



Administración Local

NÚMERO 2026004847

**DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE GRANADA**

FONDOS EUROPEOS, DESARROLLO, INDUSTRIA, EMPLEO Y PORTAVOCÍA ADJUNTA

## CONVOCATORIA DEL PLAN DE PATROCINIOS 2026 DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE GRANADA PARA PROYECTOS Y/O EVENTOS ORGANIZADOS POR ENTIDADES PRIVADAS SUSCEPTIBLES DE GENERAR RETORNO PUBLICITARIO A LA MARCA "SABOR GRANADA"

*CONVOCATORIA DEL PLAN DE PATROCINIOS 2026 DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE GRANADA PARA PROYECTOS Y/O EVENTOS ORGANIZADOS POR ENTIDADES PRIVADAS SUSCEPTIBLES DE GENERAR RETORNO PUBLICITARIO A LA MARCA "SABOR GRANADA"*

En cumplimiento de Resolución de Presidencia, con asistencia de la Junta de Gobierno, nº 12 de fecha 2 de febrero de 2026, se publica la presente convocatoria del Plan de Patrocinios 2026 de la Diputación Provincial de Granada para proyectos y/o eventos organizados por entidades privadas susceptibles de generar retorno publicitario a la marca "Sabor Granada".

### 1.- OBJETO DE LA CONVOCATORIA

El objeto de las presentes bases es establecer las normas reguladoras, el procedimiento y los requisitos que han de regir el proceso de selección de **eventos que se ejecuten en el ámbito territorial de la provincia de Granada susceptibles de generar publicidad y notoriedad a la marca "SABOR GRANADA", así como un retorno publicitario a dicha marca. En casos debidamente justificados, podrá extenderse el ámbito territorial de ejecución al ámbito nacional e incluso internacional.**

### 2.- ÁMBITO OBJETIVO

#### Tipos de actuación de los eventos susceptibles de selección

Los eventos a que se dirige esta convocatoria se enmarcan en **cuatro (4) tipos de actuación diferenciadas**, debiendo tener los mismos capacidad para **generar retorno publicitario a la marca "SABOR GRANADA"**.

La presente convocatoria se articula en **cuatro (4) TIPOS DE EVENTOS:**

- 1. Eventos culturales/sociales** susceptibles de generar retorno publicitario a la marca "SABOR GRANADA".
- 2. Eventos deportivos** susceptibles de generar retorno publicitario a la marca "SABOR GRANADA".
- 3. Eventos de negocios/científicos/académicos** susceptibles de generar retorno publicitario a la marca "SABOR GRANADA".
- 4. Eventos gastronómicos** susceptibles de generar retorno publicitario a la marca "SABOR GRANADA".

#### Requisitos de los eventos susceptibles de selección

Para que sean admitidos los eventos en la presente convocatoria deben estar sujetos al cumplimiento de los siguientes requisitos de **carácter acumulativo:**

- a) Que se incardinan en cualquiera de los tipos de actuación indicadas en la **Base núm. 4.1.**

