

## TITULO PRELIMINAR

### Artículo 1.- Objeto.

1.- El objeto de la presente ordenanza es determinar el régimen jurídico de la actividad provincial de patrocinio de la Diputación de Badajoz y su sector público.

2.- A tal efecto se define el contrato privado de patrocinio en el artículo 22 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de publicidad, como aquel negocio jurídico bilateral por el que el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.

El contrato privado de patrocinio publicitario que celebre la Diputación y su sector público queda sujeto a la aplicación la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP) y sus disposiciones de desarrollo para la preparación y adjudicación de este tipo de contrato, así como las normas de derecho privado en cuanto a sus efectos, cumplimiento y extinción.

3.- Se considera patrocinio activo provincial, aquel en el que la Diputación Provincial o las entidades de su sector público son la entidad patrocinadora.

4.- Se considera patrocinio pasivo provincial aquel en que la Diputación Provincial o las entidades de su sector público son la entidad patrocinada.

### Artículo 2.- Ámbito Subjetivo.

La presente ordenanza se aplicará a la Diputación Provincial de Badajoz y su sector público tanto si asumen la posición de entidades patrocinadores como entidades patrocinadas, en los términos establecidos en ésta.

### Artículo 3.- Comisión Técnica de Patrocinios.

1.- Se crea una Comisión Técnica de Patrocinios como órgano colegiado provincial encargado de la coordinación, seguimiento y control de los patrocinios. con la finalidad de coordinar, asesorar y asistir técnicamente a la Diputación Provincial y su sector público generando una estrategia común de gestión de patrocinios, con las funciones que se le atribuyen en la presente ordenanza en relación con los patrocinios activos y pasivos.

2.- Los miembros titulares y suplentes de la Comisión Técnica de Patrocinios serán designados por el diputado delegado competente de cada una de las Áreas funcionales, conforme al decreto de organización de áreas y delegaciones.

3.- La Comisión Técnica de Patrocinios se reunirá de forma ordinaria una vez al mes, previa convocatoria de su Presidente, salvo que no se hubieran presentado solicitudes de patrocinio o no hubiera iniciativas de la Diputación para patrocinar. El funcionamiento de la Comisión Técnica de Patrocinios se regirá por lo previsto en la presente ordenanza y por los artículos 15 a 18 de la Ley 40/2015 de 1 de octubre, del Régimen Jurídico del Sector Público.

4.- La Presidencia y Secretaría de la Comisión la ostentarán, respectivamente, un empleado provincial del Área de Presidencia y Relaciones Institucionales y del Área competente en materia de economía.

#### **Artículo 4.- Funciones de la Comisión Técnica de Patrocinios**

Se atribuye a la Comisión Técnica de Patrocinios las siguientes funciones en relación con la concesión de patrocinios:

- a) Dictaminar los patrocinios activos y pasivos.
- b) Coordinar las actuaciones de las áreas funcionales de la Diputación Provincial y las entidades de su sector público provincial a fin de evitar la duplicidad de financiación para la misma categoría de actividades, eventos o proyectos.
- b) Diseñar el Plan Estratégico de Patrocinios y el Plan Anual de Actividades a Patrocinar.
- c) Velar por el mantenimiento del equilibrio entre los patrocinios ofrecidos y el retorno a obtener en términos de difusión publicitaria de la imagen del patrocinador, los derechos que se les reconozcan a los patrocinadores y, en su caso, el grado de satisfacción de los intereses públicos implicados.
- d) Impulsar iniciativas en materia de patrocinio.
- e) Proponer mejoras en materia de patrocinios.
- f) Emisión de Informes, Instrucciones o recomendaciones con carácter facultativo y no vinculante.
- g) Cualquier otra que se le pueda solicitar en las materias objeto de su competencia.

#### **Artículo 5.- Medidas para evitar la corrupción y prevención de los conflictos de intereses.**

Los órganos competentes para la concesión o aceptación de patrocinios deberán tomar las medidas adecuadas para luchar contra el fraude, el favoritismo y la corrupción, y prevenir, detectar y solucionar de modo efectivo los conflictos de intereses que puedan surgir en los procedimientos de selección de personas o empresarios patrocinadores o patrocinados, con el fin de evitar cualquier distorsión de la competencia y garantizar la transparencia en el procedimiento y la igualdad de trato a todos los interesados.

A estos efectos el concepto de conflicto de intereses abarcará, al menos, cualquier situación en la que el personal al servicio del órgano competente para la selección de la entidad patrocinada o patrocinadora, que además participe en el desarrollo del procedimiento de selección o pueda influir en el resultado del mismo, tenga directa o indirectamente un interés financiero, económico o personal que pudiera parecer que compromete su imparcialidad e independencia en el contexto del procedimiento.

A tal fin dicho personal deberá suscribir al inicio del procedimiento una declaración de ausencia de conflicto de interés según el modelo que se incluye como Anexo V a la presente ordenanza.

Aquellas personas o entidades que tengan conocimiento de un posible conflicto de interés deberán ponerlo inmediatamente en conocimiento de la Comisión Técnica de Patrocinios.

#### **Artículo 6.- Tratamiento presupuestario y fiscalización de la gestión pública en materia de patrocinios.-**

- 1.- Las políticas públicas de patrocinio se ordenarán y ejecutarán en el marco de una planificación presupuestaria y de tesorería que garanticen el cumplimiento de los objetivos de estabilidad y sostenibilidad de la hacienda provincial.
- 2.- A tal fin, los créditos para la concesión de patrocinios deberán contemplarse en el presupuesto con carácter previo a la aprobación de los expedientes de contratación.
- 3.- Las aportaciones monetarias en concepto de patrocinios pasivos serán ingresadas en las cuentas designadas y en los plazos establecidos en los respectivos convenios tras su firma, todo ello, sin perjuicio de lo que dispongan las normas de general aplicación y en su caso, las Bases de Ejecución del Presupuesto.
4. La valoración de las aportaciones no dinerarias se efectuará a precios de mercado por parte del centro gestor, debiendo tener su debido reflejo en la contabilidad, si procediera.

## TITULO I PATROCINIO ACTIVO

### Capítulo I Disposiciones Generales

#### Artículo.- 7 Objeto

- 1.- El objeto del presente Título es determinar el régimen jurídico del patrocinio publicitario activo de la Diputación Provincial y su sector público cuando actúen como patrocinadores.
- 2.- Quedan excluidos del ámbito de aplicación de la presente ordenanza los contratos de publicidad, difusión publicitaria y creación publicitaria regulados en la Ley 34/1988 de 11 de noviembre, General de Publicidad,

#### Artículo.- 8 Ámbito subjetivo.-

El presente Título se aplicará a los contratos de patrocinio publicitario que suscriba la Diputación Provincial de Badajoz y su sector público con **personas físicas o entidades privadas** que desarrollen actividades que fomenten los valores indicados en el apartado introductorio de este documento y que cumplan con los siguientes requisitos:

- No estar incurso en alguna prohibición de contratar previstas en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.
- Encontrarse al corriente de sus obligaciones tributarias, con la Seguridad Social y con la Diputación de Badajoz o entidad de su sector público con la que se suscriba el contrato de patrocinio.

### Capítulo II Plan Estratégico Provincial

#### Artículo 9.- Plan Estratégico Provincial.-

La actividad de patrocinio de la Diputación Provincial y su sector público se desarrollará en el marco de una estrategia de coordinación coincidiendo con el ejercicio presupuestario. Para ello, se elaborará un Plan Estratégico Provincial, donde, cada una de las Áreas de la Diputación, Organismos Autónomos y Entidades adscritas, con ocasión de la aprobación de los presupuestos anuales, establecerán la planificación y



programación objeto de patrocinio que estime más conveniente para la consecución de sus fines institucionales.

### **Artículo .- 10 Actividades susceptibles de patrocinio provincial**

1. Las actividades susceptibles de ser patrocinadas por la Diputación de Badajoz y su sector público, en el ámbito de sus competencias, deberán satisfacer, de forma directa o indirecta, la consecución de un determinado interés público en beneficio de la provincia de Badajoz y sus habitantes.

2. Entre las materias objeto de patrocinio se encuentran las siguientes, sin perjuicio de que se definan de forma precisa en el Plan de Patrocinios:

- a) Las actividades de promoción turística, comercial, deportivas, económicas, culturales, juveniles, educativas, de fomento del emprendimiento, de la innovación, ferias, eventos o similares.
- b) Las diversas formas de manifestaciones culturales tales como conciertos, exposiciones, representaciones teatrales, proyecciones, encuentros, jornadas, fiestas, festivales musicales y cualquier otro tipo de manifestación cultural en la que la Diputación de Badajoz estime oportuno posicionarse.
- c) Las actividades relacionadas con la igualdad de género, con el bienestar, la atención social y la integración socio-laboral.
- d) Las actividades relacionadas con las tecnologías de la información y comunicación (TIC).
- e) Las actividades relacionadas con la mejora y el mantenimiento del medio ambiente.
- f) Las actividades relacionadas con la protección animal.
- g) Las actividades relacionadas con la mejora y el mantenimiento de los servicios de emergencias y rescate.
- h) Las actividades relacionadas con la seguridad vial.
- i) Cualquier otra actividad que tenga por objeto el interés general de la Provincia.

### **Artículo 11.- Aprobación, modificación y publicación del Plan.**

1.- El Plan Estratégico Provincial de Patrocinios será aprobado por el Presidente, con ocasión de los presupuestos, previa planificación y programación por cada una de las Áreas, Organismos y Entidades adscritas, debiendo publicarse en el Boletín Oficial de la Provincia.

Para su modificación se requerirán los mismos trámites.

2. Las Áreas funcionales serán las responsables de elaborar sus propuestas de actividades, proyectos o personas susceptibles de patrocinio provincial, de entre las categorías previstas en el artículo anterior, u otras, justificadamente, para ser dictaminadas por la Comisión Técnica.

3.- En las entidades del sector público provincial serán responsables los órganos a quien corresponda según sus estatutos, normativa propia y acuerdos adoptados al respecto.

4.- La adjudicación de los contratos privados de patrocinio será competencia del órgano a quien corresponda según lo previsto en el régimen de delegaciones vigente, en los estatutos de las entidades dependientes, en su normativa o acuerdos específicos adoptados.



DIPUTACIÓN  
DE BADAJOZ

## Artículo 12. Criterios para la fijación del importe

1. La aportación económica vendrá determinada por la entidad de la colaboración en la publicidad de esta Diputación de Badajoz mediante la aplicación de la siguiente metodología:

### a) Determinación del importe del patrocinio:

El área funcional o entidad, una vez recibida la solicitud y propuesta de patrocinio, procederá a la evaluación y valoración económica del "retorno publicitario" propuesto, al objeto de determinar el precio del contrato, de lo cual quedará debida constancia a través del Informe-propuesta en el Anexo III y, que en ningún caso, podrá superar el importe del retorno calculado conforme lo regulado en esta Ordenanza.

### b) Verificación de la equivalencia de las prestaciones entre las partes:

La equivalencia dineraria del patrocinio será la resultante del múltiplo resultante de aplicar 25€ (sin IVA) por el sumatorio total de los puntos obtenidos por cada uno de los conceptos incluidos en los siguientes tres bloques:

**Bloque 1 "Del evento o actividad":** en el que se distinguen los siguientes apartados:

- **Rango**, dentro del mismo habrá que seleccionar uno de los siguientes parámetros:

→ Naming: para el caso que se incluya en la denominación del evento "Diputación de Badajoz". Este solo será aplicable cuando esta entidad local lo estime conveniente para sus intereses. Dentro de este parámetro, se observan estos conceptos asignándose una determinada puntuación:

1. Local: 30 puntos.
2. Comarcal: 40 puntos.
3. Provincial: 50 puntos.
4. Regional: 100 puntos.
5. Nacional: 400 puntos.
6. Internacional: 800 puntos.

