



Junta de Andalucía

Consejería de Turismo y Andalucía Exterior

Empresa Pública para la Gestión del Turismo
y del Deporte de Andalucía S.A.

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO AL UNICAJA BALONCESTO MÁLAGA MASCULINO 24-25 (EXPDTE. C2N06-05TG-0325-0041), CON PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 390.000,00 C (IVA excluido).

CPV: 79341000-6

1. ANTECEDENTES

La Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A., de acuerdo con sus estatutos (según el Acuerdo de 12 de julio de 2016, del Consejo de Gobierno, por el que se modifica el Acuerdo de 27 de julio de 2010, que autorizaba la creación de la «Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.» y por el que se aprueban los nuevos estatutos de la citada empresa pública para su adaptación a la normativa reguladora de las sociedades de capital), contempla en su objeto social, entre otras, «l. Constituye el objeto de la sociedad la realización de actividades y servicios tendentes a la mejora y crecimiento de la industria turística y del deporte, a cuyo fin desarrolla principalmente las siguientes acciones:

- a) La realización de actuaciones orientadas al crecimiento y desarrollo de la industria turística y del deporte en todos sus aspectos.

La Empresa Pública para la Gestión del Turismo y Deporte patrocinará al **Unicaja Baloncesto en el final de la Temporada 2024 / 2025, hasta el 30 Junio de 2025.**

Unicaja Baloncesto es un club de baloncesto profesional de primer nivel que compite en competiciones nacional y europea, con la repercusión mediática que ello conlleva.

A nivel nacional milita en Liga Endesa (acb) y a nivel europeo en la Basketball Champions League (BCL). Unicaja Baloncesto es un club en constante crecimiento. Se encuentra en la élite del baloncesto español desde 1988 y en la élite europea desde 2001.

Entre los títulos más destacados se encuentran: Campeón Copa Korac (2000-2001), Campeón Copa del Rey (2004-2005), Campeón ACB (2005-2006), Campeón Eurocup (2016-2017), Campeón Copa del Rey (2022-2023), Campeón de la Basketball Champions League 2023-24, Campeón de la Copa Intercontinental en 2024, Campeón de la Supercopa en 2024 y Campeón de la Copa del Rey en febrero de 2025.

Con este patrocinio se pretende lograr un mayor grado de conocimiento nacional de la Marca Andalucía como territorio donde el deporte forma parte de la identidad regional y contribuye de manera destacada al progreso de la comunidad.

El patrocinio de este equipo supone una gran oportunidad para la promoción del territorio, así como la difusión de la marca "Andalucía" vinculada a los grandes eventos deportivos.

El PAIF de EPGTDA contempla el objetivo 1.4.3.1, con el que se alinea el patrocinio que se propone.

2. FINANCIACIÓN

Financiación recogida en el PRY2025-0187 del ERP-Navision, con código de fuente de financiación 10000G/75B/44364/000.



3. NATURALEZA Y EXTENSIÓN DE LA NECESIDAD QUE SE PRETENDE CUBRIR

El objeto del presente procedimiento es la contratación del Patrocinio al Unicaja Baloncesto Málaga Masculino en la temporada 24-25.

Dada la participación directa que Turismo y Deporte de Andalucía, tiene en los programas, planes, acciones y eventos de la Junta de Andalucía en materia de Deporte, se considera la adecuación de implementar líneas de patrocinio deportivo a Equipos de Competición de alto nivel, de forma que presten su notoriedad e influencia en la d Con este patrocinio se busca la promoción del deporte en general y de la modalidad deportiva de baloncesto en particular, así como promocionar Andalucía como destino turístico deportivo.

Unicaja Baloncesto es un equipo que genera impacto internacional. Además de la presencia que genera la Liga Endesa fuera de España, competir en una competición internacional como es la BCL permite que las marcas tengan visibilidad en los partidos, así como en la repercusión mediática que estos originan en los diferentes países donde juega y en las redes sociales de los perfiles de otros clubes o entidades

El Palacio de Deportes Martín Carpena, sede de los partidos del Unicaja, cuenta con un aforo de casi 11.000 espectadores, siendo actualmente el quinto pabellón más grande de la ACB y por donde pasan los mejores equipos de España y Europa. Sus modernas instalaciones han sido cinco veces sede de la Copa del Rey de Baloncesto (2001, 2007, 2014, 2020 y 2024).

