados estratégicos de las marcas Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre mediante el detalle de la procedencia de los participantes y/o asistentes y el público destinatario del evento</i></p>	<p>Hasta 5 puntos</p>

<p>*Mercados estratégicos de las marcas:</p> <p>Marca “Costa Daurada”: Ámbito nacional: Aragón, País Vasco, Comunidad de Madrid, Navarra, País Valencià. Ámbito internacional: Francia, Alemania, Inglaterra, Irlanda, Benelux, Países Nórdicos.</p> <p>Marca “Terres de l’Ebre”: Ámbito nacional: Aragón, País Vasco, Comunidad de Madrid, Navarra, País Valencià. Ámbito internacional: Francia, Benelux, Países Nórdicos, Europa Central, Reino Unido e Irlanda.</p>	
<p>E. Criterios medioambientales y sociales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medidas de protección del medio ambiente en el marco del evento que permitan asociar la marca a valores de defensa y protección medioambientales (ej. implantación de medidas para la reducción de residuos, realización del evento en espacios/épocas que respeten la biodiversidad, uso de vehículos de bajas emisiones, promoción del uso del transporte público entre el público asistente, gestión de las invitaciones i inscripciones por medios electrónicos, etc. (hasta 1 punto) - Medidas de carácter social en el marco del evento que permitan asociar la marca a valores de integración e inclusión sociales (ej. eventos de interés social y/o de carácter solidario, inclusivos para personas con discapacidad, etc.) (hasta 1 punto). <p><i>Es necesario indicar las medidas previstas dirigidas a proteger el medio ambiente y generar impacto social.</i></p>	<p>Hasta 2 puntos</p>

Sólo pasarán a la fase de valoración de criterios automáticos aquellas ofertas que hayan obtenido una puntuación definitiva mínima de 24,5 puntos.

LOTE 12 A LOTE 15

Criterios automáticos (hasta 51 puntos)

a) Oferta económica (hasta 26 puntos)

Puntuación obtenida = $26 * (\text{Importe Base Licitación} - \text{Oferta que se valora}) / (\text{Importe Base Licitación} - \text{Oferta más económica})$

Las ofertas con precio igual al de licitación tendrán 0 puntos, mientras que la oferta más baja obtendrá 26 puntos.

Baja 0 → 0 puntos

Baja mayor→ 26 puntos

Se establece esta fórmula porque permite una ponderación de ofertas distribuyendo los puntos de forma proporcional según las diferencias entre las ofertas de precio, a partir de la oferta económica que haya sido admitida y teniendo en cuenta el presupuesto neto de licitación.

No se aceptará ninguna oferta económica que supere el presupuesto base de licitación. Presentar una oferta de precio superior en el presupuesto base de licitación será motivo de exclusión del procedimiento de licitación.

- b) **Se incluye el nombre de la marca “Costa Daurada” o “Terres de l'Ebre” en el nombre de la instalación del club deportivo (10 puntos).**
- c) **Se incluye la marca “Costa Daurada” o “Terres de l'Ebre” en el nombre del/los equipo/s patrocinados (15 puntos).**

Criterio de juicio de valor (hasta 49 puntos)

a) Propuesta técnica

CONTRAPRESTACIONES Y REGRESO ECONÓMICO DEL PATROCINIO

Las contraprestaciones deben estar dirigidas a dar visibilidad y hacer difusión de la marca “Costa Daurada” y/o “Terres de l'Ebre”, y deben definirse cuidadosamente cada una de ellas en la descripción.

En la valoración del retorno económico de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre derivado de las acciones propuestas no se pueden incluir los gastos de producción, que irán a cargo del adjudicatario.

A modo de ejemplo, ofrecer como contraprestación "menciones en las redes sociales", "menciones en notas de prensa", "inserción de publicidad" no son suficientes porque no definen cuidadosamente la contraprestación ni reflejan el número de impactos ni su valoración económica. Por tanto, es necesario que cada una de las contraprestaciones esté suficientemente detallada y cuantificada económicamente ya que en caso contrario se valorarán con 0 puntos.

