

Sección III. Otras disposiciones y actos administrativos

CONSEJO INSULAR DE MALLORCA

DEPARTAMENTO DE MEDIO AMBIENTE, MEDIO RURAL Y DEPORTES

870***Acuerdo del Consejo Ejecutivo del Consejo de Mallorca de modificación puntual del Plan de patrocinio publicitario deportivo de la Dirección Insular de Deportes del Consejo de Mallorca***

El Consejo ejecutivo del Consejo de Mallorca, en sesión de día 21 de enero de 2026, ha dictado el Acuerdo siguiente:

Antecedentes

1. El Consejo Ejecutivo del Consejo de Mallorca en fecha 13 de diciembre de 2023, aprobó el Plan de patrocinio publicitario deportivo de la Dirección Insular de Deportes (BOIB Núm. 176 de 30-12-23) del que se han adjudicado 13 contratos de patrocinio publicitario deportivo con diferentes clubs de élite de Mallorca para la promoción de valores del deporte.
2. El jefe de Servicio de Deportes con fecha 29 de diciembre de 2025 emitió informe de necesidad de modificación puntual de este Plan en el sentido de modificar una categoría de rugby masculino y limitar el importe de patrocinio al que se puede acceder en la cuantía fija de aquellos equipos que tengan un valor económico en impactos de más de 2.000.000 €
3. El vicepresidente segundo y consejero ejecutivo Medio Ambiente, Medio Rural y Deportes en fecha 29 de diciembre de 2025 inició el expediente de modificación puntual del Plan de Patrocinio publicitario del Consejo de Mallorca.
4. La jefa del Servicio Jurídico Administrativo de la DIE ha emitido informe jurídico sobre la aprobación de la modificación puntual del Plan de patrocinio publicitario deportivo de la Dirección Insular de Deportes.

Fundamentos de derecho

1. El artículo 22 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, general de publicidad dispone que *el contrato de patrocinio publicitario es aquel 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.*
2. La Ley 2/2023, de 7 de febrero, de la actividad física y el deporte de las Illes Balears (LAFEIB) regula como finalidades:

Las administraciones de las Illes Balears, en el marco de sus competencias, fomentarán la actividad física y el deporte y tutelarán su ejercicio, con el fin de conseguir la máxima calidad y excelencia, y la fidelización de las personas deportistas, practicantes y usuarias, así como la iniciación en la actividad por las personas sedentarias, mediante la práctica compatible con la salud y la seguridad, de acuerdo con las finalidades siguientes:

p) Fomentar las ayudas públicas y el patrocinio en el ámbito de la actividad física y el deporte en los términos que se determinen legal o reglamentariamente.

3. En el artículo 9 de la LAFEIB, relativo a las competencias de los consejos insulares, dispone que: corresponde a la administración de los consejos insulares, de acuerdo con el artículo 70.9 del Estatuto de Autonomía de las Illes Balears, el ejercicio de las competencias que determina esta ley en los ámbitos territoriales respectivos, además de las establecidas en la Ley 6/1994, de 13 de diciembre de atribución de competencias a los consejos insulares en materia de patrimonio histórico, de promoción sociocultural, de animación sociocultural, de depósito legal de libros y de deportes:

n) Organizar, regular y patrocinar competiciones y manifestaciones deportivas y de actividad física en el ámbito de sus competencias insulares.

4. En el artículo 113 de la LAFEIB, regula expresamente el patrocinio público:

Las administraciones deportivas de las Illes Balears podrán acudir al patrocinio deportivo como instrumento de comunicación, difusión y asociación a la imagen institucional, en relación con eventos, personas deportistas o entidades deportivas que transmitan valores del esfuerzo, del trabajo, del compañerismo y del esfuerzo personal y colectivo, con pleno cumplimiento a la normativa general sobre publicidad y contratación pública.

5. El Plan de patrocinio publicitario deportivo de la Dirección Insular de Deportes (BOIB Núm. 176 de 30-12-23) dispone en el punto 9 que sin perjuicio de la vigencia señalada, el Consejo de Mallorca podrá revisarlo o modificarlo antes de que acabe el período de vigencia, si así lo considera oportuno.

6. El Decreto de la Presidencia del Consejo de Mallorca de fecha 28 de julio de 2023 por el que se establecen las competencias de los departamentos del Consejo Insular de Mallorca, atribuye al Departamento de Medio Ambiente, Medio Rural y Deportes planificar, ordenar, coordinar y gestionar actuaciones en materia deportiva. Desarrollar una oferta general y específica de programas, servicios y recursos orientada a cubrir las necesidades deportivas, así como fomentar y promover las actividades deportivas, entre otros.

7. El artículo 28.1 b) de Ley 4/2022, de 28 de junio, de consejos insulares, atribuye al Consejo Ejecutivo la aprobación de los planes y programas de actuación de los departamentos insulares en los distintos sectores de la actividad pública siempre que no corresponda a otros órganos.

8. El artículo 33.2 f) de Ley 4/2022, de 28 de junio, de consejos insulares atribuye a los consejeros ejecutivos y consejeras ejecutivas el formular, cuando proceda, las propuestas relativas a los acuerdos o resoluciones que deban adoptar los órganos competentes en materias propias de su departamento.

Por todo lo expuesto, el vicepresidente segundo y consejero ejecutivo de Medio Ambiente, Medio Rural y Deportes eleva al Consejo Ejecutivo del Consejo de Mallorca, la siguiente propuesta de

Acuerdo

1. Aprobar la modificación puntual del Plan de patrocinio publicitario deportivo de la Dirección Insular de Deportes del Departamento de Medio Ambiente, Medio Rural y Deportes en el siguiente sentido:

Primero: Corregir una categoría de rugby masculino, concretamente en la segunda y tercera categoría, de tal modo que **allí donde decía:**

Deporte	1a categoría	2a categoría	3a categoría
Rugby masculino	División de honor	Liga iberdrola	División de honor B

Debe decir:

Deporte	1ª categoría	2ª categoría
Rugby masculino	División de honor	División de honor B

Segundo: Limitar el importe de patrocinio al que se puede acceder en la cuantía fija de aquellos equipos que tengan un valor económico en impactos de más de 2.000.000 €, de forma que independientemente del resultado, el importe máximo será de 60.000 €. Así, la modificación será la siguiente. **Donde decía:**

a) Equipos con un valor económico de impactos superior a 2.000.000 € un 2% del valor económico resultante de la valoración de los impactos.

Debe decir:

a) Equipos con un valor económico de impactos superior a 2.000.000€ un 2% del valor económico resultante de la valoración de los impactos, con un máximo de 60.000€ sin IVA.

