



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 PATROCINIO DEPORTIVO DEL CLUB DEPORTIVO GRANADA POR EL BALONCESTO {EXPDTE. C2N06-0SRG-0425-0060}, CON PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 135.000,00 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.

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 difusión de nuestra marca.

El CB Granada compite en la categoría ACB de la Liga Nacional de Baloncesto. No solo destaca por su rendimiento deportivo en la Liga Endesa ACB, sino también por su compromiso con la comunidad y su capacidad de generar un impacto positivo en la sociedad.

El PAIF de EPGTDA contempla el objetivo 1.4.2.2, con el que se alinea el patrocinio que se propone.

2. FINANCIACIÓN

Financiación recogida en el PRY2025-0176 del ERP-Navision, con código de fuente de financiación 10000G/46A/44364/000.

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

El objeto del presente procedimiento es la contratación del patrocinio del equipo CB Granada.

El patrocinio deportivo al CB Granada por el Baloncesto forma parte del patrocinio a aquellos equipos deportivos andaluces de competición que participan en máxima categoría de distintas modalidades deportivas, con los siguientes objetivos:

1. Lograr un alto grado de reconocimiento de Andalucía como territorio donde el deporte forma parte de la identidad regional y contribuye de manera destacada al progreso de la comunidad.
2. Impulsar la marca a través del apoyo a los clubes andaluces de alta competición.
3. Incrementar el número de deportistas andaluces de alto rendimiento.



Se prevé la contratación de las siguientes contraprestaciones:

Logotipo en las equipaciones de juego.

Logotipo en la publicidad de pista: perimetral, fondo - estática, dinámica (LED)

Logotipo en soportes previos/ post competición: photocall, rueda de prensa, entrevistas, previas, etc.

Logotipo en soportes digitales: web oficial, Apps, etc

Publicidad en medios oficiales del club: offline / online: revistas, newsletter, boletines digitales, etc.

Menciones en post de RRSS con hashtag consensuado

Acciones de public relation y hospitality: presencia en ruedas de prensa / presentaciones conjuntas, entradas a partidos, entregas de premios, accesos a palcos y zonas VIP o de negocio, etc.

4. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de CIENTO SESENTA Y TRES MIL TRESCIENTOS CINCUENTA EUROS (163.350 € IVA incluido, 135.000 €, IVA no incluido). Atendiendo a lo indicado en el artículo 100.2 de la LCSP, el presupuesto base de la licitación se ha determinado atendiendo a los siguientes factores:

El patrocinio al CB Granada representa una oportunidad estratégica para las marcas que buscan maximizar su visibilidad y conectar con un público comprometido. A continuación, se presentan los argumentos que respaldan esta afirmación:

1. Asistencia Media a los Partidos: Con una asistencia media de 7,000 espectadores por partido en el Palacio de los Deportes de Granada, el equipo ofrece una plataforma significativa para la visibilidad de marcas. La capacidad total del recinto es de 8,500 espectadores, lo que demuestra un alto nivel de interés y participación en los eventos. Este entorno vibrante permite a los patrocinadores llegar a una audiencia en vivo, generando un impacto directo y memorable.

2. Seguidores en Redes Sociales: El CB Granada cuenta con 38,000 seguidores en sus redes sociales, lo que proporciona una audiencia amplia y comprometida. Este número es un indicador clave del potencial de marketing y promoción para cualquier patrocinador, ya que permite a las marcas interactuar con un público que ya muestra interés en el equipo y sus actividades.

3. Impresiones y Alcance en Redes Sociales: La presencia digital del CB Granada es robusta, con cifras que destacan su capacidad para llegar a un público diverso:

- Twitter: 39,000 impresiones diarias.
- Facebook: 75,000 de alcance.
- Instagram: 13 millones de impresiones.
- YouTube: 400 horas de tiempo visualizado.

Estos datos demuestran que el equipo no solo tiene una base de seguidores sólida, sino que también genera un alto nivel de interacción y visibilidad en múltiples plataformas, lo que maximiza la exposición de las marcas asociadas.

4. Posicionamiento en la Liga Endesa ACB: El CB Granada se sitúa en el Top 10 de la Liga Endesa ACB en un total de 18 métricas de redes sociales. Este posicionamiento resalta la relevancia y competitividad del equipo en el ámbito del baloncesto español. Asociarse con una marca de alto perfil como el CB Granada no solo mejora la imagen de los patrocinadores, sino que también les permite beneficiarse de la reputación y el prestigio que el equipo ha construido.

5. DISPONIBILIDAD Y RESERVA DE CRÉDITO:



El/la Director/a 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 163.350 € IVA incluido con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC25T-00074 según el siguiente detalle de anualidades:

Anualidad	Código Proyecto/s	Importe (IVA incl.) €
2025	PRY2025-0176	163.350 €

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS

El plazo de ejecución del contrato es del 6 de abril al 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

En conclusión, el patrocinio al CB Granada no solo ofrece una plataforma de visibilidad significativa, sino que también permite a las marcas conectar con una audiencia apasionada y comprometida.



La combinación de asistencia en eventos, seguidores en redes sociales y un sólido posicionamiento en la liga hacen del CB Granada una opción atractiva para cualquier patrocinador que busque maximizar su impacto en el mercado.

Técnico/a Responsable:

Director/a Responsable PAIF

Puesto: Coordinadora Técnica
Fecha: 12 de marzo de 2025

Cargo: Jefe de Departamento
Fecha: 12 de marzo de 2025