Criterios técnicos	Puntuación máxima
A. Grado de alineación con las modalidades deportivas consideradas estratégicas para la marca “Costa Daurada” y/o “Terres de l'Ebre” (hasta 4 puntos) Modalidades deportivas prioritarias: Fútbol, Pádel, Baloncesto, Remo, Vela, BTT, Ciclismo en carretera, carreras de montaña.	4 puntos

<p>B. DIFUSIÓN DE LA MARCA</p> <p>Se tendrá en cuenta la ubicación estratégica y destacada de las marcas y logotipos de Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en cada acción de difusión del patrocinio en los siguientes medios de comunicación y soportes.</p> <p>MEDIOS PROPIOS (hasta 20 puntos)</p> <p>Valoración de la repercusión mediática de las competiciones del/los equipo/s conseguida mediante las activaciones en los canales propios del equipo:</p> <p>1. Ubicación/incorporación de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en el <u>recorrido, recinto o instalaciones deportivas</u> (hasta 6 puntos).</p> <p>Zonas centrales del recorrido, recinto o instalaciones deportivas (ejemplos: pista de juego, pantalla del marcador, arco llegada/salida, etc.) – hasta 5 puntos</p> <p>Zonas secundarias del recorrido, recinto o instalaciones deportivas - hasta 1 punto.</p> <p><i>Se deberá adjuntar un plano, dibujo o esquema indicando la ubicación prevista de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre, con indicación del tamaño o proporción que tendrá. <u>Sin este documento no se podrán valorar estas acciones de difusión.</u></i></p> <p>2. Ubicación/incorporación de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en el <u>equipamiento</u> u otro (hasta 6 puntos).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Presencia del logotipo de Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en la camiseta del/los equipo/s de los participantes (o equivalente según modalidad deportiva) en la parte superior del tronco. – hasta 4 puntos - Presencia del logotipo de “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” en el equipo del personal de la organización – hasta 1 punto - Presencia del logotipo de la “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” otro material vinculado al desarrollo de la competición deportiva (por ejemplo: dorsales, embarcaciones, vehículos, mochilas, etc.). – hasta 1 punto <p><i>Se deberá adjuntar un esquema indicando la ubicación prevista de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre, con indicación del tamaño o proporción que tendrá. <u>Sin este documento no se podrán valorar estas acciones de difusión.</u></i></p>	<p>Hasta puntos</p> <p>36</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------

3. Ubicación/incorporación de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en zonas estratégicas de comunicación (sala de prensa, zona de inscripciones y acreditaciones, podio, zona de entrega de premios, etc.) (hasta 2 puntos).

- Presencia del logotipo de “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” en la sala de prensa, zona de atención a los medios y podio – hasta 1 punto

- Presencia del logotipo de la “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” en otras zonas vinculadas con la comunicación de la competición deportiva – 1 punto

Se deberá adjuntar un esquema indicando la ubicación prevista de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre, con indicación del tamaño o proporción que tendrá. Sin este documento no se podrán valorar estas acciones de difusión.

4. Difusión de la marca “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” durante la competición mediante la mención de la marca como patrocinador oficial en actos institucionales, presentaciones, entrega de premios, notas de prensa, etc. (hasta 1 punto).

Es necesario indicar en qué actos tendrá presencia la marca y la mención que se hará.

5. Difusión de la marca “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” en los perfiles de las redes sociales del club (hasta 2 puntos).

Hay que indicar la red, el perfil, número de seguidores, tipos de publicación (post, stories, reel, etc.), tipos de presencia/mención de la marca “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” (contenido exclusivo sobre el destino, logotipo sobreimpreso en el contenido de la competición, etc.) y número de publicaciones.

6. Difusión de la marca “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” en la página web del club, en sus newsletters o comunicaciones, blogs, apps, etc (hasta 2 puntos).

Deberá adjuntarse un esquema indicando el soporte y la ubicación prevista de la marca “Costa Daurada y/o “Terres del Ebre”, con indicación del tamaño o proporción que tendrá, sin este documento no se podrán valorar estas acciones de difusión.