2. El texto del Plan quedaría redactado de la siguiente manera:

“PLAN DE PATROCINIO PUBLICITARIO DEPORTIVO DE LA DIRECCIÓN INSULAR DE DEPORTES DEL CONSEJO DE MALLORCA

Este Plan determina las necesidades de la Dirección Insular de Deportes del Consejo de Mallorca de formalizar contratos de patrocinio publicitario y se tiene que entender como un hito más en la tramitación del correspondiente procedimiento de contratación con qué pretendemos garantizar la correcta ejecución que concluirá, si corresponde, con la adjudicación y formalización del contrato de patrocinio publicitario.

1. MARCO NORMATIVO

Por la formalización de contratos de patrocinio publicitario se tiene que tener en cuenta:

**Ley 34/1988, de 11 de noviembre, general de publicidad**

Artículo 22.

El contrato de patrocinio publicitario es aquel por el cual 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 de patrocinio publicitario se rige por las normas del contrato de difusión publicitaria cuando le sean aplicables.

Ley 29/2005, del 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional.

Artículo 3. Requisitos de las campañas institucionales de publicidad y comunicación.

1. Sólo se podrán promover o contratar campañas institucionales de publicidad y de comunicación cuando tengan alguno de los objetivos siguientes:

- a) Promover la difusión y el conocimiento de los valores y principios constitucionales.
- b) Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos.
- h) Dar apoyo en sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras.
- i) Difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural de España.
- j) Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social.

2. Las campañas institucionales de publicidad y de comunicación se desarrollarán exclusivamente cuando concurren razones de interés público y en el ejercicio de competencias propias.

3. Las campañas institucionales contribuirán a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres y respetarán la diversidad social y cultural presente en la sociedad.

4. Las campañas institucionales se tienen que ajustar siempre a las exigencias derivadas de los principios de interés general, lealtad institucional, veracidad, transparencia, eficacia, responsabilidad, eficiencia y austeridad en el gasto.

Artículo 8. Contratos.

1. Los contratos vinculados a las campañas reguladas por esta Ley se tienen que adjudicar de acuerdo con su normativa aplicable, respetando estrictamente los principios de publicidad y concurrencia, y siempre atendiendo criterios objetivos como el coste económico y la eficacia prevista del plan de medios. Estos mismos criterios objetivos tienen que ser observados por los contratistas en los supuestos de subcontratación.

Ley 13/2010, 9 de diciembre, de publicidad institucional de las Islas Baleares.

Están sometidos a la ley:

- c) Los consejos insulares.

Artículo 2

Se entiende por publicidad institucional toda actividad de comunicación emitida, promovida, subvencionada, patrocinada o contratada, individualmente o conjuntamente con otras entidades públicas o privadas, por los sujetos sometidos a la ley, que tenga por objeto difundir un mensaje común a una pluralidad de destinatarios mediante cualquier formato, apoyo o medio, sea o no publicitario.

Artículo 3. Objetivos de la publicidad institucional

La publicidad institucional tiene que tener alguno de los objetivos siguientes:

- a) Promover la difusión y el conocimiento de los valores y principios constitucionales si estatutarios, y fomentar actitudes positivas y comportamientos adecuados de los ciudadanos hacia estos principios y valores.
- c) Dar a conocer políticas, programas, servicios y actuaciones públicas.
- d) Informar del contenido de las disposiciones normativas y de los actos que, por su relevancia, lo aconsejen.
- e) Difundir el conocimiento y la imagen de la comunidad autónoma, de las entidades que la forman y de sus instituciones.

- f) Promover el patrimonio cultural, lingüístico y natural de las Islas Baleares, así como cualesquiera otros tipos de bienes tangibles o intangibles relevantes de las Islas Baleares.
- g) Dar apoyo a los sectores y a las actividades económicas de la comunidad autónoma y promover los productos y servicios de las Islas Baleares.

Artículo 6. Contratación

1. Los contratos relativos a la publicidad institucional se rigen por la legislación de contratos del sector público y el resto de disposiciones que les sea de aplicación, respetando los principios de igualdad, libre concurrencia, publicidad, objetividad, eficacia y eficiencia.

Ley 2/2023, de 7 de febrero, de la actividad física y el deporte de las Islas Baleares

Artículo 5. Finalidades

Las administraciones de las Islas Baleares, en el marco de sus competencias, fomentarán la actividad física y el deporte y tutelarán el ejercicio, con la finalidad de conseguir la máxima calidad y excelencia, y la fidelización de las personas deportistas, practicantes y usuarias, así como la iniciación en la actividad de las personas sedentarias, mediante la práctica compatible con la salud y la seguridad, de acuerdo con las finalidades siguientes:

- p) Fomentar las ayudas públicas y el patrocinio en el ámbito de la actividad física y el deporte en los términos que se determinen legalmente o reglamentariamente.

Artículo 9. Competencias de los consejos insulares

Corresponde a la administración de los consejos insulares, de acuerdo con el artículo 70.9 del Estatuto de Autonomía de las Islas Baleares, el ejercicio de las competencias que determina esta ley en los ámbitos territoriales respectivos, además de las establecidas en la Ley 6/1994, de 13 de diciembre, de atribución de competencias en los consejos insulares en materia de patrimonio histórico, de promoción sociocultural, de animación sociocultural, de depósito legal de libros y de deportes:

- a) Planificar, en colaboración con el resto de administraciones públicas, fomentar y ejecutar los programas de deporte en edad escolar y de actividad física para todas las personas, de acuerdo con los términos expresados en esta ley y en los reglamentos que la despliegan.
- b) Promover la actividad física, el ejercicio físico y el deporte orientado a la salud. Trabajar para crear adherencia a la actividad física y deportiva a toda la sociedad.
- c) Planificar y ejecutar programas de actividad física y deportiva adaptada. También ejecutar programas que promuevan la actividad física y deportiva entre las personas con algún tipo de enfermedad crónica.
- n) Organizar, regular y patrocinar competiciones y manifestaciones deportivas y de actividad física en el ámbito de sus competencias insulares.

Art. 113 Patrocinio Público

Las administraciones deportivas de las Islas Baleares podrán acudir al patrocinio deportivo como instrumento de comunicación, difusión y asociación en la imagen institucional, en relación con acontecimientos, personas deportistas o entidades deportivas que transmitan valores del esfuerzo, del trabajo, del compañerismo y del esfuerzo personal y colectivo, con pleno cumplimiento a la normativa general sobre publicidad y contratación pública.

Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de contratos del sector público, por el cual 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.

Decreto de la Presidencia del Consejo de Mallorca de fecha 28 de julio de 2023 por el cual se establecen las competencias de los departamentos del Consejo Insular de Mallorca

Atribuye al Departamento de Medio Ambiente, Medio Rural y Deportes el planificar, ordenar, coordinar y gestionar actuaciones en materia deportiva. Desplegar una oferta general y específica de programas, servicios y recursos orientada a cubrir las necesidades deportivas, así como fomentar y promover las actividades deportivas, entre otras.

2. CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO DE PATROCINIO

Entendemos por patrocinio aquel pago, en metálico o en especie, que una empresa o entidad hace para cubrir los gastos de un acontecimiento, en este caso deportivo, a cambio de diferentes contraprestaciones publicitarias que le resultan interesantes.

El contrato de patrocinio publicitario tiene por objeto una publicidad de carácter indirecto, que se ha denominado “retorno publicitario”, y que consiste fundamentalmente en el hecho de que el patrocinado permite que el patrocinador haga pública su colaboración económica en la actividad del patrocinado y también, si así se estipula, que el patrocinado efectúe comportamientos activos con esta misma finalidad. El patrocinador, a cambio, disfruta de la notoriedad y la resonancia de la actividad que desarrolla el patrocinado, con la finalidad de incrementar entre el público el conocimiento de su nombre o marca y de favorecer la imagen.

El patrocinio es una de las principales fuentes de financiación de proyectos y organizaciones en la industria del deporte: acontecimientos, instalaciones, clubs, etc. Planificar la estrategia y la activación son dos acciones clave para aprovechar todos los beneficios.

El punto más importante de esta definición es la reciprocidad de la relación. Para garantizar la efectividad de los patrocinios es esencial que tanto el patrocinador como el patrocinado aporten algunos beneficios y reciban algunos otros a cambio. Por lo tanto, el patrocinio se tiene que entender como una alianza de negocio entre dos partes.

Esta figura contractual se tiene que diferenciar de otras figuras que guardan relación, pero que son diferentes.

Así, el contrato de publicidad se define en la LGP como aquel por el cual un anunciante encarga a una agencia de publicidad, mediante una contraprestación la ejecución de publicidad y la creación, preparación o programación de la misma.

Por otra parte, el contrato de difusión publicitaria es aquel por el cual, cambio de una contraprestación fijada en tarifas preestablecidas, un medio se obliga en favor de un anunciante o agencia a permitir la utilización publicitaria de unidades de espacio o tiempos disponibles y a desarrollar la actividad técnica necesaria para conseguir el resultado publicitario.

Y finalmente, el contrato de creación publicitaria, definido como aquel por el cual, cambio de una contraprestación, una persona física o jurídica se obliga en favor de la entidad promotora a idear y elaborar un proyecto de campaña publicitaria.

Por lo tanto, en el contrato de patrocinio el patrocinador se obliga a pagar una cantidad económica determinada a favor de otra persona o entidad a cambio de utilizar su imagen en el ejercicio de sus actividades. Destacan las siguientes características:

1. Es un contrato publicitario.
2. Hay un compromiso por parte del patrocinado de colaborar en la publicidad del patrocinador.
3. La publicidad la realiza una persona física o jurídica que se dedica a una actividad ajena a la publicitaria, no un profesional de la publicidad (agencia publicitaria, medio de publicidad, creativo).
4. Se busca la relevancia social de la actividad del patrocinado.
5. Requiere de obligaciones ciertas y equivalentes por ambas partes.
6. Es un contrato oneroso, el importe de la contraprestación que tiene que abonar el Consejo de Mallorca estará en función del valor de retorno de las acciones publicitarias.

Además, y de conformidad con el artículo 26 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de contratos del sector públicos, (LCSP) el contrato publicitario de patrocinio, aunque se suscriba por una administración pública, tiene consideración de contrato privado, ya que el patrocinado no es una empresa dedicada a los servicios publicitarios, hecho que excluye la posibilidad de considerarlo como contrato administrativo de servicios.

La Dirección Insular de Deportes quiere establecer una colaboración con diferentes Clubs Deportivos de Mallorca en forma de patrocinio publicitario deportivo y para diferenciarlo de la figura de la subvención pública, tenemos que partir de la finalidad que persiguen ambas figuras jurídicas.

En el caso del patrocinio publicitario, el patrocinador no pretende el fomento de una actividad de interés público, sino obtener del patrocinado una colaboración publicitaria a cambio de una contraprestación económica, que será en función de los impactos mediáticos y el valor de retorno publicitario que obtenga esta publicidad.

En el caso de la subvención, el beneficiario recibe una cuantía económica sin contraprestación, sujeta a la realización de la actividad que se pretende fomentar. El beneficiario tiene que cumplir con los requisitos y obligaciones que se hayan establecido, entre las que se encuentra la publicidad de la financiación de la actividad subvencionada. Esta publicidad queda en un nivel secundario, no siendo nunca la causa principal de la concesión de la subvención.

En resumen, si la prestación esencial es la publicidad, se tendrá que seguir la vía del contrato de patrocinio publicitario. En cambio, si el objeto principal es el fomento de una actividad de utilidad pública, de interés social o de promoción de una finalidad pública, se tiene que acudir a la vía de la subvención.

3. NECESIDAD DE PATROCINIO PUBLICITARIO

3.1. Los valores en la normativa que regula la actividad física y el deporte

La Ley 2/2023, de 7 de febrero, de la actividad física y el Deporte de las Islas Baleares (LAFEIB), reconoce la función social del deporte y lo fundamenta en una serie de valores:

- a) Dimensión educativa y formativa, que propicia el desarrollo completo y armónico del ser humano.
- b) Contribución a la adquisición de hábitos saludables en las personas y su importancia para la mejora de la salud pública de la comunidad, y para favorecer el bienestar personal.
- c) Fomento de actitudes y compromisos cívicos, de estrechar lazos sociales y promover valores como la igualdad, la solidaridad, la no-violencia, la tolerancia y la justicia.
- d) Relevancia como factor que contribuye a la cohesión social en una comunidad.
- e) Significado de motor de desarrollo económico y del bienestar colectivo y generador de empleo.
- f) Importancia como factor de conocimiento y conservación, la realización de actividades respetuosas con el medio natural y el territorio, ayudando a la sostenibilidad.
- g) Fomento de la actividad turística sostenible en los ámbitos de la actividad física y el deporte.

La misma LAFEIB, destaca entre los principales objetivos a conseguir, el mejorar la educación y el fomento de los valores en la práctica de la actividad física y el deporte; garantizar y fomentar la igualdad efectiva entre hombres y mujeres en la práctica del deporte e incrementar y adecuar las medidas para la prevención y la lucha contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia, el consumo y la venta de alcohol, el dopaje, la alimentación no saludable y el sedentarismo.

También la LAFEIB cuando regula los Programas de Actividad física y deporte en edad escolar dispone que se fomentará los hábitos de vida saludables y los valores de la práctica del deporte y que estos programas tendrán que perseguir los objetivos, entre otros, de añadir valores a la actividad física y el deporte y transmitir, a todos los agentes que intervienen, los valores de cooperación, juego limpio y rechazo al dopaje, a la violencia, al racismo, a la xenofobia y a la intolerancia en la actividad física y el deporte, además de integrar a todos los compañeros sin ninguna discriminación.