- b) Que sean **eventos presenciales** que generen repercusión mediática.
- c) Que generen un **retorno publicitario**. El ROI (*Return on Investment*, o Retorno sobre la Inversión) de un patrocinio es una métrica estándar utilizada para evaluar la efectividad de la inversión realizada en un acuerdo de patrocinio. En términos sencillos, el ROI de un patrocinio mide el retorno económico que se obtiene en comparación con lo invertido, considerando tanto los beneficios tangibles como intangibles generados por esa inversión. **En cualquier caso, el ROI del patrocinio debe ser positivo, siendo motivo de exclusión aquellos proyectos con ROI inferior a 0%**
- d) Que contribuyan a la estrategia y objetivos de **promoción de la Marca Sabor Granada**.
- e) Cuando haya que acudir al procedimiento negociado sin publicidad, la entidad solicitante deberá estar en disposición de aportar la **documentación acreditativa de que concurren en ella los derechos exclusivos para la organización del evento/proyecto** que plantea y que, en consecuencia, no existe otra entidad capaz de llevarlo a cabo.
- f) Que **fomenten el consumo y la comercialización de productos locales de la marca “SABOR GRANADA”**, de la provincia de Granada. Cuando la actividad patrocina incluya promociones gastronómicas en cualquier formato, deberán realizarse exclusivamente con productos de la marca Sabor Granada, salvo excepciones debidamente justificadas.
- g) Que implanten **protocolos de aforo y de seguridad** para eventos celebrados en espacios físicos abiertos o cerrados, disponiendo, en su caso, del preceptivo Plan de seguridad, en los términos del artículo 10 del Reglamento de actividades clasificadas y espectáculos públicos, aprobado por Decreto 86/2013, de 1 de agosto, así como cumpliendo el resto de normativa de seguridad aplicable.
- h) Que se esté en disposición en el momento de celebración del evento de un **seguro de responsabilidad civil profesional** adecuado atendiendo al público estimado asistente, el tipo de recinto en el que se celebre el evento, los equipos y bienes materiales que vayan a manejarse o el riesgo que entrañe la actividad que vaya a realizarse.
- i) Que **no fomenten**, de ningún modo, el consumo de **bebidas alcohólicas** en la infancia y adolescencia.
- j) Se han de cumplir con las **obligaciones medioambientales, sociales y laborales** establecidas en el derecho de la Unión Europea, el derecho nacional, los convenios colectivos o las disposiciones de derecho internacional medioambiental, social y laboral que vinculen al Estado.
- k) Igualmente, se deberá implementar **medidas de igualdad de género**, en los términos que le sean exigibles por la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, así como por el resto de normativa aplicable.
- l) **Uso de la imagen y marca Sabor Granada**: Todos los eventos patrocinados deberán usar la marca y la imagen de Sabor Granada en los distintos soportes y materiales publicitarios que se produzcan para dichos eventos. En el caso de promociones gastronómicas, la Diputación de Granada podrá poner a disposición del Patrocinado, elementos necesarios para la promoción, como mantelería, menaje, etc, teniendo esta aportación la consideración de contraprestación en especie.
- m) Para que el evento presentado al procedimiento de referencia pueda ser seleccionado, la solicitud habrá de alcanzar la **cifra mínima de cincuenta (50) puntos** del total de los criterios de valoración establecidos en la Base 11.2.

### Exclusiones de carácter objetivo

Quedan expresamente excluidos los siguientes eventos:

a) Los eventos que no se ajusten a la definición de evento anteriormente señalado en la Base núm. 4.1. y no cumplan las condiciones o requisitos previos y de carácter acumulativo indicados en la Base núm. 4.2 de la presente convocatoria.

Igualmente, resultarán excluidos los eventos que, aun adecuándose a las definiciones de estos conceptos, no cumplieran con alguna o todas las condiciones o requisitos previos o acumulativos descritos.

b) Los eventos respecto a los que en la fase de justificación de la última convocatoria relacionada con el patrocinio de eventos impulsada por la Diputación de Granada, no se hubiera justificado en tiempo y forma de manera suficiente, incumpliendo con las obligaciones propias derivadas del contrato de patrocinio.

### 3.- ÁMBITO SUBJETIVO

Podrán presentarse a la presente convocatoria las entidades privadas que organicen y celebren eventos enmarcados en la definición anteriormente señalada y en las líneas de actuación establecidas en la presente convocatoria, sin perjuicio del cumplimiento de las condiciones o requisitos de carácter acumulativo.

La entidad solicitante deberá dedicarse a una actividad ajena a la publicitaria, no pudiendo ser un profesional de la publicidad (agencia publicitaria, creativo, medio de publicidad).

### 4.- ÁMBITO TERRITORIAL DE EJECUCIÓN DE LOS EVENTOS

El ámbito territorial se extiende a la **provincia de Granada**, pudiendo ser seleccionados y objeto de patrocinio aquellos eventos que se celebren preferentemente en la provincia de Granada. En casos debidamente justificados, podrá extenderse el ámbito territorial de ejecución al ámbito nacional e incluso internacional.

### 5.- SOLICITUD: PLAZO DE PRESENTACIÓN

El **plazo para la presentación de las solicitudes de patrocinio** permanecerá abierto desde el día siguiente de la publicación de esta convocatoria en el BOP, hasta agotar la dotación económica y, o hasta el 31 de octubre de 2026.