→ **Nivel de presencia del patrocinio**, en función del número de patrocinadores del evento.

a. Cuatro patrocinadores:

- a.1. Nivel 4: 8 puntos.
- a.2. Nivel 3 (tamaño 10% mayor): 16 puntos.
- a.3. Nivel 2 (tamaño 10% mayor): 24 puntos.
- a.4. Nivel 1 (tamaño 10% mayor): 32 puntos.

b. Tres patrocinadores:

- b.1. Nivel 3: 8 puntos.
- b.2. Nivel 2 (10% mayor): 16 puntos.
- b.3. Nivel 1 (10% mayor): 24 puntos.

c. Dos patrocinadores:

- c.1. Nivel 2: 8 puntos.



c.2. Nivel 1 (10% mayor): 16 puntos.

d. Un patrocinador:

d.1. Único nivel: 12 puntos.

- **Características**, este apartado está compuesto por los siguientes parámetros:

- N.º de habitantes de la localidad: para el caso que el evento patrocinado se desarrolle en varias localidades el concepto a seleccionar será el de la suma de los habitantes de todas ellas. Además, podrá considerarse el radio de influencia reflejado en la memoria descriptiva del evento.
  1. Menos de 1.000 hab.: 6 puntos.
  2. Entre 1.001 y 5.000 hab.: 10 puntos.
  3. Entre 10.000 y 14.999 hab.: 20 puntos.
  4. Entre 15.000 y 25.000 hab.: 45 puntos.
  5. Entre 25.001 y 49.999 hab.: 60 puntos.
  6. Más de 50.000 hab.: 75 puntos
- Duración del evento: para la elección del concepto habrá de tenerse en cuenta dos premisas, por un lado, si el evento tiene lugar en varias localidades, el n.º de jornadas será la suma de todas ellas; por otro lado, si se celebra en días separados en el tiempo, estos deben sumarse.
  1. 1 día: 5 puntos.
  2. De 2 a 7 días: 10 puntos.
  3. Entre 8 y 15 días: 15 puntos.
  4. Entre 16 y 1 mes: 30 puntos.
  5. Más de 1 mes a 3 meses: 40 puntos.
  6. Más de 3 a 6 meses: 60 puntos.
  7. Más de 6 meses a 9 meses: 80 puntos.
  8. Más de 9 meses 12 meses: 100 puntos.
- Grado de consolidación del evento: en función del número de ediciones.
  1. 1ª edición: 10 puntos.
  2. Entre la 2ª y la 5ª edición: 15 puntos.
  3. Entre la 6ª y la 10ª edición: 20 puntos.
  4. Entre la 11ª y la 20ª edición: 40 puntos.
  5. Entre la 21ª y la 50ª edición: 70 puntos.
  6. Entre la 51ª y la 100ª edición: 100 puntos.
  7. A partir de la 101ª edición: 120 puntos.
- Tipología de asistentes: en función de la especialización del público asistente.
  1. Foro especializado: 2 puntos.
  2. Público en general: 4 puntos.
  3. Mixto: 6 puntos.

- **Presencia de Logotipo**, se distinguen los siguientes parámetros:

- Ropa oficial principal: para la aplicación de este parámetro, el logotipo debe tener un tamaño, como mínimo, del escudo.
  1. Otras ubicaciones: 10 puntos.
  2. Zona preferente (pecho, dorsal): 20 puntos.
  3. Único patrocinador (zona preferente): 40 puntos.

- Prendas oficiales secundarias (sudaderas, chándal...): al igual que en el parámetro anterior el logotipo debe tener un tamaño mínimo al del escudo.
  1. Otras ubicaciones: 10 puntos.
  2. Zona preferente (pecho, dorsal): 20 puntos.
  3. Único patrocinador (zona preferente): 40 puntos.
  
- Otras prendas: el logotipo debe ser de un tamaño mínimo al del escudo.
  1. Otras ubicaciones: 5 puntos.
  2. Zona preferente (pecho, dorsal): 10 puntos.
  3. Único patrocinador (zona preferente): 20 puntos.
  
- WEB: para aplicar este parámetro es preceptivo que el logotipo de la Diputación de Badajoz aparezca en la "zona de patrocinadores" de la página web del evento.
  1. Sí: 10 puntos.
  2. No: 0 puntos.
  
- Cartel oficial del evento.
  1. Sí: 10 puntos.
  2. No: 0 puntos.
  
- Programa oficial del evento.
  1. Sí: 10 puntos.
  2. No: 0 puntos.
  
- Photocall.
  1. Sí: 10 puntos.
  2. No: 0 puntos.
  
- Dorsal: en función del espacio que ocupe dentro de la zona destinada a logotipos.
  1. Zona patrocinio (presencia logo): 3 puntos.
  2. Zona patrocinio  $\frac{1}{3}$ : 6 puntos.
  3. Zona patrocinio  $\frac{1}{2}$ : 12 puntos.
  4. Zona patrocinio exclusivo: 30 puntos.
  
- Acreditaciones.
  1. Sí: 2 puntos.
  2. No: 0 puntos.
  
- Podium, entrega de premios o diplomas.
  1. Sí: 10 puntos.
  2. No: 0 puntos.
  
- Roll-up
  1. Sí: 2 puntos.
  2. No: 0 puntos.
  
- Lonas publicitarias (tipo cubre vallas): deben tener al menos una medida de 3\*1 o 3 m<sup>2</sup>.
  1. 6 lonas (18m<sup>2</sup>): 12 puntos.



2. 8 lonas (24m<sup>2</sup>): 16 puntos.
3. 12 lonas (36m<sup>2</sup>): 24 puntos.
4. 18 lonas (54m<sup>2</sup>): 36 puntos.
5. 24 lonas (72m<sup>2</sup>): 48 puntos.

→ Banderolas tipo surf: las utilizadas en interiores tendrán una medida mínima de 2 metros y para exteriores de 4 metros.

1. 4 banderolas: 16 puntos.
2. 8 banderolas: 32 puntos.
3. 10 banderolas: 40 puntos.
4. 16 banderolas: 64 puntos.

→ Podium institucional, arco de meta o de salida.

1. Zona patrocinio (presencia logo): 8 puntos.
2. Zona patrocinio  $\frac{1}{3}$ : 20 puntos.
3. Zona patrocinio  $\frac{1}{2}$ : 40 puntos.
4. Zona patrocinio exclusivo: 80 puntos.

→ Otros soportes, el centro gestor podrá valorar la presencia del logotipo en otros soportes, asignándole una determinada puntuación.

- **Gastos**, habrá de acreditarse a través de facturas o justificantes de pago, en su caso. Se diferencian entre:

→ Gastos generales de organización, en el mismo se incluyen los relativos a seguridad, limpieza, seguros, transportes, montajes, alquiler de equipos o instalaciones, papelería, azafatas y recursos humanos. Asimismo, en el supuesto de clubs deportivos se considerará el presupuesto anual de jugadores.

1. De 1.000 a 2.500€: 15 puntos.
2. De 2.500 a 5.000€: 15 puntos.
3. De 5.000 a 7.500€: 15 puntos.
4. De 7.500 a 10.000€: 20 puntos.
5. De 10.000 a 15.000€: 25 puntos.
6. De 15.000 a 25.000€: 30 puntos.
7. De 25.000 a 35.000€: 35 puntos.
8. De 35.000 a 50.000€: 50 puntos.
9. De 50.000 a 75.000€: 75 puntos.
10. De 75.000 a 100.000€: 100 puntos.
11. De 100.000 a 150.000€: 150 puntos.
12. De 150.000 a 250.000€: 240 puntos.
13. De 250.000 a 500.000€: 450 puntos.
14. Más de 500.000€: 600 puntos.

→ Gastos contratación de actividades, entre las que se encuentran los referentes a ponentes, exhibiciones, degustaciones, comidas, vinos de honor u otras actividades de reclamo.

1. De 1.000 a 2.500€: 15 puntos.
2. De 2.500 a 5.000€: 15 puntos.
3. De 5.000 a 7.500€: 15 puntos.
4. De 7.500 a 10.000€: 20 puntos.
5. De 10.000 a 15.000€: 25 puntos.
6. De 15.000 a 25.000€: 30 puntos.
7. De 25.000 a 35.000€: 35 puntos.





8. De 35.000 a 50.000€: 50 puntos.
9. De 50.000 a 75.000€: 75 puntos.
10. De 75.000 a 100.000€: 100 puntos.
11. De 100.000 a 150.000€: 150 puntos.
12. De 150.000 a 250.000€: 240 puntos.
13. De 250.000 a 500.000€: 450 puntos.
14. Más de 500.000€: 600 puntos.

- **Asistencia** de público, si el evento se realiza bajo taquilla se atenderá al número de entradas vendidas durante el período de desarrollo del evento o actividad patrocinada. Igualmente, si estos se realizan durante varias jornadas se sumarán los asistentes diarios.

1. Entre 25 y 100 personas: 10 puntos.
2. Entre 101 y 500 personas: 10 puntos.
3. Entre 501 y 1.000 personas: 20 puntos.
4. Entre 1.001 y 2.000 personas: 30 puntos.
5. Entre 2.001 y 3.000 personas: 35 puntos.
6. Entre 3.001 y 5.000 personas: 40 puntos.
7. Entre 5.001 y 8.000 personas: 45 puntos.
8. Entre 8.001 y 12.000 personas: 50 puntos.
9. Entre 12.001 y 20.000 personas: 55 puntos.
10. Entre 20.001 y 30.000 personas: 60 puntos.
11. Entre 30.001 y 50.000 personas: 65 puntos.
12. Entre 50.001 y 75.000 personas: 70 puntos.
13. Más de 75.001 personas: 80 puntos.

| BLOQUE 1 "DEL EVENTO"               |                                    |                   |
|-------------------------------------|------------------------------------|-------------------|
|                                     | Puntuación máxima                  | Puntuación mínima |
| <b>Rango de Patrocinio</b>          |                                    |                   |
|                                     | Naming                             | 800               |
|                                     | Presencia patrocinio               | 32                |
| <b>Total Rango</b>                  |                                    | <b>800</b>        |
| <b>Características evento</b>       |                                    |                   |
|                                     | Nº habitantes localidad            | 75                |
|                                     | Duración del evento                | 100               |
|                                     | Grado de consolidación             | 120               |
|                                     | Tipología asistentes               | 6                 |
| <b>Total características evento</b> |                                    | <b>301</b>        |
| <b>Presencia logotipo</b>           |                                    |                   |
|                                     | Ropa oficial principal             | 40                |
|                                     | Prendas oficial secundarias        | 40                |
|                                     | Otras prendas                      | 20                |
|                                     | Web                                | 10                |
|                                     | Cartel oficial evento              | 10                |
|                                     | Programa oficial evento            | 10                |
|                                     | Photocall                          | 10                |
|                                     | Dorsal                             | 30                |
|                                     | Acreditaciones                     | 2                 |
|                                     | Podium/entrega premios             | 10                |
|                                     | Roll-up                            | 2                 |
|                                     | Lonas publicitarias                | 48                |
|                                     | Banderolas                         | 64                |
|                                     | Podium institucional- arco de meta | 80                |
| <b>Total presencia logotipo</b>     |                                    | <b>376</b>        |
| <b>Gastos del evento</b>            |                                    |                   |
|                                     | Gastos generales de organización   | 600               |
|                                     | Gastos contratación actividades    | 600               |
| <b>Total gastos del evento</b>      |                                    | <b>1.200</b>      |
| <b>Asistencia</b>                   |                                    |                   |
|                                     | Asistencia de público              | 80                |
| <b>Total asistencia</b>             |                                    | <b>80</b>         |



DIPUTACIÓN  
DE BADAJOZ

**Bloque 2 “Promoción del evento”:** en el que se distinguen los siguientes apartados:

- **Redes Sociales (RR.SS)**, los perfiles deben ser propios del evento o actividad a patrocinar. Formado por los siguientes parámetros:

→ RR.SS para eventos inferiores a un mes. Para la aplicación de este parámetro es necesario que se realice, al menos, un post con patrocinio de la Diputación y se etiquete a esta entidad en todas las publicaciones.