Por otra parte, el Decreto 38/2015, de 22 de mayo, por el cual se regula la actividad deportiva en edad escolar en las Islas Baleares regula como principio rector el difundir, a través de las actividades del Plan de la Actividad Física y Deportiva para la Edad Escolar de las Islas Baleares, los principios de juego limpio, el respeto y la consideración hacia todo el mundo que participe y el respeto al entorno y al medio ambiente, y velar para que se elimine del deporte en edad escolar cualquier clase de violencia, racismo, discriminación o xenofobia que pueda manifestarse.

En el artículo 6 de este Decreto se dispone que el deporte en edad escolar tiene que tener especialmente en cuenta la formación en valores de las personas que lo practican, por lo cual los agentes que participan, tanto las entidades deportivas, con su personal directivo, coordinador, técnico y monitor, como también las familias, tienen que poner especial atención en la promoción del juego limpio y del respeto de las normas. Igualmente, se tiene que poner especial atención en el desarrollo de los valores relacionados con el trabajo en equipo, el compañerismo y la consideración de las personas adversarias, el respeto y la tolerancia en consonancia con la integración de todo el mundo sin discriminación por razón de sexo, ofreciendo las mismas oportunidades de crecer a través del deporte, sin perder el derecho a ser diferente y a la igualdad de oportunidades a través de la integración y del reconocimiento de las identidades minoritarias, ya sea en razón de capacidades o de procedencia.

A nivel nacional, la Ley 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte determina dentro de sus fines principales:

Las políticas públicas que la Administración General del Estado formule, dentro de su ámbito competencial, se tienen que diseñar y desarrollar en coordinación y colaboración con las comunidades autónomas y cumplir los fines siguientes, de acuerdo con los objetivos y las metas de desarrollo sostenible que se hayan establecido a nivel internacional:

- h) La prevención, control y erradicación de cualquier clase de violencia, el racismo, la xenofobia, la intolerancia al deporte, así como la discriminación y la incitación al odio por razón de sexo, edad, discapacidad, salud, orientación o identidad sexual, expresión de género, nacionalidad, origen racial o étnico, religión o creencias, o cualquier otra condición o circunstancia personal o social, así como del dopaje y cualquier tipo de actuación fraudulenta que pueda producirse en la actividad deportiva, fomentando el juego limpio y la colaboración ciudadana.
- n) El fomento de la educación física y el deporte en todas las etapas de la vida como parte fundamental de la mejora de la calidad de vida y la adquisición de hábitos saludables, tanto dentro como fuera del sistema educativo

A nivel internacional, y en el marco de la Unión Europea, el 24 de septiembre de 1992, se aprobó una declaración de principios éticos con el objetivo de complementar la Carta Europea para el Deporte. Este código de ética deportiva nació, sin pretensión de tener efectos jurídicos de



carácter obligatorio, como una declaración de intenciones a favor del “juego limpio” como concepto central y como emblema de la deportividad. Un “juego limpio” que tiene que ser entendido no sólo como respeto a las reglas del juego sino como factor inherente a la práctica del deporte, es decir como valor intrínseco ejercido en todas las etapas de la vida desde la infancia hasta la edad adulta.

También la UNESCO reconoce de manera destacable el papel de los valores y las habilidades sociales recogidos al Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) número 4, en relación a una educación de calidad. Así ha creado una alianza educativa que pretende incorporar los valores deportivos en todos los planes de estudio escolares, contado con organizaciones de relevancia como la Agencia Mundial Antidopaje, el Comité Internacional de juego limpio, el Comité Olímpico y Paralímpico Internacional y el Consejo Internacional para la Ciencia y la Educación Física

3.2. Fomento de valores dentro del ámbito del deporte y la actividad física

Como se puede comprobar, el deporte es una herramienta magnífica de integración y cohesión social. La práctica deportiva iguala a los ciudadanos y fomenta principios como el esfuerzo, la disciplina, la constancia, el trabajo en equipo y con respecto al adversario; comportamientos imprescindibles para poder vivir en comunidad. A través del deporte se fomentan los valores que constituyen a una sociedad más libre, sana y democrática.

La Dirección Insular de Deportes, en el ámbito de sus competencias, tiene interés en crear campañas que fomenten parte de estos valores a través del deporte.

El deporte de base, también conocido como deporte amateur o deporte formativo, juega un papel crucial en la formación y desarrollo de niños y jóvenes. Además de promover la actividad física y la salud, el deporte de base también tiene un impacto significativo en la adquisición de valores y habilidades sociales en los participantes. Así podemos destacar

1. Trabajo en Equipo: El deporte de base fomenta el trabajo en equipo, ya que los jóvenes tienen que aprender a colaborar y comunicarse efectivamente con sus compañeros de equipo. La comprensión de que cada jugador es esencial para el éxito del equipo y la necesidad de apoyarse mutuamente en momentos difíciles inculca a los niños la importancia del trabajo en equipo no sólo en el deporte, sino también en otros aspectos de la vida.
2. Respeto y Juego Limpio: El deporte de base enfatiza la importancia del respeto hacia los compañeros, entrenadores, árbitros y oponentes. Los jóvenes aprenden a valorar la diversidad y la inclusión, y a entender que todo el mundo merece ser tratado con cortesía y consideración. Además, el juego limpio se promueve activamente, enseñando a los niños la importancia a competir de manera justa, respetuosa y honesta, sin recurrir al fraude o a la violencia. Aprenden el respeto por las reglas y la aceptación de la derrota.
3. Disciplina y Responsabilidad: La participación en el deporte de base requiere compromiso y disciplina. Los jóvenes aprenden a ser responsables de sus acciones y a cumplir con horarios, reglas y entrenamientos. La disciplina en el deporte se puede transferir a otras áreas de la vida, como los estudios y las responsabilidades cotidianas.
4. Perseverancia y Resiliencia: El deporte de base enseña a los jóvenes a enfrentar desafíos y a perseverar a pesar de los obstáculos. Aprenden a hacer frente a la derrota y a levantarse después de un fracaso, lo cual los ayuda a desarrollar resiliencia y una actitud positiva ante la adversidad.
5. Autoconfianza y Autoestima: Al experimentar el éxito y la mejora personal en el deporte de base, los jóvenes construyen su autoconfianza y autoestima. Ganar habilidades deportivas y superar retos físicos les brinda una sensación de consecución que puede tener un impacto positivo en su autoimagen y actitud hacia ellos mismos.
6. Compañerismo y Amistad: El deporte de base proporciona una oportunidad para hacer amigos y establecer conexiones significativas con compañeros de equipo y entrenadores. Esta red de apoyo social es beneficiosa para el bienestar emocional y social de los jóvenes, brindándoles un sentimiento de afiliación y camaradería. Experimentan un sentido de pertenencia a un grupo y se fomentan las relaciones interpersonales positivas.
7. Formación de carácter: La participación en deportes a través de clubs ayuda a formar el carácter de los individuos. Los valores como honestidad, integridad, respeto hacia los otros, la humildad y la deportividad se transmiten y fomentan en el entorno deportivo.