Las entidades tendrán que presentar toda la documentación necesaria para su tramitación con **un mínimo de 60 días naturales de antelación a la fecha de inicio del evento**. La tramitación de las solicitudes se realizará por orden de entrada en el registro.

### 6.- ÁMBITO TEMPORAL DE CELEBRACIÓN DE LOS EVENTOS

El plazo de ejecución de los eventos que se presenten a esta convocatoria para la selección de eventos susceptibles de formalizarse en contrato de patrocinio abarcará hasta el 31 de diciembre de 2026.

Los eventos celebrados fuera del marco de estas fechas se excluirán de la presente convocatoria.

### 7.- PRESUPUESTO DE LA CONVOCATORIA

La dotación presupuestaria destinada a esta convocatoria ascenderá al importe de **1.000.000,00 € (Un millón de euros)**, que podrá ser susceptible de ampliación mediante resolución emitida al efecto.

La presente convocatoria se financiará con cargo a los créditos presupuestarios destinados a este fin en el Presupuesto General de la Diputación de Granada correspondiente al **ejercicio 2026 Aplicación Presupuestaria 232 43912 22602 Sabor Granada, Ferias y Eventos Agroalimentarios**.

En todo caso, la selección de proyectos y/o eventos susceptibles de patrocinio se somete a la condición suspensiva de existencia de crédito adecuado y suficiente para financiar las obligaciones derivadas de la presente convocatoria en el ejercicio que establece esta convocatoria.

### 8.- IMPORTE DEL PATROCINIO

#### Importe máximo de financiación en función de la Proyección del Evento.

Con el objetivo de optimizar los recursos existentes, se establecen unos **importes máximos de financiación del patrocinio (incluidos los impuestos)**, en función de la PROYECCIÓN DEL EVENTO y siempre y cuando cumplan con los requisitos previstos en la presente convocatoria:

<b>1º PROYECCIÓN LOCAL</b>	<b>Hasta 18.000,00 euros</b>
<b>2º PROYECCIÓN PROVINCIAL</b>	<b>Hasta 60.000,00 euros</b>
<b>3º PROYECCIÓN NACIONAL</b>	<b>Hasta 180.000,00 euros</b>
<b>4º PROYECCIÓN INTERNACIONAL</b>	<b>Hasta 363.000,00 euros</b>

En los eventos de proyección nacional e internacional, el importe máximo establecido podrá superarse en casos debidamente justificados, siempre y cuando la disponibilidad presupuestaria lo permita.

La **consideración de un evento como Local, Provincial, Nacional o Internacional deberá ser debidamente justificado en la solicitud por parte del patrocinado.**

La Comisión Técnica de Valoración se reserva la facultad de modificar el tipo de evento como de ámbito local, nacional o internacional, en caso de que la documentación presentada resulte insuficiente para justificar la proyección declarada inicialmente por el solicitante.

## **9.- CRITERIOS DE VALORACIÓN**

Las solicitudes presentadas se evaluarán de acuerdo con los siguientes **CRITERIOS DE VALORACIÓN:**