1. 1 red social: 4 puntos.
2. 2 redes sociales: 6 puntos.
3. Más de 2 redes sociales: 10 puntos.

→ RR.SS para eventos de duración entre uno a tres meses. Se configura como requisito imprescindible hacer, al menos, 1 post mensual con patrocinio de la Diputación de Badajoz así como etiquetar a la entidad local en todas las publicaciones.

1. 1 red social: 6 puntos.
2. 2 redes sociales: 8 puntos.
3. Más de 2 redes sociales: 12 puntos.

→ RR.SS para evento superiores a tres meses. Al igual que en el parámetro anterior, hay que hacer, al menos, 1 post al mes con patrocinio de la Diputación de Badajoz y etiquetar a esta entidad en todas las publicaciones.

1. 1 red social: 10 puntos.
2. 2 redes sociales: 12 puntos.
3. Más de 2 redes sociales: 16 puntos.

→ Community manager, habrá de especificarse datos personales (nombre, apellidos, DNI o CIF).

1. Evento inferiores a 1 mes: 10 puntos.
2. Entre 1 y 3 meses: 15 puntos.
3. Más de 3 meses: 20 puntos.

- **Publicidad en medios regionales.**

→ Campaña para televisión regional:

a. Sin presencia de Diputación:

1. Entre 750 y 1.000: 10 puntos.
2. Entre 1.001 y 5.000: 40 puntos.
3. Entre 5.001 y 15.000: 45 puntos.
4. Entre 15.001 y 30.000: 50 puntos.
5. Entre 30.001 y 60.000: 80 puntos.
6. 60.001 en adelante: 140 puntos.

b. Con presencia de Diputación:

1. Entre 750 y 1.000: 20 puntos.
2. Entre 1.001 y 5.000: 50 puntos.
3. Entre 5.001 y 15.000: 60 puntos.
4. Entre 15.001 y 30.000: 70 puntos.
5. Entre 30.001 y 60.000: 100 puntos.
6. 60.001 en adelante: 200 puntos.

→ Campaña en prensa regional:

a. Sin presencia de Diputación:

1. Entre 750 y 1.000: 5 puntos.

2. Entre 1.001 y 5.000: 25 puntos.
  3. Entre 5.001 y 15.000: 35 puntos.
  4. Entre 15.001 y 30.000: 40 puntos.
  5. Entre 30.001 y 60.000: 60 puntos.
  6. 60.001 en adelante: 120
- b. Con presencia de Diputación:
1. Entre 750 y 1.000: 10 puntos.
  2. Entre 1.001 y 5.000: 20 puntos.
  3. Entre 5.001 y 15.000: 40 puntos.
  4. Entre 15.001 y 30.000: 120 puntos.
  5. Entre 30.001 y 60.000: 150 puntos.
  6. 60.001 en adelante: 175 puntos.
- Campaña en radio regional:
- a. Sin presencia de Diputación:
1. Entre 750 y 1.000: 5 puntos.
  2. Entre 1.001 y 5.000: 25 puntos.
  3. Entre 5.001 y 15.000: 35 puntos.
  4. Entre 15.001 y 30.000: 40 puntos.
  5. Entre 30.001 y 60.000: 60 puntos.
  6. 60.001 en adelante: 120 puntos.
- b. Con presencia de Diputación:
1. Entre 750 y 1.000: 10 puntos.
  2. Entre 1.001 y 5.000: 20 puntos.
  3. Entre 5.001 y 15.000: 40 puntos.
  4. Entre 15.001 y 30.000: 120 puntos.
  5. Entre 30.001 y 60.000: 150 puntos.
  6. 60.001 en adelante: 175 puntos.
- Publicidad exterior, vía vallas, banderolas, mupis, autobuses etc.
- a. Sin presencia de Diputación:
1. Entre 750 y 1.000: 5 puntos.
  2. Entre 1.001 y 5.000: 25 puntos.
  3. Entre 5.001 y 15.000: 35 puntos.
  4. Entre 15.001 y 30.000: 40 puntos.
  5. Entre 30.001 y 60.000: 60 puntos.
  6. 60.001 en adelante: 120 puntos.
- b. Con presencia de Diputación:
1. Entre 750 y 1.000: 10 puntos.
  2. Entre 1.001 y 5.000: 20 puntos.
  3. Entre 5.001 y 15.000: 40 puntos.
  4. Entre 15.001 y 30.000: 120 puntos.
  5. Entre 30.001 y 60.000: 150 puntos.
  6. 60.001 en adelante: 175 puntos.
- Publicidad en medios comarcales y locales.**
- Campaña para televisión comarcal y local:
- a. Sin presencia de Diputación:
1. Entre 0 y 500: 5 puntos.
  2. Entre 501 y 1.500: 30 puntos.
  3. 1.501 en adelante: 40 puntos.
- b. Con presencia de Diputación:
1. Entre 0 y 500: 10 puntos.

2. Entre 501 y 1.500: 40 puntos.
  3. 1.501 en adelante: 80 puntos.
- Campaña en prensa comarcal y local:
- a. Sin presidencia de Diputación:
    1. Entre 0 y 500: 5 puntos.
    2. Entre 501 y 1.500: 15 puntos.
    3. 1.501 en adelante: 30 puntos.
  - b. Con presidencia de Diputación:
    1. Entre 0 y 500: 10 puntos.
    2. Entre 501 y 1.500: 30 puntos.
    3. 1.501 en adelante: 70 puntos.
- Campaña en radio comarcal y local:
- a. Sin presencia de Diputación:
    1. Entre 0 y 500: 5 puntos.
    2. Entre 501 y 1.500: 15 puntos.
    3. 1.501 en adelante: 30 puntos.
  - b. Con presencia de Diputación:
    1. Entre 0 y 500: 10 puntos.
    2. Entre 501 y 1.500: 30 puntos.
    3. 1.501 en adelante: 70 puntos.
- Otras acciones publicitarias, que habrá que especificar:
- a. Sin presencia de Diputación:
    1. Entre 0 y 500: 5 puntos.
    2. Entre 501 y 1.500: 15 puntos.
    3. 1.501 en adelante: 30 puntos.
  - b. Con presencia de Diputación:
    1. Entre 0 y 500: 10 puntos.
    2. Entre 501 y 1.500: 30 puntos.
    3. 1.501 en adelante: 70 puntos.

- **Noticias.** Este apartado solo podrá contabilizarse a partir de la 2ª edición ya que se calcula el valor de los conceptos y parámetros a partir del dossier de prensa. Este dossier de prensa deberá tener un contenido mínimo, dependiendo del tipo de medio de comunicación.

Así, para medios digitales: enlace y pantallazo de la noticia; para prensa en papel: fotocopia de la página donde se refleje la fecha y el medio; radio: enlace con la noticia especificándose la emisora y la fecha de emisión; otros medios: justificante de imagen o audio.

- Noticias publicadas en prensa,
1. Entre 1 y 5 noticias: 10 puntos.
  2. Entre 6 y 10 noticias: 30 puntos.
  3. Entre 11 y 20 noticias: 40 puntos.
  4. Entre 21 y 30 noticias: 50 puntos.
  5. Entre 31 y 40 noticias: 60 puntos.
  6. Entre 41 y 80 noticias: 70 puntos.
  7. Más de 80 noticias: 80 puntos.

→ Noticias publicadas en prensa con presencia de la Diputación de Badajoz, para calificarla como tal debe aparecer en la fotografía el logo de esta entidad o bien se nombre en el texto de la noticia.

1. Entre 1 y 5 noticias: 20 puntos.
2. Entre 6 y 10 noticias: 40 puntos.
3. Entre 11 y 20 noticias: 80 puntos.
4. Entre 21 y 30 noticias: 120 puntos.
5. Entre 31 y 40 noticias: 160 puntos.
6. Entre 41 y 80 noticias: 200 puntos.
7. Más de 80 noticias: 240 puntos.

| <b>BLOQUE 2 "PROMOCIÓN"</b>                         |  |                          |
|---|--|--------------------------|
|   | <b>Puntuación máxima</b>               | <b>Puntuación mínima</b> |
| <b>Redes sociales</b>                               |  |                          |
|   | <b>RR.SS eventos &lt; 1 mes</b>        | 10                       |
|   | <b>RR.SS eventos 1 a 3 meses</b>       | 12                       |
|   | <b>RR.SS eventos &gt; 3 meses</b>      | 16                       |
|   | <b>Community Manager</b>               | 20                       |
| <b>Total RR.SS</b>                                  |  | <b>58</b>                |
| <b>Publicidad en medios regionales</b>              |  |                          |
|   | <b>Campaña TV</b>                      | 200                      |
|   | <b>Campaña prensa</b>                  | 175                      |
|   | <b>Campaña en Radio</b>                | 175                      |
|   | <b>Publicidad exterior</b>             | 175                      |
| <b>Total publicidad medios regionales</b>           |  | <b>725</b>               |
| <b>Publicidad medios locales y comarcales</b>       |  |                          |
|   | <b>Campaña TV</b>                      | 80                       |
|   | <b>Campaña prensa</b>                  | 70                       |
|   | <b>Campaña en Radio</b>                | 70                       |
|   | <b>Otra acciones publicitarias</b>     | 70                       |
| <b>Total publicidad medios locales y comarcales</b> |  | <b>290</b>               |
| <b>Noticias</b>                                     |  |                          |
|   | <b>Publicadas en prensa gral.</b>      | 80                       |
|   | <b>Publicadas en prensa con Diput.</b> | 240                      |
| <b>Total noticias</b>                               |  | <b>320</b>               |

**Bloque 3 “Actos institucionales”:** formado por el apartado único:

- **Actos institucionales.** Para la aplicación de los parámetros contenidos en este apartado se establecen como requisitos que la noticia se cubra por medios de comunicación y se realice difusión a través de redes sociales.

- Rueda de prensa de presentación del evento:
  1. Sí con mención o intervención de la Diputación de Badajoz: 30 puntos.
  2. Sí: 10 puntos.
  3. No: 0 puntos.
  
- Inauguración institucional:
  1. Sí con mención o intervención de la Diputación de Badajoz: 40 puntos.
  2. Sí: 20 puntos.
  3. No: 0 puntos.
  
- Entrega de premios, que habrá que especificar:
  1. Sí con mención o intervención de la Diputación de Badajoz: 40 puntos.
  2. Sí: 20 puntos.
  3. No: 0 puntos.
  
- Otros actos institucionales:
  1. Sí con mención o intervención de la Diputación de Badajoz: 20 puntos.
  2. Sí: 10 puntos.
  3. No: 0 puntos.

| <b>BLOQUE 3 "Actos institucionales"</b> |                          |                          |
|---|--------------------------|--------------------------|
|   | <b>Puntuación máxima</b> | <b>Puntuación mínima</b> |
| <b>Actos institucionales</b>            |                          |                          |
| <b>Rueda prensa presentación evento</b> | 30                       | 0                        |
| <b>Inauguración institucional</b>       | 40                       | 0                        |
| <b>Entrega de premios</b>               | 40                       | 0                        |
| <b>Otros actos institucionales</b>      | 20                       | 0                        |
| <b>Total actos institucionales</b>      | <b>130</b>               | <b>0</b>                 |

La valoración de los bloques, apartados, parámetros y conceptos relacionados serán objeto de revisión y actualización con el fin de acercar la misma a los precios razonables de mercado existentes en cada momento, por el Pleno de la Diputación se estimara conveniente. De igual forma, para aquellos patrocinios en los que por su singular naturaleza deban tenerse en cuenta otros aspectos o consideraciones no





contempladas en el Anexo II, se dejará oportuna constancia de ello en el Anexo III, así como del criterio de valoración aplicado al mismo.