3.3. Prevención de problemas por la falta de valores deportivos

La falta de valores deportivos puede ser un problema en diferentes ámbitos, desde las competiciones profesionales hasta el deporte aficionado. Cuando hablamos de la falta de valores en el contexto deportivo, nos referimos a situaciones en que los principios éticos, morales y sociales que se espera inculcar a través de la participación en actividades deportivas no se reflejan o se pierden. Algunas de las cuestiones que pueden contribuir a esta situación incluyen:

1. Comportamiento antideportivo de atletas o falta de ética deportiva: Eso puede incluir trampas, falta de juego limpio, insultos, violencia, uso de sustancias prohibidas por mejora el rendimiento, comportamiento agresivo o actitudes poco éticas tanto dentro como fuera del campo.



2. Falta de fair play (juego limpio): La falta de respeto por las reglas y la falta de consideración hacia los compañeros, entrenadores, árbitros u oponentes pueden socavar la integridad del juego y desanimar al espíritu deportivo. El no respeto hacia las figuras de autoridad al deporte puede generar un ambiente negativo y desanimar la participación en general.
3. Énfasis excesivo en la victoria a cualquier coste: En algunos casos, se prioriza la victoria sobre los valores fundamentales del deporte, cosa que puede llevar a comportamientos poco éticos para ganar cueste lo que cueste.
4. Falta de responsabilidad: Implica la falta de compromiso, puntualidad o consistencia en la asistencia a prácticas y juegos. La falta de responsabilidad puede perjudicar no sólo el individuo, sino también el equipo en conjunto.

La falta de valores en el ámbito deportivo puede tener consecuencias negativas tanto a nivel individual como colectivo. A nivel individual, los deportistas podrían perder la oportunidad de desarrollar habilidades fundamentales para la vida, como la ética de trabajo, el respeto por los otros y la capacidad de trabajo en equipo. A nivel colectivo, la falta de valores puede minar la integridad y el espíritu deportivo, afectando al ambiente y la cultura dentro de las actividades deportivas.

Para abordar esta problemática, es esencial reforzar la importancia de los valores éticos y morales dentro de los contextos deportivos. Eso se consigue a través de la educación, el ejemplo de figuras de autoridad, la promoción de un entorno deportivo positivo y establecer normas claras de comportamiento ético. Los programas de formación y concienciación sobre la ética deportiva tienen un papel crucial para contrarrestar la falta de valores en el ámbito deportivo.

3.4. Educación en valores

La detección de problemas de valores entre los jóvenes puede ser un tema complejo y multifacético, ya que los valores son intrínsecos a la cultura, la sociedad y las creencias individuales. Sin embargo, hay ciertos problemas comunes que se asocian con los valores de los jóvenes en la actualidad:

1. Materialismo excesivo: La obsesión por la adquisición de bienes materiales, el consumismo y la valoración del éxito basada únicamente en posesiones materiales puede conducir a una falta de estima por otros valores fundamentales.
2. Falta de empatía y respeto: En algunos casos, se observa una disminución en la empatía y el respeto por los otros, posiblemente a causa de la influencia de la cultura de Internet, la desconexión social o la exposición excesiva a contenidos que normalizan la falta de empatía.
3. Uso problemático de la tecnología: El exceso en el uso de dispositivos tecnológicos puede afectar a los valores de los jóvenes y disminuir la capacidad de comunicación interpersonal, la concentración y la habilidad para relacionarse con el mundo real.
4. Individualismo extremo: La cultura actual a menudo enfatiza el individualismo sobre la colaboración y la comunidad. Eso puede llevar a una falta de solidaridad y responsabilidad social.
5. Presión social y falta de autoestima: Los jóvenes se pueden ver influenciados por estándares sociales poco realistas, cosa que puede afectar a la autoestima, llevándolos a adoptar valores que no reflejan sus propias creencias.
6. Pérdida de valores éticos y morales: Algunos jóvenes pueden no tener una base sólida de valores éticos y morales a causa de la falta de orientación o modelos a seguir a sus vidas.
7. Violencia en el deporte: Las actividades y las competiciones deportivas también están afectadas por las situaciones y los problemas que son inherentes a la sociedad en general, como son la violencia, el racismo, la xenofobia, la intolerancia, el alcohol, las drogas y otras actitudes conflictivas, por lo cual es importante y necesario establecer mecanismos de prevención y control para erradicar o limitar estos tipos de conductas, que pueden incidir en aspectos relacionados con la seguridad y el orden público.

Por eso se creó la Comisión antiviolencia de las islas balears, por Decreto 12/2019, de 28 de febrero, por el cual se regula la Comisión contra la Violencia en el Deporte de las Islas Baleares, la mayoría de casos que se tratan son deportes colectivos como: son el fútbol, baloncesto o rugby entre otros.

Las malas conductas más comunes son:

Comportamiento antideportivo: Eso puede incluir jugadores que muestran actitudes agresivas, faltas intencionadas, provocaciones o falta de respeto hacia los árbitros, oponentes o compañeros.

Violencia física: Agresiones físicas entre jugadores, entrenadores o incluso fanáticos, como peleas en el campo o en las gradas.

Discriminación y acoso: comentarios o acciones discriminatorias, como racismo, sexismo u otros tipos de acoso son evidencias de una mala conducta en los campos y gradas.

Incitación a la violencia: Los comentarios o acciones que incitan a la violencia entre jugadores o fanáticos son inaceptables.

Estas son algunas de las evidencias de malas conductas en los campos deportivos. Por eso es muy importante abordar estas cuestiones para mantener la integridad y el fair-play en el deporte.

La educación, tanto en casa como a las instituciones educativas y formativas, tiene un papel vital a abordar estos problemas. Fomentar valores positivos, promover la empatía, el pensamiento crítico y la autenticidad puede ayudar a contrarrestar estos problemas y fortalecer los valores positivos a la juventud.

La administración pública puede tener un papel crucial a la hora de abordar y corregir los problemas de valores entre los jóvenes a través de varias acciones y programas. Entre las estrategias que se pueden implementar incluyen la educación en valores, tratando de promover programas educativos que enseñen y fomenten valores como la empatía, la responsabilidad social, la ética y el respeto desde una edad temprana.

Eso puede pasar en las escuelas, en las familias, pero también al deporte y mediante campañas de concienciación social.

Por todo eso, el Consejo de Mallorca, como administración competente en el deporte en edad escolar y en uso de las facultades que le atribuye la normativa vigente, quiere establecer campañas de concienciación sobre los valores que la práctica del deporte comporta y darlas a conocer en toda la población mallorquina en general, haciendo especial inciso en los niños y jóvenes.

La Administración Insular, en colaboración con sistemas mediáticos, creativos y gráficos, pretende establecer mensajes de carácter publicitario con los que ofrecer campañas de interés general que fomenten actitudes positivas y comportamiento adecuados en el ámbito deportivo y fuera de él al mismo tiempo que se trabaja en la concienciación ciudadana.