**CRITERIOS DE VALORACIÓN (100 puntos)**

<b>CRITERIOS</b>	<b>SUBCRITERIOS</b>	<b>DETALLE</b>	<b>PUNTUACIÓN MÁXIMA</b>
<b>A. CRITERIOS DE VALORACIÓN SUBJETIVA</b>			<b>Hasta 41 puntos</b>
<b>A.1. Descripción del evento, actividades y calendario</b>		Coherencia del proyecto y acciones con la estrategia de promoción y difusión de la marca	<b>Hasta 21 puntos</b>
	A.1.1 Viabilidad, coherencia técnica y planificación temporal	Precisión de objetivos, coherencia con necesidades detectadas, innovación, detalle y adecuación del cronograma.	Máx. 8 puntos
	A.1.2 Eficiencia presupuestaria	Adecuación del presupuesto a objetivos.	Máx. 11 puntos
	A.1.3 Otros criterios transversales	Igualdad de oportunidades y lucha contra la despoblación rural	Máx. 2 puntos
<b>A.2. Repercusión mediática del evento</b>			<b>Hasta 20 puntos</b>
	A.2.1 Impacto mediático y social	Capacidad para generar demanda y atraer nuevos mercados a "Sabor Granada"	Máx. 15 puntos
	A.2.2 Estímulo de la economía local	Impacto en el enriquecimiento y estímulo de la economía local	Máx. 5 puntos
<b>B. CRITERIOS DE VALORACIÓN OBJETIVA</b>			<b>Hasta 59 puntos</b>
<b>B.1. Retorno Publicitario (ROI)</b>		ROI >25% = 2 pts ROI >50% = 5 pts ROI >75% = 10 pts ROI >100% = 15 pts	<b>Máx. 15 puntos</b>
<b>B.2. Medios online</b>		Web propia en español = 2 pts Web propia en otros idiomas = 2 pts	<b>Máx. 4 puntos</b>
<b>B.3. Difusión en Redes Sociales (RRSS)</b>		Número de seguidores del evento en RRSS:	<b>Hasta 7 puntos</b>

		>10.000 usuarios = 2 pts >50.000 usuarios= 3 pts >100.000 usuarios= 5 pts >500.000 usuarios= 7 pts	
<b>B.4. Medios offline</b>		- Prensa: (regional 0,30 pts, nacional 1 pt, internacional 1,20 pts) -Radio: (regional 0,30 pts, nacional 1 pt, internacional 1,20 pts) -TV: (regional 1,50 pts , nacional 2 ,50 pts, internacional 3 pts) Nota: se asignarán puntos por cada aparición del evento, con mención expresa de la marca, en medios	<b>Hasta 12 puntos</b>
<b>B.5. Distribución de folletos y otros elementos Publicitarios</b>		>1.000 = 2 pts >1.000.000 = 4 pts >3.000.000 = 6 pts	<b>Hasta 6 puntos</b>
<b>B.6. Proyección y consolidación del evento</b>			<b>Hasta 15 puntos</b>
	B.6.1 Trayectoria del proyecto	2ª edición = 1 pts 3ª edición = 2 pts 4ª o más = 3 pts	Máx. 3 puntos
	B.6.2 N° de asistentes (público + participantes)	51-300 = 2 pts 301-500 = 6 pts 501-1500 = 9 pts >1500 = 12 pts	Máx. 12 puntos

Para que el **evento presentado al procedimiento de referencia pueda ser seleccionado, la solicitud habrá de alcanzar la cifra mínima de cincuenta (50) puntos** del total en el marco de la evaluación efectuada según los criterios de valoración establecidos.

De no obtener esta puntuación mínima respecto a los criterios de valoración, no se continuará con la evaluación de su propuesta de patrocinio, siendo automáticamente excluido de la presente convocatoria.

(\*) El **ROI (Return on Investment, o Retorno sobre la Inversión) de un patrocinio** es una métrica estándar utilizada para evaluar la efectividad de la inversión realizada en un acuerdo de patrocinio. En términos sencillos, el ROI de un patrocinio mide el retorno económico que se obtiene en comparación con lo invertido, considerando tanto los beneficios tangibles como intangibles generados por esa inversión.

#### **Determinación de la cuantía del Patrocinio.**

La cuantía del patrocinio vendrá determinada por la puntuación obtenida según los criterios de valoración definidos en el **apartado 11.2.**, aplicando la siguiente fórmula:

**Importe del patrocinio = (puntuación obtenida en la valoración\*Importe solicitado) /100**

El importe solicitado no podrá superar los importes máximos según proyección del evento previstos en el apartado 11.1.

**El importe del patrocinio nunca podrá superar la cantidad solicitada por el patrocinado, ni podrá ser superior al retorno publicitario estimado en la solicitud.**

La aportación de la Diputación de Granada puede ser económica, en especie o mixta. La aportación económica consistirá en el pago de una cantidad dineraria, mientras que la aportación en especie puede consistir en la entrega de menaje, equipamiento o productos de la marca "SABOR GRANADA". La aportación mixta sería una combinación de las dos anteriores.