Como resultado de la aplicación de los criterios descritos se determinará el importe del patrocinio, más I.V.A (21%), lo que quedará reflejado en el Anexo III y IV como precio final del contrato a formalizar por las partes.

### **Artículo 13.- Condiciones específicas de los contratos de patrocinio.**

1. En el contrato se establecerán las exigencias de justificación por parte del patrocinado a fin de verificar el cumplimiento de los requisitos del retorno económico obtenido, pudiendo dar lugar a una minoración en la cantidad final a liquidar o incluso al reintegro parcial de la cantidad abonada en caso de no cumplirse o cumplirse insuficientemente la estimación inicial del patrocinio en todos sus aspectos.

2. La Comisión Técnica de Patrocinios podrá dictar, conforme a lo dispuesto en la letra f) del artículo 4 de esta Ordenanza, instrucciones o recomendaciones para el correcto cumplimiento de lo establecido en este Título, y está facultado para interpretar y resolver cuantas cuestiones surjan de su aplicación e instar que se dicten las resoluciones precisas para su cumplimiento, sin perjuicio de las competencias que correspondan al órgano de contratación, en su caso.

### **Artículo 14.- Procedimiento, tramitación y justificación**

1. La Comisión Técnica de Patrocinios dictaminará las solicitudes recibidas por las Áreas, iniciando éstas, una vez obtenido el dictamen favorable, el procedimiento de adjudicación.

2. Dada la naturaleza y objeto de este tipo de contratos, el procedimiento de adjudicación más habitual será la adjudicación directa a través del contrato menor, conforme a la Instrucción aprobada por la Diputación, sin perjuicio de la utilización del procedimiento negociado sin publicidad previsto en el art. 168. a. 2ª de la LCSP

3. El expediente de patrocinio se iniciará con la presentación del Anexo I- Solicitud de Patrocinio por el interesado-, en el Registro General de la Diputación Provincial o entidad del sector público, a la que deberá acompañarse preceptivamente la siguiente documentación:

- a. Memoria explicativa del evento a desarrollar.
- b. Propuesta de Patrocinio, según modelo establecido en el Anexo II, al objeto de permitir al centro gestor actuante la valoración económica del retorno publicitario ofertado, conforme al Anexo III..

El importe de esta valoración del retorno publicitario quedará reflejado en el Informe-Propuesta de Patrocinio (Anexo III), que deberá constar firmado electrónicamente por el Jefe de Servicio o responsable administrativo del centro gestor que inicie el expediente.

4. Recibidas la solicitud y propuesta de patrocinio, una vez obtenido dictamen favorable de la Comisión Técnica de Patrocinios (apartado 1 de este artículo), así como



determinado el precio del contrato, el centro gestor actuante, a través de los aplicativos internos, realizará las actuaciones siguientes, en función del tipo de contrato.

5. Cuando el importe del contrato de patrocinio sea igual o superior a 15.000€, IVA no incluido, la licitación deberá tramitarse de forma electrónica, con las condiciones y requisitos fijados por la legislación contractual vigente.

En este caso, el procedimiento se iniciará con la solicitud del patrocinado y el Anexo II, junto con la siguiente documentación:

- a) Propuesta de Contratación Mayor.
- b) Retención de crédito.
- c) Pliego de prescripciones técnicas, en el que se incluirán los precios de mercados asignados para cada una de las acciones publicitarias a realizar por la patrocinada de conformidad con los criterios establecidos en el artículo 12, así como el cuadro resumen de la valoración realizada por el centro gestor cuyo importe final, incluyendo el IVA correspondiente, representará el precio final
- d) Informes preceptivos conforme a la normativa sectorial vigente..

6. Se formalizará el correspondiente Contrato de Patrocinio (Anexo IV), documento por medio del cual ambas partes, patrocinador y patrocinado, asumen el compromiso del cumplimiento de los términos manifestados previamente en los Anexos II y III, en su caso, de las presentes normas.

7. En cuanto al cumplimiento del contrato, con carácter previo al reconocimiento de la obligación, deberá quedar debidamente justificado el cumplimiento de aquellos parámetros a los que se comprometió la entidad patrocinada por medio de la formalización del contrato de patrocinio suscrito entre las partes, justificando cada uno de los parámetros establecidos en el Anexo II.

No obstante, a efectos de ejecución y justificación del patrocinio, se tendrá en cuenta que, en el caso de que el adjudicatario del patrocinio no haya cumplido con exactitud las prestaciones previstas en el Anexo II y no pueda justificar otra serie de prestaciones equivalentes a estas, deberán deducirse los importes correspondientes a los servicios/prestaciones no realizados en el momento de abonar el importe del citado contrato.

Finalmente, para el caso de que el adjudicatario del patrocinio no haya cumplido su compromiso en los términos acordados, podrá sustituirlos por otros, previa conformidad del centro gestor del contrato sin modificar el importe del mismo.

### **Capítulo III Convenios interadministrativos de colaboración para actividades**

#### **Artículo 15.- Convenio interadministrativo de colaboración**

La Diputación Provincial y su sector público podrán suscribir convenios de colaboración interadministrativos para el fomento de aquellas actividades contempladas en el artículo 10 celebradas por otras administraciones u otras entidades del sector público, cuando concorra entre ambas un interés público común. En estos casos el convenio, además de una subvención, podrá incorporar compromisos de difusión de la imagen de la provincia a cargo de la entidad beneficiaria proporcionales a la subvención recibida.

## **Título II Régimen Jurídico de la actividad de la Diputación y su sector público como Entidad Patrocinada**

### **Artículo.- 16 Ámbito objetivo del patrocinio pasivo.**

- 1.- Son objeto de este artículo los patrocinios pasivos provinciales.
- 2.- Serán susceptibles de patrocinio:
  - a) Aportaciones dinerarias o materiales vinculadas directamente con el proyecto o actividad patrocinada de las incluidas en el artículo 11.
  - b) Cesiones de bienes muebles o inmuebles.
- 3.- No podrán admitirse patrocinios que consistan en porcentajes de participación en ventas o beneficios del patrocinador.

### **Artículo .- 17 Ámbito subjetivo.**

- 1.- Este título se aplicará a la Diputación Provincial y su sector público.
- 2.- Podrán ostentar la condición de patrocinador las personas físicas y jurídicas sometidas a derecho privado, que tengan plena capacidad de obrar, se hallen al corriente de sus obligaciones tributarias y con la Seguridad Social y no estén incurso en alguna prohibición de las previstas en la normativa vigente en cada momento, en materia de contratación del sector público.

### **Artículo.- 18 Órgano competente.**

La Presidencia, será competente para la aprobación de la Propuesta Anual de Actividades a realizar mediante patrocinios, que contemple las de la Diputación Provincial y su sector público.

### **Artículo.- 19 Propuesta Anual de actividades de interés general a realizar mediante patrocinios.**

- 1.- La propuesta anual de actividades de interés general a realizar mediante patrocinios contendrá, para cada actividad a patrocinar, un Documento Descriptivo, al menos, de los siguientes extremos:
  - a) Denominación de la actividad y de los fines de interés general de competencia provincial a satisfacer.
  - b) El área funcional o entidad provincial competente para recepcionar las solicitudes de patrocinio por razón de la actividad a patrocinar.
  - c) Fecha o periodo de realización de la actividad.
  - d) Modalidad del patrocinio que mejor satisfaga las necesidades de la entidad patrocinada.
  - e) Presupuesto de la actividad, que podrá incluir, en su caso, los gastos de gestión o captación del patrocinio.
  - f) Cuantías mínima y máxima de las aportaciones.
  - g) Criterios de selección de los patrocinadores, determinándose la prioridad de las respectivas ofertas de patrocinio atendiendo a las más ventajosas para los intereses provinciales en su conjunto.
  - h) La posibilidad de establecer, en su caso, la exclusividad para un solo patrocinador de entre los de un mismo sector de actividad, atendiendo, igualmente, a la oferta más ventajosa para los intereses provinciales en su conjunto.

i) Derechos que se le reconozcan al patrocinador de manera proporcionada a la aportación correspondiente, con expresión de las modalidades de difusión publicitaria que la entidad patrocinada tenga concertadas con los distintos medios de comunicación.

j) Posibilidad de excluir determinados patrocinadores por incurrir su objeto social en conflicto con el fin de interés general de la actividad a patrocinar o comportar un posible daño reputacional para la entidad patrocinada.

2.- A tal efecto, las distintas áreas y entidades remitirán a la Presidencia, antes del 1 de septiembre de cada año, las propuestas de actividades provinciales que prevean realizar, total o parcialmente, el año siguiente mediante patrocinio, acompañadas de la información del apartado anterior.

3.- La Propuesta Anual de todas las actividades a patrocinar se publicará en el Boletín Oficial de la Provincia, para general conocimiento, antes del 31 de octubre de cada año.

#### **Artículo.- 20 Procedimiento de selección de patrocinadores.**

1.- Las personas o entidades interesadas en adquirir la condición de patrocinador deberán presentar solicitud, a tal efecto, en el Registro General de la Diputación Provincial o entidad del sector público.

2.- Las solicitudes que se formulen por los interesados deberán contener:

a) Nombre y apellidos o razón social del interesado y, en su caso, de la persona que lo represente.

b) Identificación del medio electrónico, o en su defecto, lugar físico en que desea que se practiquen las notificaciones. Adicionalmente, los interesados podrán aportar su dirección de correo electrónico y/o dispositivo electrónico para la recepción de los avisos de envío opuesta a disposición de las notificaciones.

c) Actividad o actividades provinciales que solicita patrocinar.

d) Cuantía del patrocinio ofrecido, que incluirá la valoración de los ofrecidos en especie, en su caso.

e) Modo en el que pretende desarrollar los derechos del patrocinador, de entre los propuestos en la propuesta Anual.

f) Lugar y fecha.

g) Firma del solicitante.

3.- Las ofertas de patrocinio podrán presentarse desde el día siguiente al de la publicación de la Propuesta Anual de Patrocinios en el Boletín Oficial de la Provincia y, en todo caso, con una antelación mínima de 2 meses a la celebración de la actividad.

4.- El Área o entidad competente remitirá informe con el siguiente contenido a la Comisión Técnica para su dictamen:

a) Las ofertas de patrocinio presentadas.

b) Informe propuesta de selección que deberá detallar:

- Las ofertas formuladas con su correspondiente descripción, previo certificado de registro de entrada.

- Pronunciamento sobre la valoración de las aportaciones en especie conforme a precios de mercado.

- Desglose de ingresos y gastos de la actividad.

c) Borrador del convenio de patrocinio, que especificará, entre otros, los siguientes aspectos:

- Nombre y apellidos o razón social de la/s persona/s o entidad/es patrocinadora/s, domicilio y número de identificación fiscal. En el supuesto de entidades jurídicas quien actúe en su nombre, especificando el poder con el que actúa.
- Actividad provincial que va a ser objeto del patrocinio.
- La cuantía del patrocinio ofrecido.
- Obligaciones y derechos de las partes y plazo para su cumplimiento.
- La aplicación de la normativa en materia de protección de datos de carácter personal.
- Cuantos requisitos vengan exigidos por la normativa de aplicación.

5.- La Comisión Técnica estudiará las ofertas presentadas, emitiendo informe-propuesta de selección de las más ventajosas y de desestimación, de manera motivada, de las que no se ajusten a dichos criterios o en la normativa que resulte de aplicación, así como las que comporten riesgo de daño reputacional a la Diputación, entren en conflicto con sus fines institucionales o con el espíritu de las actividades organizadas.