Se considera que la vía del contrato publicitario de patrocinio deportivo permite al Consejo de Mallorca, aparte de procurar financiación de la actividad deportiva muy necesaria para las entidades, rentabilizar esta inversión económica en forma de publicidad de la campaña que se quiere transmitir y es la manera más idónea para transmitir estos valores.

Por este motivo, si queremos concienciar y educar a la sociedad de la importancia de tener una conducta adecuada en los espacios deportivos y en la vida en general, la mejor manera es que los clubs deportivos más importantes de Mallorca, que son los referentes de los niños y jóvenes deportistas, puedan a través de un patrocinio publicitario, dar mensajes con el fin de transmitir estos valores que son tan necesarios para una sociedad íntegra y saludable.

4. CAMPAÑAS DE LA DIRECCIÓN INSULAR DE DEPORTES

El proyecto publicitario que el Consejo de Mallorca quiere patrocinar tendrá que promover la campaña **“EsportNet”** y **“Amb l'esport net guanyam sempre!”** de la Dirección Insular de Deportes para la temporada 2023/2024 y siguientes. Este “paraguas” promocional y de valores deportivos pondrá el foco en tres ejes temáticos que son la base de todos los programas del área de Deportes del Consejo de Mallorca: “Somos equipo”, “Somos inclusión” y “Somos entorno”.

Mediante estos ejes la DIE quiere trabajar diferentes aspectos:

1. EsportNet. *¡Somos equipo!*

Fomentar una buena conducta en el campo y pistas, pero también la educación deportiva en vestuarios y en el ámbito doméstico. Facilitar pautas para una mejora del ambiente “deportivo” entre familias, deportistas, árbitros y técnicos en el momento de la práctica deportiva. Trabajar la comunicación en las gradas, en pistas y campos, haciendo valer aspectos como el respeto, la no-violencia física y verbal o la comunicación positiva hacia niños y jóvenes.

2. EsportNet. *¡Somos inclusión!*

Fomentar la igualdad de oportunidades entre los seguidores deportivos a través de herramientas y mensajes que refuercen el aspecto de paridad de género, diversidad de orientación sexual, y también el ámbito del deporte adaptado, en una apuesta por la inclusión. La igualdad como un valor positivo, de equilibrio, que permite hacer un deporte más social, más abierto y tolerante.

3. EsportNet. *¡Somos entorno!*

Fomentar la sostenibilidad en los espacios deportivos, dando herramientas y pautas para mejorar determinados aspectos relacionados con la conservación de instalaciones, la no generación de residuos, el fomento del reciclaje y la apuesta por instalaciones más sostenibles, o el cuidado del entorno en la práctica deportiva que se hace en el ámbito natural.

Los patrocinios tendrán que usar una línea argumental que englobe alguno o algunos de estos ejes.

5. REPERCUSIÓN MEDIÁTICA

El objetivo principal del contrato patrocinio es la publicidad que puedan hacer estas entidades deportivas sobre la campaña “EsportNet” y “Amb l'esport net guanyam sempre!” de la Dirección Insular de Deportes para la temporada 2023/2024 y siguientes.

Necesariamente las entidades deportivas tienen que contar con repercusión mediática a nivel local, insular o incluso autonómico.

Si bien pueden contar también con repercusión mediática nacional o internacional, no es de obligado cumplimiento, dado que el público objetivo a quien irán dirigidas las campañas publicitarias es fundamentalmente insular.

Además, las campañas tienen que ir dirigidas a todos los públicos, involucrando a toda la sociedad mallorquina, especialmente en los niños y jóvenes.

Esta repercusión mediática se puede hacer en diferentes plataformas físicas (a título de ejemplo):

- Equipación deportiva.
- Cartelería
- Web y xxss
- Vallas publicitarias
- Marcadores
- LEds perimetrales

O mediante acciones concretas (a título de ejemplo):

- Charlas de valores
- Visitas a las instalaciones de las entidades deportivas y/o a escuelas
- Participación programas de difusión del deporte de la DIE
- Asistencia la Gala del Deporte

Además, esta repercusión se puede hacer a través de diferentes medios, entendiendo como canal informativo en qué se difunde la campaña a través de la entidad deportiva (a título de ejemplo):

- TV general o especializada
- Prensa
- Redes Sociales
- Radio

Para tener la consideración de repercusión mediática, es necesaria la presencia clara y dominante de la campaña publicitaria.

6. COLABORACIÓN PÚBLICO –PRIVADA

6.1 Clubs deportivos de deportes colectivos

Se consideran deportes colectivos, según el Real Decreto 971/2007, de 13 de julio, aquellos en los que grupos de más de dos deportistas compiten de forma simultánea en el tiempo, con alternancia en la posesión o dominio de un móvil, mediante acciones técnico tácticas de ataque y defensa.

Al efectos de este plan de patrocinio deportivo tienen la consideración de deportes colectivos, los siguientes:

- Baloncesto
- Fútbol
- Fútbol sala
- Fútbol Americano
- Balonmano
- Hockey
- Rugby
- Voleibol
- Waterpolo

El deporte colectivo enfatiza la cooperación y la sinergia entre los miembros del equipo. Y entre otros aspectos positivos se destaca:

- Trabajo en equipo: los miembros del equipo trabajan juntos hacia un objetivo común. El rendimiento y el éxito dependen de la colaboración y coordinación de los deportistas.
- Interdependencia: Los resultados no dependen únicamente de un solo individuo, sino de la contribución de todos los miembros del equipo. La sinergia entre los jugadores es fundamental para conseguir objetivos colectivos.
- Roles específicos: Cada miembro del equipo suele tener un papel específico que contribuye al funcionamiento general del equipo.

- Comunicación y coordinación: La comunicación entre los deportistas y la coordinación de estrategias son vitales para el éxito de deportes colectivos. El entendimiento de las tácticas y la adaptación durante el juego son claves.

6.2 Clubs deportivos de alto nivel

La Ley 39/2022, de 30 de diciembre, del Deporte dispone el artículo 11 que el deporte de alto nivel se considera de interés para la Administración General del Estado en tanto que constituye actividad y factor esencial de desarrollo deportivo, supone un estímulo para el fomento del deporte base en virtud de las exigencias técnicas y científicas en su preparación.

Continúa al mismo artículo que además de aquellas competiciones de alto nivel, también serán consideradas de interés público aquellas competiciones en que se promueva el deporte inclusivo, la participación de las mujeres al deporte, la formación en valores y el juego limpio desde el deporte base, la preservación de la naturaleza a través del deporte o cualquier acontecimiento deportivo que dé respuesta a los valores del deporte del siglo XXI que tengan que ver con la igualdad, participación y mejora de la condición física, psíquica o emocional.