## **10.- PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN DE EVENTO**

La selección de eventos mediante esta convocatoria se sustanciará en la forma siguiente:

### **I) Primera fase: Selección de los eventos**

Se seguirán los cauces de un procedimiento expresamente previsto y de régimen común, ajustado a los principios de transparencia y buena administración que le son aplicables, y para todas las propuestas concurrentes y que sucintamente comprende los siguientes trámites:

1. Presentación de solicitudes.
2. Admisión/exclusión y trámite de subsanación de solicitudes, así como Valoración de las solicitudes admitidas.
3. Selección de los eventos a patrocinar por el Órgano Instructor.

**La selección de un evento para incluir en el plan de patrocinios es un paso preliminar que no garantiza la formalización de un contrato ni asegura la ejecución del proyecto. El proceso de contratación aún debe seguir las fases y requisitos legales correspondientes, lo que implica que la selección inicial (I Fase de selección de eventos), no confiere derechos al patrocinado.**

## II) Segunda fase: tramitación, adjudicación y formalización en contratos.

Se tramitarán, adjudicarán y formalizarán en contratos de patrocinio las propuestas definitivamente seleccionadas conforme al procedimiento anterior, iniciándose y siguiéndose el procedimiento y los trámites legales previstos en la LCSP/2017, en atención a las reglas y normas específicas indicadas y que se aplican a razón del sujeto patrocinado y la cuantía de la contraprestación económica del patrocinio.

## III) Tercera fase: justificación y pago.

Una vez formalizado el contrato y realizado el evento susceptible de patrocinio, se procederá a la presentación de la documentación justificativa oportuna, en los términos de la Base núm. 15 de las presentes, por parte de la persona o entidad patrocinada; una vez validada dicha documentación justificativa, por parte del técnico o técnicos responsables de la evaluación de la Convocatoria, se procederá al abono de la contraprestación económica del patrocinio publicitario justificado.

## 11.-PRIMERA FASE: PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES

### Forma de presentación de solicitudes

Los interesados deberán presentar sus solicitudes obligatoriamente de forma telemática, a través de sede electrónica o del aplicativo habilitado en su caso para ello en la **Sede Electrónica de la DIPUTACIÓN DE GRANADA**.

Las solicitudes que no cumplan con este requisito serán rechazadas.

## 12.- SEGUNDA FASE: FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO DE PATROCINIO

Publicada la Resolución definitiva y presentada la **aceptación expresa** de la apertura de la fase de contratación en aras de formalizar contrato de patrocinio **Anexo VIII**, se procederá a la **instrumentalización y formalización** del patrocinio mediante la iniciación de un expediente de contratación, que seguirá, dada la naturaleza jurídica de la entidad convocante, lo articulado en la Ley 9/2017 de 8 de noviembre de contratos del sector público, por la que se trasponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2015 (en lo sucesivo, LCSP/2017), así como su Reglamento y normativa de desarrollo, así como toda aquella normativa que le sea de aplicación por referencia.

El evento o actividad a patrocinar resultante de la fase de selección del evento, en función de su naturaleza y objeto, podrá formalizarse siguiendo los cauces del **procedimiento negociado sin publicidad**, regulado en el artículo 168 letra a) 2º de la LCSP/2017, siempre que cumpla con los requisitos y se halle en alguna de las causas que motivan su utilización basada en razones artísticas razones técnicas, o que proceda la protección de derechos exclusivos, incluidos los derechos de propiedad intelectual e industrial.

Igualmente, podrá formalizarse el patrocinio en la forma de **contrato menor** en los casos y circunstancias permitidas en la LCSP/2017.

## 13.- TERCERA FASE: JUSTIFICACIÓN Y PAGO

### Lugar y plazo para presentar la justificación

La justificación documental del patrocinio se presentará por medios electrónicos, conforme a lo previsto en la **Base núm. 13.1.2.-** de las presentes.

Solo se considerará válida la justificación presentada a través de la Sede Electrónica de la Diputación de Granada. La presentación de la justificación documental exigidas en estas bases por otro medio no autorizado dará lugar al decaimiento de la solicitud y a la resolución del contrato de patrocinio formalizado.