6.- Seguidamente se aprobará el patrocinio por el órgano competente.

7.- Se notificará a las áreas y entidades, a quienes corresponde el impulso del procedimiento administrativo para la aprobación, en su caso, por el órgano competente, del convenio de patrocinio, siguiendo los trámites preceptivos, de conformidad con su normativa específica.

8.- En caso de que, llegada la fecha publicada para la realización de la actividad objeto de patrocinio, no se hubiese resuelto el procedimiento administrativo por el órgano competente, se entenderá que el sentido del silencio es desestimatorio, y los interesados que hubieren comparecido podrán entender rechazadas sus pretensiones.

#### **Artículo.- 21 Ejecución del Convenio de Patrocinio.-**

La no realización de la actividad patrocinada dará derecho al patrocinador a solicitar el reintegro de la aportación de forma proporcional al grado de inejecución de la actividad de difusión comprometida en el convenio.

### **TÍTULO III PAGO**

#### **Artículo .- 22.- Pago y justificación**

1.El pago del precio, en caso de patrocinios a personas físicas y entidades privadas con ánimo de lucro, se realizará contra la presentación de las correspondientes facturas que deberá efectuarse de conformidad con lo establecido en el Reglamento del Registro Provincial de Facturas.

2. Para el caso de Administraciones Públicas y Asociaciones sin ánimo de lucro, el pago del precio se realizará previa presentación de Cuenta Justificativa de los gastos incurridos en el contrato o convenio de patrocinio, adjuntando de manera ordenada facturas o documentos admitidos en tráfico mercantil en formato digital que cumplan los requisitos establecidos en el RD1619/2012 o la legislación aplicable, así como cualquier documento que justifique el pago efectivo de los gastos incurridos, mediante cualquier documento con validez jurídica en el ámbito mercantil, como copias de

transferencias bancarias o cheques con extracto bancario justificativo de que los mismos han sido cobrados.

3. Junto con la cuenta justificativa o factura, en su caso, habrán de justificar el cumplimiento de todos los parámetros a los que a los que se hubieran comprometido en el Anexo II.

## **TITULO IV ACTUALIZACIÓN Y EVALUACIÓN**

### **Artículo 23.- Actualización y Evaluación**

1. Semestralmente se actualizarán el Plan Estratégico y Plan de Actuación Anual incluyendo todas aquellas modificaciones que se hayan producido durante ese periodo de tiempo.

2. Podrá gestionarse la tramitación de patrocinios activos y pasivos no contemplados inicialmente en el Plan Estratégico y Plan de Actuación Anual sin necesidad de su actualización, motivado en el interés general, previo dictamen favorable de la Comisión Técnica, siempre y cuando se proceda a su inclusión en la próxima actualización semestral.

3. En los tres primeros meses del ejercicio siguiente, se reunirá la Comisión Técnica al objeto de evaluar, previo informe por cada una de las Áreas y Entidades, los patrocinios activos y pasivos suscritos a lo largo del ejercicio precedente finalizado, realizando dos tipos de análisis:

a. Por un lado, un análisis cuantitativo en el que se hará referencia al número de contratos de patrocinio efectuados, su repercusión económica, las áreas y entidades afectadas y la modalidad contractual elegida.

b. Por otro lado, un análisis cualitativo atendiendo a la codificación según temática, ámbito de impacto, público destinatario y organizador.

### **Disposición transitoria.**

La presente Ordenanza será de aplicación a los nuevos patrocinios que se suscriban a partir de su entrada en vigor.

### **Disposición final única. Entrada en vigor.-**

De conformidad con lo establecido en el artículo 70.2 de la Ley Reguladora de las Bases de Régimen Local, la presente ordenanza entrará en vigor una vez se haya publicado completamente su texto en el Boletín Oficial de la Provincia y haya transcurrido el plazo establecido en el artículo 65.2 de dicha ley.

### **Disposición derogatoria.**

Queda expresamente derogada la Instrucción del Plan de Patrocinios aprobada por el Presidente de la Diputación Provincial de Badajoz con fecha 23 de diciembre de 2020.

*Anexo 1. Solicitud de Inicio del Patrocinio.*

| <b>SOLICITUD DE PATROCINIO</b>  |  |
|---|--|
| Entidad/Patrocinada:  |  |
| Dirección:  |  |
| CIF/NIF   |  |
| Email:  |  |
| Tfno:   |  |
| Persona de contacto:  |  |
| Actividad a Patrocinar:   |  |
| Centro gestor al que se dirige:   |  |
| <p>Con motivo de la celebración del evento/actividad: ....., cuyo patrocinio se propone y toda aquella información relevante que permita a la Excm. Diputación Provincial de Badajoz determinar el alcance e impacto del mismo, así como la valoración económica del retorno publicitario propuesto por medio del Anexo II que igualmente se adjunta a la presente solicitud.</p> |  |
| <p>En Badajoz, a      de                      de 20</p>   |  |
| <p>Fdo.-</p>  |  |

| Documentación aportada                        | SI | NO |
|---|----|----|
| Adjunta memoria descriptiva (indicar páginas) |    |    |
| Adjunta información complementaria (páginas)  |    |    |
| Adjunta Anexo II                              |    |    |



Anexo II. Propuesta de Patrocinio (Valoración)

| ACCIONES PROPUESTAS DE PATROCINIO |                                   |   |             |
|-----------------------------------|-----------------------------------|---|-------------|
| BLOQUE 1. DEL EVENTO O ACTIVIDAD  |                                   |   |             |
| RANGO                             |                                   |   |             |
| 1                                 | NAMING (*)                        | ÁMBITO GEOGRÁFICO DEL EVENTO (X)  |             |
|                                   |                                   | LOCAL   |             |
|                                   |                                   | COMARCAL  |             |
|                                   |                                   | PROVINCIAL  |             |
|                                   |                                   | REGIONAL  |             |
|                                   |                                   | NACIONAL  |             |
| 2                                 | TAMAÑO/UBICACIÓN DEL LOGOTIPO (*) | INTERNACIONAL   |             |
|                                   |                                   | NIVELES DEL LOGO DEL EVENTO (X)   |             |
|                                   |                                   | Eventos con 4 niveles: (*) Valorar exclusivamente en caso de no estimar el "Naming". Un mismo evento podrá tener varios patrocinadores con distintos tamaños y ubicación de sus logotipos o menciones en los distintos soportes publicitarios del evento (4 niveles, 3 niveles, 2 niveles o 1 único nivel), por tanto, marque con una X la casuística que se corresponda con su evento. | NIVEL 4     |
|                                   |                                   | NIVEL 3 (Tamaño 10% mayor al anterior)  |             |
|                                   |                                   | NIVEL 2 (tamaño 10% mayor al anterior)  |             |
|                                   |                                   | NIVEL 1 (tamaño 10% mayor al anterior)  |             |
|                                   |                                   | Eventos con 3 niveles: (*) Ídem   | NIVEL 3     |
|                                   |                                   | NIVEL 2 (Tamaño 10% mayor al anterior)  |             |
|                                   |                                   | NIVEL 1 (tamaño 10% mayor al anterior)  |             |
|                                   |                                   | Eventos con 2 niveles: (*) Ídem   | NIVEL 2     |
|                                   |                                   | NIVEL 1 (Tamaño 10% mayor al anterior)  |             |
|                                   |                                   | Eventos con 1 único nivel: (*) Ídem   | ÚNICO NIVEL |

F  
E  
D  
C  
B  
A  
  
J  
I  
H  
G  
F  
E  
D  
C  
B  
A

| CARACTERÍSTICAS DEL EVENTO  |   |                             |
|---|---|-----------------------------|
| <b>3</b>  | <b>Nº HABITANTES POBLACIÓN/ES DE LA LOCALIDAD (*)</b> | <b>POBLACIÓN</b> (X)        |
| <p>(*) Si el evento se desarrolla en varias localidades la población a seleccionar será la suma de todas ellas.</p> | menos de 1.000 hab.                                   |                             |
|   | Entre 1.000 y 5.000 hab.                              |                             |
|   | Entre 5.000 y 10.000 hab.                             |                             |
|   | Entre 10.000 y 15.000 hab.                            |                             |
|   | Entre 15.000 y 25.000 hab.                            |                             |
|   | Entre 25.000 y 50.000 hab.                            |                             |
|   | más de 50.000 hab.                                    |                             |
| <b>4</b>  | <b>DURACIÓN DEL EVENTO (*)</b>                        | <b>DURACIÓN</b> (X)         |
| <p>(*) Si el evento se celebra en varias ciudades el resultado es la suma de la duración de todas ellas.</p>        | 1 día   |                             |
|   | De 2 a 7 días   |                             |
|   | Entre 7 y 15 días                                     |                             |
|   | Entre 15 y 30 días                                    |                             |
|   | De 1 a 3 meses  |                             |
|   | De 3 a 6 meses  |                             |
|   | De 6 a 9 meses  |                             |
|   | De 9 a 12 meses                                       |                             |
| <b>5</b>  | <b>GRADO DE CONSOLIDACIÓN DEL EVENTO</b>              | <b>Nº EDICIÓN</b> (X)       |
|   | 1ª edición  |                             |
|   | Entre la 2ª y la 5ª edición                           |                             |
|   | Entre la 6ª y la 10ª edición                          |                             |
|   | Entre la 11ª y la 20ª edición                         |                             |
|   | Entre la 21ª y la 50ª edición                         |                             |
|   | Entre la 51ª y la 100ª edición                        |                             |
|   | más de la 101ª edición                                |                             |
| <b>6</b>  | <b>PERFIL DE LOS ASISTENTES AL EVENTO</b>             | <b>PERFIL ASISTENTE</b> (X) |
|   | Foro especializado                                    |                             |
|   | Público en general                                    |                             |
|   | Mixto   |                             |