El equipo malagueño compite en la temporada 2024-2025 en la Basketball Champions League, BCL, en Europa y en la Liga Endesa en el territorio nacional, ambas son dos excelentes plataformas publicitarias para la difusión de la marca y la promoción del destino turístico Andalucía, tanto por la importante repercusión mediática de cualquiera de las ligas a nivel nacional y en Europa, como por los valores que transmite esta disciplina deportiva, vinculados a valores como trabajo en equipo, esfuerzo y superación. Por ello, Andalucía patrocinará al equipo andaluz durante el final de la temporada de abril al 30 de junio de 2025.

Por todo ello, el patrocinio a este equipo supone una gran oportunidad para la promoción del territorio, así como la difusión de la marca "Andalucía" vinculada a los grandes eventos deportivos. Además, afianza el compromiso con el deporte y con los valores que demuestra en nuestra sociedad.

En resumen, patrocinar al equipo Unicaja Baloncesto en el final de la temporada 2024-2025 no solo es una excelente oportunidad para asociar "Andalucía" con un deporte de alto nivel, sino también una forma de apoyar el crecimiento del baloncesto y generar un impacto positivo en la sociedad.

Se prevé la contratación de las siguientes contraprestaciones, por el patrocinio de 471.900 euros IVA incluido, con Baloncesto Málaga SAD:

- I. Presencia de la marca Andalucía en equipaciones de juego en los partidos dentro y fuera de casa:
 - Presencia de la marca en la delantera de las camisetas durante la BCL.
 - Presencia de la marca en la trasera de las camisetas durante la Liga Endesa.

2. Presencia de la marca Andalucía en los partidos que se disputen en el Palacio de Deportes José María Martín Carpena, como local, y en los que **Club Baloncesto Málaga** tenga los derechos totales de explotación (en Liga Endesa: Fase Regular y Playoff y en BCL: Fase Regular, Round 16 y Cuartos de Final):

- Presencia de la marca Andalucía en las bases de canastas.
- Presencia de la marca en las pantallas led de las canastas durante en la Liga Endesa y BCL.
- Presencia de la marca en los marcadores durante la Liga Endesa y BCL.
- Presencia de la marca en los photocalls de prensa y entrevistas en la Liga Endesa y BCL.
- Presencia de la marca en la pantalla LED de la Sala de prensa.



Presencia de la marca en 100 segundos por partido en el LED televisivo durante la Liga Endesa y BCL. En el partidazo de Movistar + se hará una reducción proporcional de los tiempos en todos los patrocinadores.

Presencia de la marca en 240 segundos en el anillo LED perimetral en la Liga Endesa y en la BCL. Presencia de la marca en 480 segundos en el LED frente a banquillos.

Presencia de la marca en el videomarcador en todos los partidos de Liga Endesa y BCL. (Dos spots por partido).

Presencia de la marca en el videomarcador en todos los partidos de Liga Endesa y BCL. (Carrusel de lagos).

3. Presencia de la marca Andalucía en otros soportes:

1 página de publicidad con presencia de la marca en la revista Somos un equipo (Partidos de Fase Regular de Liga Endesa).

Presencia de la marca en polos del primer equipo.

Campaña de imagen vinculada a uno o varios jugadores con presencia de la marca Andalucía.

Presencia de la marca Andalucía en un mínimo de 5 publicaciones en las redes sociales del Unicaja Baloncesto durante la vigencia del contrato.

Presencia en **RRSS**: Presencia de la marca Andalucía en las siguientes publicaciones relacionadas con los partidos de Liga Endesa y BCL:

- o Noticia previa del partido.
- o Declaraciones previas del entrenador.
- o Quinteto inicial del partido.
- o Resultado del partido
- o MVP (Jugador más valorado) del partido.

Banner en la home de Unicaja Baloncesto. (www.unicajabaloncesto.com)

Presencia en WEB: Banner principal en la home de la web.

Logotipo y enlace en la sección de patrocinadores de la web del Club.

Presencia en la retransmisión de los partidos en la radio del Club (a través de la web). Lance asociado a la marca Andalucía.

Partido dedicado a Andalucía:

- o Publicidad especial en soportes Led, menciones speaker durante el partido, posibilidad de entrevista previa, otras acciones promocionales (reparto merchandising, reparto flyers, concurso durante el partido, etc).

4. Presencia de la marca Andalucía en la cantera y en el Complejo Deportivo Los Guindos

Co-naming de todos los equipos masculinos y femeninos de cantera.

Presencia en la delantera de la camiseta de todos los equipos masculinos y femeninos de la cantera.

Presencia de la marca en el Complejo Deportivo Los Guindos

- o Vinilos Pista interior
- o Lona exterior

4. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de TRESCIENTOS NOVENTA MIL EUROS (390.000€) IVA no incluido (471.900,00 €, IVA incluido). Atendiendo a lo indicado en el artículo 100.2 de la LCSP, el presupuesto base de la licitación ha sido determinado conforme a los precios establecidos por Baloncesto Málaga, S.A. para este patrocinio.