Los clubs deportivos de alto nivel o de élite, a causa de su prominencia en el escenario deportivo, tienen una responsabilidad única para transmitir y fomentar estos valores en sus atletas y seguidores porque ofrecen una plataforma de excelencia deportiva y un ambiente de alto rendimiento que va más allá de la enseñanza técnico y táctico. Estas entidades tienen la capacidad de influir significativamente en la formación del carácter de los deportistas. Al transmitir valores como la honestidad, la integridad y la responsabilidad, ayudan a los deportistas a desarrollar una mentalidad ganadora y a enfrentar los retos tanto dentro como fuera del campo de juego.

Transmitir valores deportivos de manera consistente y visible no sólo fortalece la imagen del club, sino que también envía un mensaje positivo a la sociedad, destacando la importancia de comportarse de manera ética y respetuosa, además de ayudar a fomentar una cultura deportiva saludable, que promueve la inclusión, la diversidad y el respeto mutuo, reforzando la cohesión social.

La competitividad es inherente al deporte de élite, pero ésta tiene que estar acompañada de un espíritu de fair play. La transmisión de valores deportivos ayuda a promover la idea de que ganar es importante, pero hacerlo de manera justa y respetuosa es esencial.

Los clubs de élite y sus deportistas suelen ser ídolos y modelos a seguir para muchas personas, especialmente para los jóvenes. Estos deportistas son admirados por sus habilidades deportivas, pero también por su conducta dentro y fuera del terreno de juego.

También tienen una responsabilidad social significativa. No sólo se tienen que enfocar en ganar campeonatos y conseguir éxitos deportivos, sino también a contribuir positivamente al desarrollo de la comunidad y sus miembros.

6.3 Clubs deportivos de alto nivel de deportes colectivos como medio idóneo para transmitir valores

Por todo ello, el deporte colectivo de alto nivel o de élite mallorquín lo consideramos un medio idóneo para la materialización de esta tarea de patrocinio publicitario deportivo. Debido a la masa social a la que llega y además, a todo tipo de perfiles de todas las edades y niveles sociales. Esto hace que la campaña “EsportNet” y “Amb l'esport net guanyam sempre!” para fomentar los valores, buenas conductas y hábitos saludables que lo quiere transmitir la Dirección Insular de Deportes lleguen fácilmente y de manera más significativa.

Estas entidades deportivas nos pueden facilitar elementos y canales de gran proyección para poder alcanzar los objetivos de la Dirección Insular de Deportes de hacer transmitir principios y valores deportivos relevantes para los ciudadanos de nuestra isla. Este hecho se convierte en una necesidad clave para la Dirección Insular de Deportes y se fundamenta en las siguientes ventajas:

1. Mayor audiencia potencial. Los deportes colectivos a menudo tienen una audiencia más amplia y diversa, lo que puede aumentar la visibilidad del mensaje que queremos transmitir y por lo tanto llegar a más personas. Tienen un mayor número de seguidores y fans ya que crean mucha más afición. Aparte de la competición, también crean un entorno de espectáculo que acompaña a la parte deportiva y por este motivo son deportes de entretenimiento y tiempo de ocio para muchas personas. Hay un mayor número de asistentes como público a los partidos de deportes colectivos. Además, en el público podemos ver personas de todas las edades, desde adultos hasta niños.

La repercusión mediática también es más elevada, ya que hay un mayor interés por conocer los resultados de los deportes colectivos que tienen un mayor número de seguidores. Por eso estos deportes salen mucho más a la prensa y a las televisiones.

2. Exposición continua: Los equipos y acontecimientos deportivos colectivos suelen tener temporadas más largas y continuas, lo que proporciona una exposición sostenida a lo largo del tiempo. Por lo tanto, la campaña de valores que queremos transmitir podrá estar en activo más tiempo durante el año.

Estos deportes están organizados ligas profesionales y no profesionales, y los equipos de renombre suelen estar televisados por televisiones públicas o por plataformas privadas donde retransmiten los partidos de las ligas. De esta manera sus mensajes y campañas pueden llegar a mucha más gente, que es lo que nos interesa.

3. Identificación con el espíritu de equipo: Los equipos de deportes colectivos pueden transmitir valores como el trabajo en equipo y la colaboración, acciones que están alineadas con los mensajes que queremos transmitir. Estos mensajes son mucho más visuales y se dan muchos más ejemplos en la práctica de deportes colectivos.

Los deportes colectivos suelen promover valores como la cooperación, se tiene que trabajar en conjunto para poder obtener un resultado. También fomentan los valores del liderazgo y el respeto. Se tienen que respetar las normas, las decisiones de otros compañeros, del árbitro o del entrenador.

Estos valores se refuerzan a través de la colaboración entran compañeros, el apoyo mutuo y la competencia saludable. La disciplina y el sacrificio son valores fundamentales que se tienen que aplicar en todo momento para poder llegar a un buen resultado en común.

Y finalmente el trabajo en equipo es esencial, ya que la cohesión del grupo y el buen entendimiento entre los componentes son muy importantes con el fin de obtener unos buenos resultados deportivos.

4. Oportunidad de activación: Patrocinar deportes colectivos puede ofrecer más oportunidades para involucrar los fans y seguidores a través de promociones y acontecimientos durante todo el año.

Para poder ser adjudicatario del contrato patrocinio, la Dirección Insular de Deportes establece los siguientes requisitos que obligatoriamente tienen que cumplir las entidades deportivas:

1. Participar en categoría absoluta masculina o femenina
2. Disputar ligas regulares (mínimo 10 enfrentamientos o jornadas) y que impliquen enfrentamientos con equipos de otras CCAA diferentes a las Islas Baleares
3. Las competiciones o jornadas que figuren en los calendarios de competiciones oficiales de las federaciones nacionales correspondientes y que estas contemplen más de una categoría nacional.
4. Serán competiciones en las que estén reguladas las pruebas clasificatorias que regulen los ascensos o descensos de categoría nacional.
5. Acreditar ser el equipo de máxima categoría de la modalidad o especialidad deportiva de Mallorca y participen en cualquiera de las competiciones de categoría nacional descritas a continuación:

Deporte	1ª categoría	2ª categoría	3ª categoría	4ª categoría
Baloncesto femenino	Liga femenina Endesa	Liga Challenge	Liga Femenina 2	
Baloncesto masculino	ACB	LEB Oro	LEB Plata	EBA
Baloncesto con silla de ruedas	División de honor BSR	1ª división BSR	2ª división BSR	
Fútbol americano	Serie A	Serie B		
Fútbol masculino	1ª división o Liga Santander	2ª división o Liga Smartbank	1ª RFEF	2ª RFEF
Fútbol femenino	1ª división o Iberdrola	1ª RFEF Futfem	2ª RFEF Futfem	1ª nacional futfem
Fútbol sala masculino	RFEF fútbol	2ª RFEF fútbol	2ª división B fútbol	
Fútbol sala femenino	RFEF fútbol femenino	2ª RFEF fútbol femenino		
Balonmano femenino	División de honor	División de honor plata		
Balonmano masculino	Asobal	División de honor plata	Primera nacional	
Hockey línea femenino	Élite femenino	Oro femenino		
Hockey línea masculino	Élite masculino	Oro masculino	Plata masculino	
Rugby masculino	División de honor	División de honor B		
Voleibol femenino	Superliga	Superliga 2	1ª división	
Voleibol masculino	Superliga	Superliga 2	1ª división	
Waterpolo femenino	División de honor	1ª división		
Waterpolo masculino	División de honor	1ª división	2ª división	

* El nombre de la competición es una referencia, siempre se tendrá en cuenta la categoría.