G  
F  
E  
D  
C  
B  
A  
  
H  
G  
F  
E  
D  
C  
B  
A  
  
G  
F  
E  
D  
C  
B  
A  
  
C  
B  
A

| PRESENCIA DEL LOGOTIPO  |  |                                     |  |
|---|--|-------------------------------------|--|
| 7   | <b>EN PRENDAS DE VESTIR</b>  | <b>UBICACIÓN DEL LOGOTIPO</b> (X)   |  |
|   | 1.- Ropa oficial, equipación principal (logo tamaño escudo como mínimo)  | otras ubicaciones                   |  |
|   |  | Zonas preferente (pecho, dorsal...) |  |
|   |  | Único patrocinador (zona prefer.)   |  |
|   | 2.- Otras prendas oficiales secundarias (sudadera, chandal...)   | otras ubicaciones                   |  |
|   |  | Zonas preferente (pecho, dorsal...) |  |
|   |  | Único patrocinador (zona prefer.)   |  |
|   | 3.- Otras prendas  | otras ubicaciones                   |  |
|   |  | Zonas preferente (pecho, dorsal...) |  |
| Único patrocinador (zona prefer.)   |  |                                     |  |
| 8   | <b>EN OTROS SOPORTES (WEB DEL EVENTO, CARTELERÍA, DORSALES, LONAS, ...)</b>  | <b>UBICACIÓN DEL LOGOTIPO</b> (X)   |  |
|   | 4.- ¿Tiene WEB específica el evento y ubica mi logo en la misma? La Web deberá tener una zona específica para patrocinadores | No                                  |  |
|   |  | Sí                                  |  |
|   | 5.- Cartel oficial del evento  | No                                  |  |
|   |  | Sí                                  |  |
|   | 6.- Programa oficial del evento  | No                                  |  |
|   |  | Sí                                  |  |
|   | 7.- Photocall  | No                                  |  |
|   |  | Sí                                  |  |
|   | 8.- Dorsal: en función del espacio que ocupe dentro de la zona dedicada a logotipos.   | Zona patrocinio: presencia de logo. |  |
|   |  | Zona patrocinio: 1/3                |  |
|   |  | Zona patrocinio: 1/2                |  |
|   |  | Zona patrocinio: exclusivo          |  |
|   | 9.- Acreditaciones/¿Aparece el logotipo?   | No                                  |  |
|   |  | Sí                                  |  |
|   | 10.- Podium-Entrega premios o diplomas/¿Aparece el logotipo?   | No                                  |  |
|   |  | Sí                                  |  |
|   | 11.- Roll-Up /¿Aparece el logotipo?  | No                                  |  |
|   |  | Sí                                  |  |
|   | 12.- Lonas publicitarias (tipo cubre vallas de obra; medida de cada lona 3x1, 3m2 aprox.)                                    | 6 lonas (18 m2)                     |  |
|   |  | 8 lonas (24 m2)                     |  |
| 12 lonas (36 m2)  |  |                                     |  |
| 18 lonas (54 m2)  |  |                                     |  |
| 24 lonas (72 m2)  |  |                                     |  |
| 13.- Banderolas Tipo Surf: entre 2 (interior) y 4 (exterior) metros cada una. | 4 banderolas   |                                     |  |
|   | 8 banderolas   |                                     |  |
|   | 10 banderolas  |                                     |  |
|   | 16 banderolas  |                                     |  |
| 14.- Podium Institucional-Arco de Meta-Salida                                 | Zona patrocinio: presencia de logo.  |                                     |  |
|   | Zona patrocinio: 1/3   |                                     |  |
|   | Zona patrocinio: 1/2   |                                     |  |
|   | Zona patrocinio: exclusivo   |                                     |  |
| 15.- Otros soportes 1 (especificar y valorar)                                 | No   |                                     |  |
|   | Sí   |                                     |  |
| 16.- Otros soportes 2 (especificar y valorar)                                 | No   |                                     |  |
|   | Sí   |                                     |  |
| 17.- Otros soportes 3 (especificar y valorar)                                 | No   |                                     |  |
|   | Sí   |                                     |  |
| 18.- Otros soportes 4 (especificar y valorar)                                 | No   |                                     |  |
|   | Sí   |                                     |  |

I  
H  
G  
F  
E  
D  
C  
B  
A  
  
AM  
AL  
AK  
AJ  
AI  
AH  
AG  
AF  
AE  
AD  
AC  
AB  
AA  
Z  
Y  
X  
W  
V  
U  
T  
S  
R  
Q  
P  
O  
N  
M  
L  
K  
J  
I  
H  
G  
F  
E  
D  
C  
B  
A

| GASTOS DEL EVENTO |   |                                |            |
|-------------------|---|--------------------------------|------------|
| <b>9</b>          | <b>GASTOS GENERALES DE ORGANIZACIÓN (*)</b>   | <b>IMPORTE (€)</b>             | <b>(X)</b> |
|                   |   | 1.000 a 2.500                  |            |
|                   |   | 2.500 a 5.000                  |            |
|                   |   | 5.000 a 7.500                  |            |
|                   |   | 7.500 a 10.000                 |            |
|                   |   | 10.000 a 15.000                |            |
|                   |   | 15.000 a 25.000                |            |
|                   |   | 25.000 a 35.000                |            |
|                   |   | 35.000 a 50.000                |            |
|                   |   | 50.000 a 75.000                |            |
|                   |   | De 75.000 a 100.000            |            |
|                   |   | De 100.000 a 150.000           |            |
|                   |   | De 150.000 a 250.000           |            |
|                   |   | De 250.000 a 500.000           |            |
|                   |   | De 500.000 en adelante         |            |
|                   | <i>(*) Seguridad, limpieza, seguros, transportes, montajes, alquiler de equipos, alquiler de instalaciones, papelería, azafat@s, medios humanos,...</i> |                                |            |
|                   |   |                                | N          |
|                   |   |                                | M          |
|                   |   |                                | L          |
|                   |   |                                | K          |
|                   |   |                                | J          |
|                   |   |                                | I          |
|                   |   |                                | H          |
|                   |   |                                | G          |
|                   |   |                                | F          |
|                   |   |                                | E          |
|                   |   |                                | D          |
|                   |   |                                | C          |
|                   |   |                                | B          |
|                   |   |                                | A          |
| <b>10</b>         | <b>GASTOS CONTRATACIÓN DE ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL EVENTO (*)</b>  | <b>IMPORTE (€)</b>             | <b>(X)</b> |
|                   |   | 1.000 a 2.500                  |            |
|                   |   | 2.500 a 5.000                  |            |
|                   |   | 5.000 a 7.500                  |            |
|                   |   | 7.500 a 10.000                 |            |
|                   |   | 10.000 a 15.000                |            |
|                   |   | 15.000 a 25.000                |            |
|                   |   | 25.000 a 35.000                |            |
|                   |   | 35.000 a 50.000                |            |
|                   |   | 50.000 a 75.000                |            |
|                   |   | De 75.000 a 100.000            |            |
|                   |   | De 100.000 a 150.000           |            |
|                   |   | De 150.000 a 250.000           |            |
|                   |   | De 250.000 a 500.000           |            |
|                   |   | De 500.000 en adelante         |            |
|                   | <i>(*) Ponentes, exhibiciones, degustaciones, comidas, vino de honor, otras actividades de reclamo,...</i>  |                                |            |
|                   |   |                                | N          |
|                   |   |                                | M          |
|                   |   |                                | L          |
|                   |   |                                | K          |
|                   |   |                                | J          |
|                   |   |                                | I          |
|                   |   |                                | H          |
|                   |   |                                | G          |
|                   |   |                                | F          |
|                   |   |                                | E          |
|                   |   |                                | D          |
|                   |   |                                | C          |
|                   |   |                                | B          |
|                   |   |                                | A          |
| <b>11</b>         | <b>ASISTENCIA DE PÚBLICO</b>  | <b>Nº ESTIMADO</b>             | <b>(X)</b> |
|                   |   | Entre 25 y 100 personas        |            |
|                   |   | Entre 100 y 500 personas       |            |
|                   |   | Entre 500 y 1000 personas      |            |
|                   |   | Entre 1.000 y 2.000 personas   |            |
|                   |   | Entre 2.000 y 3.000 personas   |            |
|                   |   | Entre 3.000 y 5.000 personas   |            |
|                   |   | Entre 5.000 y 8.000 personas   |            |
|                   |   | Entre 8.000 y 12.000 personas  |            |
|                   |   | Entre 12.000 y 20.000 personas |            |
|                   |   | Entre 20.000 y 30.000 personas |            |
|                   |   | Entre 30.000 y 50.000 personas |            |
|                   |   | Entre 50.000 y 75.000 personas |            |
|                   |   | más de 75.000 personas         |            |
|                   |   |                                | M          |
|                   |   |                                | L          |
|                   |   |                                | K          |
|                   |   |                                | J          |
|                   |   |                                | I          |
|                   |   |                                | H          |
|                   |   |                                | G          |
|                   |   |                                | F          |
|                   |   |                                | E          |
|                   |   |                                | D          |
|                   |   |                                | C          |
|                   |   |                                | B          |
|                   |   |                                | A          |

| <b>BLOQUE 2. PROMOCIÓN DEL EVENTO</b>  |  |                                |   |   |
|--|--|--------------------------------|---|---|
| <b>12</b>  | <b>REDES SOCIALES (Mínimo 150 seguidores por cada red social)</b>  | <b>Nº RR.SS. (X)</b>           |   |   |
|  | <i>Eventos de duración inferior a 1 mes (al menos un post/mes con patrocinio Diputación y etiquetar a Diputación de Badajoz en todas las publicaciones relacionadas con el evento)</i>   | 1 Red Social                   |   | I |
|  |  | 2 Redes Sociales               |   | H |
|  |  | 3 ó más                        |   | G |
|  | <i>Eventos de duración de 1 a 3 meses (al menos un post/mes con patrocinio Diputación y etiquetar a Diputación de Badajoz en todas las publicaciones relacionadas con el evento)</i>     | 1 Red Social                   |   | F |
|  |  | 2 Redes Sociales               |   | E |
|  |  | 3 ó más                        |   | D |
|  | <i>Eventos de duración superior a 3 meses (al menos un post/mes con patrocinio Diputación y etiquetar a Diputación de Badajoz en todas las publicaciones relacionadas con el evento)</i> | 1 Red Social                   |   | C |
|  |  | 2 Redes Sociales               |   | B |
|  |  | 3 ó más                        |   | A |
| <b>13</b>  | <b>COMMUNITY MANAGER (*)</b>   | <b>DURACIÓN DEL EVENTO (X)</b> |   |   |
| <i>(*) Especificar nombre, DNI/CIF y adjuntar factura/nómina correspondiente al mismo.</i> | Eventos inferiores a 1 mes   |                                | C |   |
|  | Eventos entre 1 y 3 meses  |                                | B |   |
|  | Eventos superiores a 3 meses   |                                | A |   |

| 14  | CAMPAÑA PUBLICITARIA EN MEDIOS (Medios Regionales) | IMPORTE (€) | (X) |    |
|---|--|-------------|-----|----|
| Campaña para TV Regional: Promoción del evento <b>SIN</b> presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz   | Entre 750 y 1.000                                  |             |     | AV |
|   | Entre 1.000 y 5.000                                |             |     | AU |
|   | Entre 5.000 y 15.000                               |             |     | AT |
|   | Entre 15.000 y 30.000                              |             |     | AS |
|   | Entre 30.000 y 60.000                              |             |     | AR |
|   | 60.000 o más                                       |             |     | AQ |
| Campaña para TV Regional: Promoción del evento <b>CON</b> presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz   | Entre 750 y 1.000                                  |             |     | AP |
|   | Entre 1.000 y 5.000                                |             |     | AO |
|   | Entre 5.000 y 15.000                               |             |     | AN |
|   | Entre 15.000 y 30.000                              |             |     | AM |
|   | Entre 30.000 y 60.000                              |             |     | AL |
|   | 60.000 o más                                       |             |     | AK |
| Campaña en PRENSA Regional: Promoción del evento <b>SIN</b> presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz                                       | Entre 750 y 1.000                                  |             |     | AJ |
|   | Entre 1.000 y 5.000                                |             |     | AI |
|   | Entre 5.000 y 15.000                               |             |     | AH |
|   | Entre 15.000 y 30.000                              |             |     | AG |
|   | Entre 30.000 y 60.000                              |             |     | AF |
|   | 60.000 o más                                       |             |     | AE |
| Campaña en PRENSA Regional: Promoción del evento <b>CON</b> presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz   | Entre 750 y 1.000                                  |             |     | AD |
|   | Entre 1.000 y 5.000                                |             |     | AC |
|   | Entre 5.000 y 15.000                               |             |     | AB |
|   | Entre 15.000 y 30.000                              |             |     | AA |
|   | Entre 30.000 y 60.000                              |             |     | Z  |
|   | 60.000 o más                                       |             |     | Y  |
| Campaña en RADIO Regional: Promoción del evento <b>SIN</b> presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz  | Entre 750 y 1.000                                  |             |     | X  |
|   | Entre 1.000 y 5.000                                |             |     | W  |
|   | Entre 5.000 y 15.000                               |             |     | V  |
|   | Entre 15.000 y 30.000                              |             |     | U  |
|   | Entre 30.000 y 60.000                              |             |     | T  |
|   | 60.000 o más                                       |             |     | S  |
| Campaña en RADIO Regional: Promoción del evento <b>CON</b> presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz  | Entre 750 y 1.000                                  |             |     | R  |
|   | Entre 1.000 y 5.000                                |             |     | Q  |
|   | Entre 5.000 y 15.000                               |             |     | P  |
|   | Entre 15.000 y 30.000                              |             |     | O  |
|   | Entre 30.000 y 60.000                              |             |     | N  |
|   | 60.000 o más                                       |             |     | M  |
| Publicidad Exterior (vallas, banderolas, Mupis, marquesinas,...): Promoción del evento <b>SIN</b> presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz | Entre 750 y 1.000                                  |             |     | L  |
|   | Entre 1.000 y 5.000                                |             |     | K  |
|   | Entre 5.000 y 15.000                               |             |     | J  |
|   | Entre 15.000 y 30.000                              |             |     | I  |
|   | Entre 30.000 y 60.000                              |             |     | H  |
|   | 60.000 o más                                       |             |     | G  |
| Publicidad Exterior (vallas, banderolas, Mupis, marquesinas,...): Promoción del evento <b>CON</b> presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz     | Entre 750 y 1.000                                  |             |     | F  |
|   | Entre 1.000 y 5.000                                |             |     | E  |
|   | Entre 5.000 y 15.000                               |             |     | D  |
|   | Entre 15.000 y 30.000                              |             |     | C  |
|   | Entre 30.000 y 60.000                              |             |     | B  |
|   | 60.000 o más                                       |             |     | A  |