7. Difusión de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en la cartelera y material promocional (carteles, dípticos, trípticos, flyers, entradas de las competiciones, etc.) (hasta 1 punto).

Es necesario indicar el soporte, formato (tamaño y ubicación) y número.

Deberá adjuntarse un esquema indicando la ubicación prevista de la marca, con indicación del tamaño o proporción que tendrá. Sin este documento no se podrán valorar estas acciones de difusión.

MEDIOS GANADOS (hasta 13 puntos)

Valoración de la repercusión mediática de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre mediante la cobertura conseguida a través de la comunicación de las competiciones en canales de terceros.

8. Difusión de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en la retransmisión de las competiciones en medios televisivos tanto en cobertura directa (retransmisiones en directo o en diferido) como en cobertura indirecta (informativos o programas de actualidad) (hasta 5 puntos).

Medida y valoración de la visibilidad de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre de las noticias generadas durante los informativos y programas de televisión sobre las competiciones deportivas en función de la audiencia, la duración y la calidad de la exposición.

Es necesario indicar canal, programa, número de retransmisiones previstas y duración aproximada de la retransmisión, tanto en directo como en diferido, para poder valorar estas acciones de difusión.

- Presencia del logotipo o mención de “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” en medios de televisión locales – hasta 1 punto
- Presencia del logotipo o mención de “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” en medios de televisión autonómicas o estatales – hasta 2 puntos
- Presencia del logotipo o mención de “Costa Daurada y/o “Terres de l'Ebre” en medios de televisión internacionales – hasta 2 puntos

9. Difusión de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en la retransmisión de las competiciones en medios online en streaming – (Youtube, Instagram, Twitch), en forma de “mosca”, en los diferentes planes de cámara o en la mención del destino Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre). (hasta 1 punto).

Es necesario indicar canal, número de retransmisiones previstas y duración aproximada.

10. Difusión de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en retransmisiones radiofónicas (hasta 3 puntos).

Se valorará especialmente la mención expresa del nombre de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre como patrocinador oficial del/los equipo/s y/o información sobre el destino. Es necesario indicar la emisora, programa/horario, números de cuñas, duración y contenido.

- Mención en Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en medios de radio locales – hasta 1 punto
- Mención en Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en medios de radio autonómicas y estatales – hasta 1 punto
- Mención en Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en medios de radio internacionales – hasta 1 punto

11. Difusión de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en la cobertura de las competiciones por parte de la prensa escrita en soportes impresos (hasta 3 puntos).

Medida y valoración de la visibilidad de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre de las noticias que han aparecido en la prensa y revistas, en función del tamaño de la noticia y la tarifa del medio de la publicación.

Se valorará especialmente la mención textual del nombre de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre como patrocinador oficial del/los equipo/s y/o información sobre el destino.

- Mención en Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en soportes locales – hasta 1 punto
- Mención en Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en soportes autonómicos y estatales – hasta 1 punto
- Mención en Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en apoyos internacionales – hasta 1 punto

12. Difusión de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en la cobertura de las competiciones en medios online, (incluidos los soportes online de prensa escrita y redes sociales (hasta 1 punto).

Medida y valoración de la visibilidad de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre de las noticias generadas en medios online (web y redes sociales), en función de la audiencia estimada a partir de los usuarios web.

Se valorará especialmente la mención expresa del nombre de la marca "Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre como patrocinador