7. IMPORTE DEL PATROCINIO PUBLICITARIO

Para determinar hasta qué importe económico se quiere comprometer el Consejo de Mallorca, se tienen que analizar los impactos que tendrán las diferentes campañas publicitarias realizadas por entidades deportivas sobre la campaña “EsportNet” o la campaña “Amb l'esport net guanyam sempre!” y que valor de retorno tendrán.

El patrocinio publicitario concedido será un importe en función de las valoraciones hechas por una empresa especializada a partir de las valoraciones económicas en relación al impacto mediático de cada uno de los equipos y de sus ligas nacionales y de los puntos obtenidos de acuerdo con lo que establecen estos criterios:

7.1 Cantidad económica fija:

A partir del estudio para medir y analizar el impacto mediático de diferentes equipos de élite de Mallorca para el año 2023 y siguientes, se otorgarán las cantidades económicas fijas, como máximo, que se relacionarán a continuación:

- a. Equipos con un valor económico de impactos superior a 2.000.000 € un 2% del valor económico resultante de la valoración de los impactos, con un máximo de 60.000 € IVA exento.
- b. Equipos con un valor económico de impactos entre 1.500.000 a 1.999.999 € un 3% del valor económico resultante de la valoración de los impactos.
- c. Equipos con un valor económico de impactos entre 1.000.000 a 1.499.999 € un 5% del valor económico resultante de la valoración de los impactos.
- d. Equipos con un valor económico de impactos entre 999.999 a 500.000 € un 7% del valor económico resultante de la valoración de los impactos.
- e. Equipos con un valor económico de impactos entre 499.999 a 300.000 € un 9% del valor económico resultante de la valoración de los impactos.
- f. Equipos con un valor económico de impactos entre 299.999 a 200.000 € un 13% del valor económico resultante de la valoración de los impactos.
- g. Equipos con un valor económico de impactos entre 199.999 a 100.000 € un 15% del valor económico resultante de la valoración de los impactos.
- h. Equipos con un valor económico de impactos entre 99.999 a 50.000 € un 17% del valor económico resultante de la valoración de los impactos.
- i. Equipos con un valor económico de impactos menor de 49.999 € un 19% del valor económico resultante de la valoración de los impactos.

7.2 Cantidad económica variable:

A la cuantía económica fija, se le añadirá una cuantía variable, que se establecerá en función de los siguientes ítems:

1. Escuela de iniciación deportiva no federada.

Se valorarán los niños y niñas inscritos formalmente por el club y que hayan participado en el programa JEE de la DIE durante el año 2023 (o ejercicios posteriores). 1 punto por cada 5 niños y niñas inscritos y hasta un máximo de 25 puntos. Esta relación de deportistas se acreditará con un certificado emitido por el técnico deportivo comarcal del Consejo de Mallorca.

2. Equipos federados de deporte base.

Se valorarán los equipos de categorías de base (6 a los 16 años, con sus nomenclaturas particulares de cada federación) inscritos formalmente la temporada 2023-24 (o temporadas posteriores), en una competición oficial relacionada con una federación deportiva inscrita en el registro oficial de entidades deportivas de la CAIB o delegación de una federación nacional reconocida por el CSD. 3 puntos por equipo y hasta un máximo de 25 puntos. Esta relación de equipos se acreditará con un certificado federativo donde consten la relación de equipos y la categoría.

3. Resto de equipos federados o filiales.

Se valorarán el resto de equipos del club inscritos formalmente la temporada 2023-24 (o temporadas posteriores), en una competición oficial relacionada con una federación deportiva inscrita en el registro oficial de entidades deportivas de la CAIB o delegación de una federación nacional reconocida por el CSD. 2 puntos por equipo participando en una liga insular, 3 puntos por equipo participante a una liga autonómica y 5 puntos por equipo participante a una liga nacional y hasta un máximo de 25 puntos. Esta relación de equipos se acreditará con un certificado federativo donde consten la relación de equipos y la categoría.

4. Puntos adicionales por resultados deportivos.

Se valorará con 25 puntos adicionales, si el club ha conseguido un ascenso de categoría, un título oficial durante la temporada 2022-23 (o temporadas posteriores) o bien si se ha clasificado para disputar competiciones internacionales para la temporada 2023-24 (o temporadas posteriores).

La cuantía económica variable total a distribuir entre las entidades deportivas que se patrocinarán será el importe establecido en la aplicación presupuestaria del ejercicio correspondiente, descontado los importes totales de la cuantía económica fija.



Para determinar el importe de la cuantía variable, la Dirección Insular de Deportes puede requerir a las entidades deportivas la aportación de la documentación necesaria para la valoración.

Se limitará el importe total del patrocinio al 50% de la liquidación final del ejercicio 2022 (o ejercicios posteriores) del club aprobado por la asamblea general ordinaria durante el año 2023 (o años posteriores). Esta liquidación se acreditará con una copia del acta de la asamblea general ordinaria o bien con un certificado del secretario del club.

El importe del patrocinio no puede ser superior al valor de mercado.

Una vez realizadas las campañas de publicidad, se tendrá que presentar la memoria de actuaciones junto con el informe de valoración de los derechos de patrocinio publicitario y del valor de retorno de las acciones publicitarias.

8. PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN

Para llegar a la formalización del contrato de patrocinio publicitario con la Dirección Insular de Deportes del Consejo de Mallorca, se seguirán los procedimientos establecidos a la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de contratos del sector público, por la cual se invierten 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

9. VIGENCIA DEL PLAN DE PATROCINIO

Este del Plan será vigente hasta el 31 de diciembre de 2027, sin perjuicio de poder ser prorrogado tácitamente al finalizar hasta la aprobación del nuevo Plan de patrocinio.

Sin perjuicio de la vigencia señalada, el Consejo de Mallorca podrá revisarlo o modificarlo antes de que acabe el periodo de vigencia, si así lo considera oportuno.”

3. Publicar este Acuerdo en el Boletín Oficial de las Islas Baleares.

Palma, 27 de enero de 2026

El vicepresidente segundo y consejero ejecutivo de Medio Ambiente, Medio Rural y Deportes

Pedro Bestard Martínez