| 15  | CAMPAÑA PUBLICITARIA EN MEDIOS (Medios locales y comarcales) | IMPORTE (€) | (X) |
|---|--|-------------|-----|
| Campaña para TV local y/o comarcal: Promoción del evento <b>SIN</b> presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz         | Entre 0 y 500  |             | X   |
|   | Entre 500 y 1.500  |             | W   |
|   | 1.500 en adelante  |             | V   |
| Campaña para TV local y/o comarcal: Promoción del evento <b>CON</b> presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz             | Entre 0 y 500  |             | U   |
|   | Entre 500 y 1.500  |             | T   |
|   | 1.500 en adelante  |             | S   |
| Campaña en PRENSA local y/o comarcal: Promoción del evento <b>SIN</b> presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz       | Entre 0 y 500  |             | R   |
|   | Entre 500 y 1.500  |             | Q   |
|   | 1.500 en adelante  |             | P   |
| Campaña en PRENSA local y/o comarcal: Promoción del evento <b>CON</b> presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz           | Entre 0 y 500  |             | O   |
|   | Entre 500 y 1.500  |             | N   |
|   | 1.500 en adelante  |             | M   |
| Campaña en RADIO local y/o comarcal: Promoción del evento <b>SIN</b> presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz        | Entre 0 y 500  |             | L   |
|   | Entre 500 y 1.500  |             | K   |
|   | 1.500 en adelante  |             | J   |
| Campaña en RADIO local y/o comarcal: Promoción del evento <b>CON</b> presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz            | Entre 0 y 500  |             | I   |
|   | Entre 500 y 1.500  |             | H   |
|   | 1.500 en adelante  |             | G   |
| Otras acciones publicitarias (especificar): Promoción del evento <b>SIN</b> presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz | Entre 0 y 500  |             | F   |
|   | Entre 500 y 1.500  |             | E   |
|   | 1.500 en adelante  |             | D   |
| Otras acciones publicitarias (especificar): Promoción del evento <b>CON</b> presencia de logotipo o mención a Diputación de Badajoz     | Entre 0 y 500  |             | C   |
|   | Entre 500 y 1.500  |             | B   |
|   | 1.500 en adelante  |             | A   |



| 16  | NOTICIAS PUBLICADAS EN PRENSA (*) | IMPORTE (€) | (X) |   |
|---|-----------------------------------|-------------|-----|---|
| <p><b>SIN</b> presencia de logotipo o sin mención a Diputación de Badajoz:<br/><i>(*) Solo valorable para eventos que se encuentren en su 2ª o posteriores ediciones dado que la base de valoración será el dossier de prensa de la edición anterior. Para su justificación, el correspondiente dossier de prensa deberá incluir: 1) Medios digitales (enlace y pantallazo de la noticia); 2) Prensa en papel (fotocopia de la página, fecha y medio); 3) Radio (enlace con la noticia, especificar emisora, fecha de emisión y franja horaria); 4) Otros medios (justificar con imagen/audio).</i></p> | Entre 1 y 10 noticias             |             |     | N |
|   | Entre 10 y 20 noticias            |             |     | M |
|   | Entre 20 y 30 noticias            |             |     | L |
|   | Entre 30 y 40 noticias            |             |     | K |
|   | Entre 40 y 50 noticias            |             |     | J |
|   | Entre 50 y 80 noticias            |             |     | I |
|   | más de 80 noticias                |             |     | H |
|   | Entre 1 y 10 noticias             |             |     | G |
|   | Entre 10 y 20 noticias            |             |     | F |
|   | Entre 20 y 30 noticias            |             |     | E |
|   | Entre 30 y 40 noticias            |             |     | D |
|   | Entre 40 y 50 noticias            |             |     | C |
|   | Entre 50 y 80 noticias            |             |     | B |
|   | más de 80 noticias                |             |     | A |

| <b>B3 BLOQUE 3. PRESENCIA EN ACTOS INSTITUCIONALES</b> |   |   |            |
|--|---|---|------------|
| <b>17</b>  | <b>RUEDA DE PRENSA PRESENTACIÓN DEL EVENTO (*)</b>  | <b>PRESENCIA</b>                            | <b>(X)</b> |
|  | <i>(*) Además de la presencia, la noticia deberá ser difundida en los medios de comunicación y/o RR.SS.</i> | No  |            |
|  |   | Sí  |            |
|  |   | Sí y además mención/intervención Diputación |            |
| <b>18</b>  | <b>INAUGURACIÓN INSTITUCIONAL (*)</b>   | <b>PRESENCIA</b>                            | <b>(X)</b> |
|  | <i>(*) Además de la presencia, la noticia deberá ser difundida en los medios de comunicación y/o RR.SS.</i> | No  |            |
|  |   | Sí  |            |
|  |   | Sí y además mención/intervención Diputación |            |
| <b>19</b>  | <b>ENTREGA DE PREMIOS (*)</b>   | <b>PRESENCIA</b>                            | <b>(X)</b> |
|  | <i>(*) Además de la presencia, la noticia deberá ser difundida en los medios de comunicación y/o RR.SS.</i> | No  |            |
|  |   | Sí  |            |
|  |   | Sí y además mención/intervención Diputación |            |
| <b>20</b>  | <b>OTROS ACTOS INSTITUCIONALES 2. ESPECIFICAR. (*)</b>  | <b>PRESENCIA</b>                            | <b>(X)</b> |
|  | <i>(*) Además de la presencia, la noticia deberá ser difundida en los medios de comunicación y/o RR.SS.</i> | No  |            |
|  |   | Sí  |            |
|  |   | Sí y además mención/intervención Diputación |            |

C

B

A

C

B

A

C

B

A

C

B

A

*Anexo III. Informe – Propuesta de Patrocinio (Validación).*

| <b>Modelo Anexo III<br/>INFORME PROPUESTA- CONTRATO PATROCINIO</b> |  |              |
|--|--|--------------|
| <b>ÁREA- DELEGACIÓN</b>  |  | <b>N.º</b>   |
| <b>UNIDAD ADMINISTRATIVA</b>                                       |  | <b>FECHA</b> |

De conformidad con las Bases de Ejecución del Presupuesto General de la Diputación, que establece que todo gasto se inicia a propuesta y con la aprobación de los respectivos Centros Gestores, siendo la **Autorización** el acto administrativo que inicia el procedimiento de ejecución del gasto, en virtud del cual se acuerda la realización de uno determinados

**SE PROPONE:**

1.- La apertura del expediente y su tramitación, como contrato, según el siguiente detalle:

**TIPO DE PROPUESTA:**

|  |
|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> <b>NO INVENTARIABLES</b> |
|--|

|   |   |
|---|---|
| <b>Objeto y descripción detallada:</b>  |   |
| <b>Justificación (necesidad):</b>       |   |
| <b>Tipo de contrato:</b>                | <b>PATROCINIO</b>                             |
| <b>Centro Gestor:</b>                   | <b>Persona responsable del contrato:</b>      |
| <b>Proyecto:</b>                        | <b>Código de Proyecto:</b>                    |
| <b>Gasto con financiación afectada:</b> | <b>Cofinanciado por (indicar porcentaje):</b> |

|  |  |                              |                                |        |
|--|--|------------------------------|--------------------------------|--------|
|  |  | FSE <input type="checkbox"/> | FEDER <input type="checkbox"/> | OTROS: |
|--|--|------------------------------|--------------------------------|--------|

En relación al contrato que se tramita, y sin perjuicio de fiscalización posterior, se informa que:

- 1) Conforme al artículo 36 de la Ley de Bases de Régimen Local, el servicio que se deriva del mismo es competencia provincial.
- 2) El presente contrato es necesario para el cumplimiento y realización de sus fines institucionales, según lo dispuesto en el art. 28.1 de la LCSP.
- 3) Conforme al artículo 102.3 de la LCSP, el precio de licitación se corresponde al precio de mercado, teniendo en cuenta tanto la propuesta presentada por el interesado (Anexo I) como los importes fijados en base al Plan de Patrocinios de la Diputación de Badajoz aprobado por el Ilmo. Sr. Presidente de la Diputación de Badajoz.
- 4) Conforme al artículo 118.3 de la LCSP no se está alterando el objeto del contrato para evitar la aplicación de las reglas generales de la contratación ni existe fraccionamiento de contrato.
- 5) El adjudicatario propuesto cuenta, en su caso, con capacidad de obrar y con habilitación profesional suficiente para realizar la prestación. Además, en el caso de que la tramitación sea a través de contrato menor, en el presente ejercicio presupuestario no ha resultado adjudicatario (con la Administración contratante) de otros contratos menores, relativos a prestaciones "*sustancialmente coincidentes*" de 15.000 € IVA no incluidos (sin computar a estos efectos los contratos menores licitados electrónicamente ni aquellos que sólo puedan encomendarse a dicho empresario por razones técnicas o artísticas).

Vista la memoria descriptiva, así como el resto de información complementaria relativa a la actividad a desarrollar y cuyo patrocinio se solicita, se establece para el contrato a formalizar entre las partes un importe de \_\_\_\_\_ euros (IVA incluido).

Asimismo, como consecuencia de la valoración del retorno publicitario ofertado y una vez aplicados los valores estimados en base a la tabla de precios que resulte de aplicación dentro del año de que se trate, el valor económico estimado para las acciones publicitarias propuestas será el siguiente:

## RESUMEN VALORACIÓN DEL PATROCINIO

|     | VALORACIÓN PATROCINIOS                  | IMPORTE PATROCINIO |
|-----|---|--------------------|
| B.1 | RANGO                                   | 0,00               |
|     | CARACTERÍSTICAS                         | 0,00               |
|     | PRESENCIA DE LOGOTIPO                   | 0,00               |
|     | GASTOS                                  | 0,00               |
|     | ASISTENCIA                              | 0,00               |
|     | <b>TOTAL B.1. DEL EVENTO</b>            | <b>0,00</b>        |
| B.2 | RRSS                                    | 0,00               |
|     | PUBLICIDAD EN MEDIOS (regional)         | 0,00               |
|     | PUBLICIDAD EN MEDIOS (local y comarcal) | 0,00               |
|     | NOTICIAS                                | 0,00               |
|     | <b>TOTAL B.2. PROMOCIÓN</b>             | <b>0,00</b>        |
| B.3 | ACTOS INSTITUCIONALES                   | 0,00               |
|     | <b>TOTAL B.3. ACTOS INSTITUCIONALES</b> | <b>0,00</b>        |
|     | TOTAL B.1+B.2+B.3                       | <b>0,00</b>        |
|     | IVA                                     | <b>0,00</b>        |
|     | <b>TOTAL PATROCINIO</b>                 | <b>0,00 €</b>      |

En consecuencia, el precio a establecer para el presente contrato de patrocinio será el importe menor entre la valoración económica de las actuaciones publicitarias propuestas y el importe determinado por la Diputación como aquel necesario para satisfacer adecuadamente sus necesidades.