<p><i>oficial del/los equipo/s y/o información sobre el destino. Indicar los soportes, número de publicaciones previstas por soporte y espacio dedicado al contenido (noticia breve, destacado, reportaje, etc.)</i></p> <p>MEDIOS PAGADOS (hasta 3 puntos)</p> <p>La entidad solicitante deberá indicar el detalle de las acciones de publicidad pagada que se prevén llevar a cabo en cualquier medio de comunicación.</p> <p>13. Difusión de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre en acciones de publicidad pagada (por ejemplo: spots televisivos, cuñas radiofónicas, publicidad exterior, anuncios y/o publirreportajes en prensa, publicidad en medios online, etc. (hasta 3 puntos).</p> <p><i>Hay que indicar el nombre del/los soporte/s, el/los canal/es, programa (en el caso del canal TV), tamaño/proporción y ubicación de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre a través de un esquema, y número de inserciones. Sin este documento no se podrán valorar estas acciones de difusión.</i></p>	
<p>C. Capacidad de atraer a público asistente.</p> <p><i>Es necesario indicar la previsión del número de asistentes a las diferentes competiciones.</i></p>	<p>Hasta 2 puntos</p>
<p>D. Capacidad de difundir la marca fuera de la provincia</p> <p>Se tendrá en cuenta la capacidad de dar visibilidad a la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre por medio de la participación en competiciones en territorio nacional durante la temporada. Se valorarán especialmente cuando éstas sean en mercados estratégicos para la marca* (hasta 3 puntos).</p> <p>Asimismo, a efectos de valoración se tendrá en cuenta la capacidad de dar visibilidad a la marca mediante la participación en competiciones en territorio internacional durante la temporada. Se valorarán especialmente cuando éstas sean en mercados estratégicos para la marca (hasta 2 puntos).</p> <p><i>Es necesario indicar el alcance de la competición en los mercados estratégicos de las marcas mediante el detalle de la procedencia de los participantes y/o asistentes como por el perfil de la audiencia (autonómico, nacional y/o internacional).</i></p> <p>*Mercados estratégicos de las marcas:</p>	<p>Hasta 5 puntos</p>

<p>Marca “Costa Daurada”: Ámbito nacional: Aragón, País Vasco, Comunidad de Madrid, Navarra, País Valencià. Ámbito internacional: Francia, Alemania, Inglaterra, Irlanda, Benelux, Países Nórdicos.</p> <p>Marca “Terres de l’Ebre”: Ámbito nacional: Aragón, País Vasco, Comunidad de Madrid, Navarra, País Valencià. Ámbito internacional: Francia, Benelux, Países Nórdicos, Europa Central Reino Unido e Irlanda.</p>	
<p>E. Criterios medioambientales y sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Medidas de protección del medio ambiente en el marco de la participación del/los equipo/s patrocinado/s en las competiciones que permitan asociar la marca a valores de defensa y protección medioambientales (ej. implantación de medidas para la reducción de residuos, uso de vehículos de bajas emisiones, promoción del uso del transporte público entre el público asistente, etc.)(hasta 1 punto) - Medidas de carácter social en el marco de la participación del/los equipo/s patrocinado/s en las competiciones que permitan asociar la marca a valores de integración e inclusión sociales (ej. inclusión de personas con discapacidad o riesgo de exclusión social en los distintos actos de los equipos, etc.) <p><i>Es necesario indicar las medidas previstas dirigidas a proteger el medio ambiente y generar impacto social.</i></p>	<p>Hasta 2 puntos</p>

Sólo pasarán a la fase de valoración de criterios automáticos aquellas ofertas que hayan obtenido una puntuación definitiva mínima de 24,5 puntos.

9.- DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LOS CANDIDATOS

LOTE 1 A LOTE 11:

- PROPUESTA TÉCNICA PARA VALORAR LOS CRITERIOS SUJETOS A JUICIO DE VALOR** de acuerdo con el modelo que se adjunta en el Pliego.
- OFERTA ECONÓMICA** de acuerdo con el modelo que se adjunta en el Pliego.

LOTE 12 A LOTE 15:

a) PROPUESTA TÉCNICA PARA VALORAR LOS CRITERIOS SUJETOS A JUICIO DE VALOR de acuerdo con el modelo que se adjunta en el Pliego.

b) OFERTA ECONÓMICA de acuerdo con el modelo que se adjunta en el Pliego.

SERÁ MOTIVO DE EXCLUSIÓN:

- Detallar en la propuesta técnica el nombre del evento y/o del equipo objeto del Patrocinio dado que es objeto de valoración en los criterios de adjudicación automáticos (sobre núm. 3 – Oferta económica).
- La falta de presentación de la valoración económica prevista del retorno económico de la marca.
- La presentación de una valoración económica prevista del retorno económico de la marca Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre inferior al mínimo requerido en los Pliegos de prescripciones técnicas.
- La falta de indicación del lugar en el que se realizará el evento, así como la realización fuera de la provincia de Tarragona.