Este importe asimismo se respalda con un análisis detallado del impacto previsto del evento, respaldado con datos de ediciones anteriores y estudios comparativos con otros eventos similares, destacando además la evolución histórica en Andalucía y otros destinos relevantes.



El equipo fue patrocinado en la temporada 23-24 por un importe de 390.000,00 euros (IVA no incluido) con contraprestaciones similares.

En la temporada 23-24, basado en informe Sponsory, el Unicaja Baloncesto fue equipo con mayor asistencia acumulada: 260.791 personas asistieron a alguno de los partidos del Unicaja Baloncesto en el Martín Carpena, con un promedio de asistencia por partido de 9.933 en Liga Endesa, y 7.456 en BCL. Además, el Club cuenta con unos perfiles en Redes Sociales con gran actividad y seguimiento por parte de los aficionados. Toda la actualidad del Club, primer equipo masculino y femenino o equipos de cantera, se puede seguir en estos perfiles y en la web oficial, principal plataforma informativa y de venta. Actualmente hay 236.109 seguidores en las RRSS del Club.

Se estima que el retorno de la marca en 2025 sea superior en proporción debido a los tres títulos conseguidos en esta temporada (Intercontinental, Supercopa y Copa del Rey) y la notoriedad, impacto mediático y retorno que eso supone, así como su puesto en la clasificación actual de las distintas competiciones en las que compete.

Los datos de impacto de las anteriores ediciones son más que suficientes para justificar el patrocinio de 390.000 euros (Iva excluido) al equipo Unicaja Baloncesto. Los beneficios de visibilidad mediática, impacto económico, y asociación con los valores del baloncesto son evidentes, y el retorno de inversión a largo plazo puede ser considerable.

S. DISPONIBILIDAD Y RESERVA DE CRÉDITO:

El Responsable PAIF de los trabajos objeto del contrato que suscribe la presente memoria acredita la existencia de crédito y su reserva para llevar a cabo la licitación solicitada por importe total de 471.900€ IVA incluido con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC25T-00093 según el siguiente detalle de anualidades:

| Anualidad | Código Proyecto/s | Importe (C, IVA incl.) |
|------------------|--------------------------|-------------------------------|
| 2025 | PRY2025-00187 | 471.900 € |

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS

El plazo de ejecución del contrato será desde la formalización del mismo y se extenderá hasta el 30 de junio de 2025. No se prevén prórrogas.

7. CAUSAS DE MODIFICACIÓN DEL CONTRATO

No se prevé modificación del contrato

8. DESCRIPCIÓN DE LOTES O JUSTIFICACIÓN, EN SU CASO, DE NO DIVIDIR EN LOTES

No cabe la distribución en lotes al tratarse de una prestación única donde además existen derechos exclusivos que obligan a contratar con un único empresario.



9. PROPUESTA DE CRITERIOS DE SOLVENCIA Y ADJUDICACIÓN Y SU JUSTIFICACIÓN

Los criterios de solvencia económica serán los establecidos en los Pliegos de Cláusulas Particulares.

La solvencia técnica viene determinada por las razones de protección de derechos exclusivos, previstas en el art. 168 a) 2º de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público.

En relación a los criterios de adjudicación, al tratarse de un patrocinio, no cabe su aplicación, sino que esta empresa pública busca asociar su marca al evento que se patrocina a efectos de alcanzar sus objetivos de marketing y comunicación, obedeciendo por tanto a una decisión de negocio. Razones de exclusividad imposibilitan la concurrencia, de manera que sólo puede contratarse con la entidad promotora a través de un acuerdo voluntario entre las partes, basado en aspectos estratégicos, de imagen y de interés mutuo.

10. PARÁMETROS OBJETIVOS PARA CONSIDERAR UNA OFERTA ANORMALMENTE BAJA

Para considerar una oferta anormalmente baja en los términos del artículo 149.2.a) LCSP se aplicarán los parámetros incluidos en el artículo 85 del Reglamento general de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas (RD 1098/2001, de 12 de octubre).

11. TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

No aplica.

12. CONCLUSIÓN

Por todo lo anteriormente descrito, se concluye que se hace necesaria la contratación del **Patrocinio al Unicaja Baloncesto Málaga Masculino temporada 24-25** por un importe de TRESCIENTOS NOVENTA MIL EUROS (390.000 €), IVA excluido.

Técnico/a Responsable:

Responsable PAIF

Fdo
Puesto: Jefe Unidad

Fdo: Cargo: Jefe Departamento
Deporte Fecha: 11 de marzo de
2025