El plazo para la presentación de la justificación del evento patrocinado será, de forma improrrogable y como máximo, de **un mes a contar desde la finalización del evento**.

**Informe de retorno de la inversión publicitaria (ROI)** siguiendo el **Anexo X**.

Tras el evento, se realizará un **INFORME DE RETORNO DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA (ROI) para la marca “SABOR GRANADA”**. Dicho informe deberá ser elaborado por una entidad profesional independiente, externa y habilitada para su realización, conforme al **Anexo X** y siguiendo los parámetros de cálculo indicados en las presentes bases, debiendo ser aportado en el plazo de un mes desde la finalización del evento. La entidad que realice este informe no podrá mantener vinculación mercantil alguna con la entidad patrocinada.

La responsabilidad de contratación y abono de los honorarios de dicha auditoría externa para la realización del **Informe ROI** se distribuirá según la cuantía del contrato (impuestos incluidos):

- En aquellos contratos de patrocinio cuya cuantía económica sea superior a dieciocho mil euros (18.000 €) impuestos incluidos, **la entidad patrocinada** asumirá la responsabilidad directa de la contratación y el abono de los honorarios de la entidad auditora externa.

- En aquellos contratos de patrocinio cuya cuantía económica sea igual o inferior a dieciocho mil euros (18.000 €) impuestos incluidos, el **PATROCINADOR (la Diputación de Granada)** asumirá de forma directa responsabilidad de contratar y sufragar los honorarios de la entidad auditora externa para la realización del Informe de Retorno de la Inversión Publicitaria.

#### **14.- ABONO DEL PATROCINIO**

Entregada correctamente y revisada la documentación, y/o cumplido el trámite de subsanación, el patrocinador procederá al pago de la contraprestación económica del patrocinio.

La contraprestación económica será la fijada en el contrato de patrocinio formalizado, no obstante, en caso de una minoración de gastos respecto del presupuesto presentado, dicha contraprestación se corresponderá con el importe reajustado de conformidad con las Bases de la presente convocatoria.

El abono se realizará previa presentación de la factura y una vez examinada la justificación documental señalada en la **Base 15** de acuerdo con los plazos previstos en la normativa que resulta de aplicación, lo que se dejará constancia en informe favorable o conformidad de las prestaciones realizadas que reciben o supervisen el expediente de patrocinio, o en su caso, del designado por el órgano de contratación como responsable del mismo.

Solamente se considerarán justificados los gastos que, de manera inequívoca, respondan a la naturaleza del evento.

Así, debe tratarse indubitadamente de un gasto recogido que se efectúe en el siguiente marco temporal: desde los **4 meses anteriores a la celebración de evento hasta 3 meses posteriores a la celebración del mismo**.

**ANEXOS:**

<b>I Primera Fase: Selección de eventos</b>
<b>Anexo I - Formulario de solicitud de patrocinios</b>
<b>Anexo II – Memoria descriptiva del evento y Autobaremo</b>
<b>Anexo III – Memoria económica</b>
<b>Anexo IV – Declaración Responsable retorno publicitario</b>
<b>Anexo V – Plan de Medios y Acciones publicitarias</b>
<b>Anexo VI – Declaración Responsable no causa de prohibición</b>
<b>Anexo VII - Certificado exclusividad evento</b>
<b>II Segunda Fase: Tramitación, adjudicación y formalización de los contratos</b>
<b>Anexo VIII – Declaración de Aceptación</b>
<b>III Tercera Fase: Justificación y pago</b>
<b>Anexo IX – Memoria Técnica Justificativa del Evento</b>
<b>Anexo X – Declaración responsable cumplimiento ROI</b>

## 15.- PUBLICACIÓN DE LAS BASES DE LA CONVOCATORIA

La presente publicación es solamente un extracto. Podrá consultarse la **convocatoria íntegra** en la sede electrónica de la Diputación de Granada. <https://sede.dipgra.es/opencms/opencms/sede> Trámite “Sabor Granada”

En Granada a 6 de febrero de 2026

Firmado por:

D. Antonio Díaz Sánchez  
Diputado Delegado de Fondos Europeos, Desarrollo, Industria, Empleo y Portavocía Adjunta.