2.- La aprobación del gasto correspondiente, conforme a lo establecido en el art. 118.1 LCSP:

| Aplicación Presupuestaria | Anualidad | Importe total (IVA incluido) |
|---------------------------|-----------|------------------------------|
| / /                       |           | €                            |
| / /                       |           | €                            |
| <b>IMPORTE TOTAL</b>      | -----     | €                            |

3.- Efectuar la correspondiente certificación de **EXISTENCIA DE CRÉDITO** (se adjunta RC n.º ): ):

4.- La adjudicación:

|                       |
|-----------------------|
| <b>Adjudicatario:</b> |
| <b>N.I.F./C.I.F.:</b> |

En Badajoz, a            de            de

|   |
|---|
| <b>EL PROPONENTE ( Jefe de Servicio o Responsable Adm.)</b> |
|   |
| Fdo.  |

**En caso de importe no superior a 3.000€ (IVA no incluido):**

Vista la propuesta anterior y, en virtud de las atribuciones conferidas por la legislación vigente, las Bases de Ejecución y Decreto de Delegación, dicto **RESOLUCIÓN APROBANDO EL GASTO Y ADJUDICANDO LA CONTRATACIÓN.**

Practíquense las notificaciones oportunas.

**En caso de importe superior a 3.000 € (IVA no incluido):**

Vista la propuesta anterior y, en virtud de las atribuciones conferidas por la legislación vigente, las Bases de Ejecución y Decreto de Delegación, **apruebo la presente propuesta de gasto.** Elévese al Servicio de Contratación para su tramitación y adjudicación por el órgano competente.

**EL DIPUTADO DEL ÁREA;** conforme a las bases de ejecución:

**Fdo.:**  
**(Decreto de Delegación 10/04/2024- B.O.P 11/04/2024)**

*Anexo IV "Contrato de Patrocinio".*

**ANEXO IV  
CONTRATO DE PATROCINIO**

**FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO**

|                               |                   |         |  |
|-------------------------------|-------------------|---------|--|
| MODALIDAD DE CONTRATO         | <b>PRIVADO</b>    |         |  |
| CLASE DE CONTRATO             | <b>PATROCINIO</b> |         |  |
| ADMINISTRACIÓN CONTRATANTE    |                   |         |  |
| ÁREA/SERVICIO DESTINATARIO    |                   |         |  |
| OBJETO DEL CONTRATO           |                   |         |  |
| FECHA DE ADJUDICACIÓN         |                   |         |  |
| ENTIDAD PATROCINADA           |                   | NIF/CIF |  |
| PRECIO ADJUDICACIÓN (SIN IVA) |                   |         |  |
| I.V.A                         |                   |         |  |



En Badajoz, a            de                            de            .

### **REUNIDOS**

De un parte, D. \_\_\_\_\_, en nombre y representación de la Administración contratante, en su calidad de Diputado Delegado de \_\_\_\_\_, hallándose expresamente autorizado para este otorgamiento por delegación del Ilmo. Sr. Presidente y, en uso de las facultades que le confiere la Disposición Adicional Segunda de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (LCSP).

De otra parte, D. \_\_\_\_\_, mayor de edad, con D.N.I. \_\_\_\_\_, actuando en nombre y representación de la empresa \_\_\_\_\_, con domicilio en \_\_\_\_\_ y con facultades para este acto.

Ambas partes se reconocen competencia y capacidad, respectivamente, para formalizar el presente contrato, en atención a las siguientes,

### **CLÁUSULAS**

#### **Primera.- Objeto del contrato.**

El presente contrato tiene por objeto la contratación referenciada en la cabecera del documento.

#### **Segunda.- Precio.**

El precio total del contrato se fija en:

- Precio: \_\_\_\_\_ euros.
- I.V.A.: \_\_\_\_\_ euros.

#### **Tercera.- Duración del contrato.**

La duración del contrato será de \_\_\_\_\_, a contar a partir del día siguiente a la formalización del correspondiente contrato.

#### **Cuarta.- Pago y facturación.**

El pago del precio se realizará contra la presentación de las correspondientes facturas, que deberá efectuarse de conformidad con lo establecido en el Reglamento del Registro Provincial de Facturas. De esta forma, existirá obligación de presentar factura electrónica cuando el ad-

judicatario tenga la consideración de sociedad, persona jurídica, extranjero, U.T.E., o agrupación de interés económico. En cambio, el adjudicatario quedará exento de la obligación de facturar electrónicamente cuando se trate de autónomo o profesional individual (aunque en este caso se permitirá la facturación electrónica si lo estima oportuno el adjudicatario).

La factura electrónica se presentará a través del Portal Web del Punto General de Entrada de Facturas de la Administración General del Estado (FACE), como ventanilla electrónica única de entrada de todas las facturas electrónicas dirigidas a la entidad contratante. La factura electrónica deberá cumplir los siguientes requisitos:

- Estar firmadas electrónicamente por un certificado electrónico reconocido.
- Incorporar tanto el número del expediente de contratación como el número del expediente de gasto.
- Incorporar la información del destinatario, especificando los siguientes campos:

| OFICINA CONTABLE | ÓRGANO GESTOR | UNIDAD TRAMITADORA |
|------------------|---------------|--------------------|
|                  |               |                    |

Los abonos de las facturas se realizarán mediante transferencia bancaria a la cuenta que el adjudicatario designe expresamente.

El precio del contrato se hará efectivo contra factura, una vez revisada y aprobada la memoria justificativa de cada actuación. Dicha/s factura/s se emitirá tras la finalización de todas las acciones objeto del presente contrato. Junto a dicha/s factura/s se deberá presentar un informe y memoria gráfica acreditativa de la ejecución de las actuaciones patrocinadas (se incluirán fotografías, dípticos, cartelera, documentos sonoros o de video, etc.) y de las actividades de promoción, es decir, la contraprestación a dicho patrocinio, la acreditación del retorno publicitario.

No obstante, a efectos de ejecución y facturación, en su caso, se tendrán en cuenta que, en el caso de que el adjudicatario del patrocinio no haya cumplido con exactitud las prestaciones previstas y tampoco pueda justificar otra serie de prestaciones similares según la cláusula siguiente, a la hora de abonar el importe del contrato, deberán deducirse los importes correspondientes a los servicios/prestaciones no realizados.

#### **Quinta.- Modificación.**

De conformidad con lo establecido en los artículo 203 y ss. De la LCSP, podrá acordarse la modificación del contrato en los supuesto expresamente previsto en el precepto 205, y además en el siguiente supuesto:

- Que el adjudicatario del patrocinio no haya cumplido su compromiso exactamente con las prestaciones/servicios incluidos en el Anexo II, podrá sustituirlos por otros, previa conformidad del centro gestor del contrato sin modificar el importe del mismo, todo ello de conformidad con los importes fijados en las Normas General del I Plan de Patrocinios de la Diputación Provincial de Badajoz, aprobado por el Ilmo. Sr. Presidente.

**Sexta.- Normativa aplicable.**

Para lo no previsto en este contrato se estará a lo establecido en los Pliegos, y para lo no previsto en ellos serán de aplicación la Ley 9/20147, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014; el Real Decreto 817/2009, de 8 de mayor, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 30/2007, de 30 de octubre, de Contrato del Sector Público; y por el Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento General de la ley de Contratos de las Administraciones Públicas (RGLCAP). Asimismo se regirá por las demás normas de derecho administrativo o privado que le sean de aplicación.

**Séptima.- Cuestiones litigiosas. Recursos.**

Para cuantas cuestiones y litigios que puedan derivarse del cumplimiento, efectos y extinción de este contrato, las partes se someten a la jurisdicción civil de los Tribunales de Badajoz, con renuncia expresa de cualquier otro fuero y domicilio que en Derecho pudiera corresponderles. No obstante, se considerarán actos jurídicos separables los que se dicten en relación con la preparación y adjudicación del contrato, y en consecuencia podrán ser impugnados ante el orden jurisdiccional contencioso-administrativo.

Para la debida constancia de todo lo convenido, y en prueba de conformidad, se firma este contrato en duplicado ejemplar, en el lugar y fecha ut supra , dando fe del mismo el Secretario General de la Corporación.

**EL DIPUTADO DELEGADO DE**

**Por el ADJUDICATARIO**

**Fdo.:**

**Fdo.:**

**Doy Fe,  
EL SECRETARIO GENERAL**

**Fdo.:**

## ANEXO V

### **MODELO DE DECLARACIÓN DE AUSENCIA DE CONFLICTO DE INTERÉS (DACI) DE LA DIPUTACIÓN DE BADAJOZ, PARA LOS ÓRGANOS INTERNOS**

Contrato de patrocinio \_\_\_\_\_ Expediente N.º \_\_\_\_\_

Al objeto de garantizar la imparcialidad en el procedimiento de contratación arriba referenciada, el abajo firmante, como participante en el proceso de preparación, gestión, tramitación, ejecución y/o control del Expediente, declara:

Primero. Que está informado de lo siguiente:

1. Que el artículo 61.3 «Conflicto de intereses», del Reglamento (UE, Euratom) 2018/1046 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de julio (Reglamento financiero de la UE) establece que «existirá conflicto de intereses cuando el ejercicio imparcial y objetivo de las funciones se vea comprometido por razones familiares, afectivas, de afinidad política o nacional, de interés económico o por cualquier motivo directo o indirecto de interés personal.»
2. Que el artículo 64 «Lucha contra la corrupción y prevención de los conflictos de intereses» de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, tiene el fin de evitar cualquier distorsión de la competencia y garantizar la transparencia en el procedimiento y asegurar la igualdad de trato a todos los candidatos y licitadores.
3. Que el artículo 23 «Abstención», de la Ley 40/2015, de 1 octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, establece que deberán abstenerse de intervenir en el procedimiento «las autoridades y el personal al servicio de las Administraciones en quienes se den algunas de las circunstancias señaladas en el apartado siguiente», siendo éstas:
  - Tener interés personal en el asunto de que se trate o en otro en cuya resolución pudiera influir la de aquél; ser administrador de sociedad o entidad interesada, o tener cuestión litigiosa pendiente con algún interesado.
  - Tener un vínculo matrimonial o situación de hecho asimilable y el parentesco de consanguinidad dentro del cuarto grado o de afinidad dentro del segundo, con cualquiera de los interesados, con los administradores de entidades o sociedades interesadas y también con los asesores, representantes legales o mandatarios que intervengan en el procedimiento, así como compartir despacho profesional o estar asociado con éstos para el asesoramiento, la representación o el mandato.
  - Tener amistad íntima o enemistad manifiesta con alguna de las personas mencionadas en el apartado anterior.
  - Haber intervenido como perito o como testigo en el procedimiento de que se trate.
  - Tener relación de servicio con persona natural o jurídica interesada directamente en el asunto, o haberle prestado en los dos últimos años servicios profesionales de cualquier tipo y en cualquier circunstancia o lugar.

Segundo. Que no se encuentra incurso en ninguna situación que pueda calificarse de conflicto de intereses de las indicadas en el artículo 61.3 del Reglamento Financiero de la UE y que no concurre en su/s persona/s ninguna causa de abstención del artículo 23.2 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público que pueda afectar al procedimiento de licitación/ concesión

Tercero. Que se compromete a poner en conocimiento del órgano de contratación y/o de sus responsables, sin dilación, cualquier situación de conflicto de intereses o causa de abstención que dé o pudiera dar lugar a dicho escenario.

Cuarto. Que conoce que, una declaración de ausencia de conflicto de intereses que se demuestre que sea falsa, acarreará las consecuencias disciplinarias/administrativas/judiciales que establezca la normativa de aplicación.

Lugar y fecha de firma