10.- PARÁMETROS PARA DETERMINAR EL CARÁCTER ANORMALMENTE BAJO DE LA OFERTA EN SU CONJUNTO

En este procedimiento se podrá considerar que una oferta económica es anormal o desproporcionada en los siguientes supuestos:

- Si concurre una empresa licitadora, se considera que la oferta es anormal si cumple los dos criterios siguientes:
 - Que la oferta económica sea un 25% menor que el presupuesto de licitación.
 - Que la puntuación que le corresponda en el resto de los criterios de adjudicación distintos del precio sea superior al 80% de la puntuación total.
- Si concurren dos empresas licitadoras, se considera oferta anormal la que cumpla el siguiente criterio:
 - Que la puntuación total que le corresponda en la suma de puntos de todos los criterios de adjudicación sea superior en más de un 20% a la puntuación total menor.
- Si concurren tres o más empresas licitadoras, se considera oferta anormal la que cumpla uno de los dos criterios siguientes:
 - Cuando no existe ninguna puntuación por debajo del 90% de la media aritmética de todas las puntuaciones: Que la puntuación de la oferta sea superior en más de un 10% a la media aritmética de todas las puntuaciones.
 - Cuando existen puntuaciones por debajo del 90% de la media aritmética de todas las puntuaciones: Que, excluidas las puntuaciones inferiores al 90% de

la media aritmética de todas las puntuaciones, la puntuación de la oferta sea superior en más de un 10% a la media aritmética de las puntuaciones que no han sido excluidas.

1 1.- SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA

El licitador deberá acreditar estar en posesión de una póliza de seguro de responsabilidad civil por el importe mínimo siguiente:

- Lote 1 Patrocinio de evento deportivo:** 96.800,00 €
- Lote 2 Patrocinio de evento deportivo:** 84.700,00 €
- Lote 3 Patrocinio de evento deportivo:** 78.650,00 €
- Lote 4 Patrocinio de evento deportivo:** 72.600,00 €
- Lote 5 Patrocinio de evento deportivo:** 72.600,00 €
- Lote 6 Patrocinio de evento deportivo:** 72.600,00 €
- Lote 7 Patrocinio de evento deportivo:** 60.500,00 €
- Lote 8 Patrocinio de evento deportivo:** 48.400,00 €
- Lote 9 Patrocinio de evento deportivo:** 36.300,00 €
- Lote 10 Patrocinio de evento deportivo:** 30.250,00 €
- Lote 11 Patrocinio de evento deportivo:** 24.200,00 €
- Lote 12 Patrocinio de equipos deportivos:** 211.750,00 €
- Lote 13 Patrocinio de equipos deportivos:** 121.000,00 €
- Lote 14 Patrocinio de equipos deportivos:** 78.650,00 €
- Lote 15 Patrocinio de equipos deportivos:** 72.600,00 €

Medios de acreditación: Se entenderá cumplido por el licitador que incorpore en su oferta un compromiso de suscripción del seguro y posteriormente con la acreditación de su constitución mediante certificado expedido por el asegurador, en el que consten los importes y riesgos asegurados y la fecha de vencimiento del seguro, y mediante el documento de compromiso vinculante de suscripción, prórroga o renovación de del seguro, en los casos en que proceda.

12.- SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL

Para el LOTE 1 al LOTE 11 se requiere haber realizado un mínimo de dos eventos deportivos similares al evento por el que se solicita el patrocinio organizados durante los tres (3) últimos años.

Para el LOTE 12 al LOTE 15 se requiere haber participado en competiciones deportivas oficiales realizadas en los últimos tres (3) años.

Se deberá aportar un dossier donde se indique la fecha, las características principales del evento/s organizados o competición/es en las que se ha participado y todos aquellos elementos que acrediten el eco del evento o actividad del/los equipo/s Deportivo/s.

Para las empresas de nueva creación la solvencia técnica consistirá en una declaración en la que se indique la maquinaria, material y equipo técnico de que se dispondrá para la ejecución de los trabajos o prestaciones, a la que se adjuntará la documentación acreditativa pertinente cuando sea requerido por los servicios dependientes del órgano de contratación.

Motivación: garantizar que el licitador dispone de los medios y la capacidad organizativa para dar visibilidad y difundir las marcas Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre.

13.- MODIFICACIONES

No se prevén.

14.- GARANTÍA

Los adjudicatarios tendrán que constituir una garantía definitiva del 5% del precio final ofrecido (IVA excluido) mediante alguna de las fórmulas previstas en el art. 108.1 de la LCSP.

Aprobada la liquidación del contrato y transcurrido el plazo de garantía, si no resultan responsabilidades, se devolverá la garantía constituida o se cancelará el aval o seguro de caución.

El plazo de garantía establecido por cada lote, es el siguiente:

Lote 1 Patrocinio de evento deportivo: 6 meses

Lote 2 Patrocinio de evento deportivo: 6 meses

Lote 3 Patrocinio de evento deportivo: 6 meses

Lote 4 Patrocinio de evento deportivo: 6 meses

Lote 5 Patrocinio de evento deportivo: 6 meses

Lote 6 Patrocinio de evento deportivo: 6 meses

Lote 7 Patrocinio de evento deportivo: 6 meses

Lote 8 Patrocinio de evento deportivo: 6 meses

Lote 9 Patrocinio de evento deportivo: 6 meses

Lote 10 Patrocinio de evento deportivo: 6 meses

Lote 11 Patrocinio de evento deportivo: 6 meses

Lote 12 Patrocinio de equipos deportivos: 1 año

Lote 13 Patrocinio de equipos deportivos: 1 año

Lote 14 Patrocinio de equipos deportivos: 6 meses

Lote 15 Patrocinio de equipos deportivos: 6 meses

15. CAUSAS DE INCUMPLIMIENTO

Cuando el adjudicatario, por causas imputables al mismo, cumpla parcial o defectuosamente el contrato, se podrá optar, según el caso, entre la resolución del contrato o la imposición de las penalidades previstas en el apartado 17.

Resolución del contrato

Se optará por la resolución del contrato cuando se dé cualquiera de las causas previstas en los artículos 211 y 313 LCSP y, en especial, cuando se incumpla cualquiera de las siguientes causas de resolución:

- La obtención de un retorno económico de la marca inferior al 70% del retorno mínimo requerido. Por consiguiente, en caso de obtener un retorno económico de la marca inferior al 70% del mínimo requerido, se procederá a la resolución del contrato.
- La presentación de la documentación prevista en el apartado 5.1 del pliego de prescripciones técnicas relativo a la acreditación de las contraprestaciones. La falta de presentación de esta documentación será causa de resolución del contrato.
- Haber sido beneficiario por el mismo objeto de una subvención de la Diputación de Tarragona y/o sus Organismos Autónomos y no haber renunciado expresamente a la misma. El Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona comprobará que se cumple con este requisito.

16. PENALIDADES

Será motivo de penalización:

Obtener un retorno económico de la marca entre el 70% y el 99% ambos incluidos.

Se establece una penalización del 1% del precio del contrato por cada 1% de devolución inferior al mínimo requerido, hasta un máximo de un 30%.

La penalización deberá hacerse efectiva mediante descuento en el abono de la factura antes del IVA del contrato, previo trámite de audiencia, y una vez acordada por el órgano de contratación.

17. DATOS DE FACTURACIÓN

La factura debe entregarse electrónicamente. Los códigos DIR3 del Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona son:

Oficina contable: LA0000103
Órgano gestor: LA0000103
Unidad tramitadora: GE0001138

La factura será validada por el responsable del contrato.

18.- RESPONSABLE DEL CONTRATO

Marta Farrero Muñoz, Jefa del Organismo Autónomo Patronato de Turismo de la Diputació de Tarragona.