



Criterios de admisibilidad de Patrocinios, JPS

Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas
2020

Requisitos indispensables para solicitar patrocinio a la JPS

- El patrocinio deber ser solicitado por una persona física o jurídica, la cual debe estar debidamente registrada en Sicop, estar al día en sus obligaciones con la CCSS y Fodesaf, así como tener firma digital por parte del representante legal (en el caso de personas jurídicas). *Si la organización no aparece como patrono ante la CCSS, deberá incluir una declaración firmada por el representante legal, donde se justifique por qué no aparece inscrita como tal.* Lo anterior porque todo patrocinio se tramita como contratación administrativa; esto significa que todo el trámite se realiza en la plataforma Sicop.
- La solicitud deberá presentarse como **mínimo con dos meses de anticipación** a la fecha(s) del evento(s), y respetando los periodos de recepción de solicitudes de patrocinios mencionados más adelante.
- La organización o persona interesada en solicitar patrocinio, deberá enviar por medio de correo electrónico, una carta firmada digitalmente a la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas de la Junta de Protección Social (mvillalobos@jps.go.cr). Dicha carta deberá contener:
 - a. **Objetivo de la actividad** a patrocinar por parte de la Junta de Protección Social.
 - b. **Alcance** de la actividad (cantidades de personas participantes directas e indirectas en el evento).
 - c. Monto solicitado para el patrocinio, en **colones**.
 - d. Incluir un listado con los **beneficios** que obtendría la Junta de Protección Social, en caso de que el patrocinio fuese aprobado. Estos deben venir explicados detalladamente, incluyendo su respectiva cuantificación en colones (por cada beneficio).
- Además del oficio, la persona u organización interesada, deberá llenar el formulario de solicitud de patrocinio, el cual se podrá descargar en la página www.jps.go.cr. Si no se presentan ambos requisitos (carta y formulario) debidamente llenos, la Unidad de Comunicación y RRPP no se responsabiliza de dar continuidad a la solicitud presentada.
- No se podrán adelantar solicitudes para periodos posteriores al semestre para el que se está recibiendo la documentación.
- Solo se recibirán solicitudes vía correo electrónico, sin excepción alguna. Se recibirán solicitudes previas al periodo de recepción, sin embargo, se analizarán en el periodo establecido para el análisis.

Criterios de Admisibilidad de Patrocinios

La Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas de la JPS, ha definido **dos periodos al año** para la recepción de solicitudes de patrocinio, detallados a continuación:

Para eventos que se llevan a cabo durante el **primer semestre (del 01° de enero al 30 de junio)**.

Recepción de solicitudes: del 01° de setiembre al 15 de noviembre del año anterior al evento, sin excepciones.

Siempre considerando los dos meses mínimos requeridos para efectuar el trámite. Por ejemplo: si usted requiere un patrocinio un 04 de enero, tiene que haber presentado la solicitud completa a más tardar el 04 de noviembre anterior; pero si el evento fuese un 16 de enero, no podrá excederse del 15 de noviembre para presentar la solicitud de patrocinio completa y correctamente llena.

Para eventos que se llevan a cabo durante el **segundo semestre (del 01° de julio al 31 de diciembre)**.

Recepción de solicitudes: del 01° de marzo al 15 de mayo del mismo año del evento, sin excepciones.

Siempre considerando los dos meses mínimos requeridos para efectuar el trámite. Por ejemplo: si usted requiere un patrocinio un 12 de julio, tiene que haber presentado la solicitud completa a más tardar el 12 de mayo anterior. En el caso de que usted solicite un patrocinio para el 28 de julio, no podrá excederse del 15 de mayo para presentar la solicitud de patrocinio completa y correctamente llena.

- Los aspectos que considerará la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas para priorizar la presentación de solicitudes de patrocinios para conocimiento y aprobación de Junta Directiva son los siguientes, previo cumplimiento de los requisitos mínimos anteriormente mencionados son:

Criterios de admisibilidad	Nota máxima
A. Presencia en medios	25 puntos
B. Prioridad de exposición de marca VS otros patrocinadores	20 puntos
C. Cantidad de participantes (directos e indirectos)	15 puntos
D. Rendimiento Sobre la Inversión (ROI)	10 puntos
E. Concordancia con área de atención de la JPS	10 puntos
F. Actividad deportiva o cultural sin fin de lucro	10 puntos
G. Frecuencia de solicitud	10 puntos
TOTAL	100 puntos*

* La nota mínima es de 70 puntos

A continuación se presenta un detalle para la evaluación de cada criterio:

A. Presencia en medios nacionales	
Televisión	5 puntos
Radio	5 puntos
Medios impresos (periódicos, revistas, boletines, volantes, etc.)	5 puntos
Medios digitales (RRSS, páginas web, blogs, canales YouTube, etc.)	5 puntos
Publicidad gran formato	5 puntos
Sumatoria	25 puntos

B. Prioridad de exposición de marca	
Patrocinador exclusivo	20 puntos
De 2 a 3 patrocinadores	15 puntos
Más de 3 patrocinadores	10 puntos
Copatrociniños o invitan	5 puntos
Nota máxima	20 puntos

C. Cantidad de participantes (directos e indirectos)	
Más de 10 mil	15 puntos
De 10 mil a 5 mil	10 puntos
Menos de 5 mil	5 puntos
Nota máxima	15 puntos

D. Rendimiento Sobre la Inversión (ROI)*	
Igual o más de 100%	10 puntos
Menos de 100%	5 puntos
Cero o menos	0 puntos
Nota máxima	10 puntos

* $(\text{Total de servicios ofrecidos} / \text{Costo del patrocinio} - 1) \times 100 = \text{ROI}$

E. Concordancia con áreas de atención	
Sí	10 puntos
No	0 puntos
Nota máxima	10 puntos

F. Actividad deportiva o cultural sin fines de lucro	
Sí	10 puntos
No	0 puntos
Nota máxima	10 puntos

G. Frecuencia de solicitudes presentadas	
Primera vez	10 puntos
Segunda vez	5 puntos
Tres o más veces	0 puntos
Nota máxima	10 puntos

Aspectos importantes a considerar:

- La obtención de una nota igual o mayor a 70 puntos, según criterios técnicos de evaluación anteriormente mencionados, únicamente determina la condición de admisible de la solicitud, **no garantiza a la entidad o persona solicitante que se le otorgará el patrocinio**, ya que la decisión final estará supeditada a la aprobación de Junta Directiva.
- La Junta Directiva se reserva el derecho de aprobar o rechazar una solicitud de patrocinio, previo análisis de la recomendación técnica proporcionada por la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas y mediante la emisión de una resolución que justifique los motivos y causas justificadas que sustenten su decisión. (ver anexo 2).
- La Junta Directiva o alguno de sus miembros pueden proponer el análisis de una solicitud de patrocinio diferente a las contempladas en la recomendación técnica de la Unidad de Comunicación. En tal caso, esa solicitud debe ser sometida al análisis técnico y legal que corresponda; su aprobación queda sujeta a la existencia de disponibilidad presupuestaria.
- El interesado en solicitar patrocinio deberá tomar en cuenta que, en caso de que la solicitud sea aprobada por la Junta Directiva, la cancelación o pago del patrocinio se hará hasta después de haber concluido el evento, previa aprobación del informe de resultados y evidencias del cumplimiento de todos los beneficios indicados en el formulario de solicitud que deberá presentar a la Unidad de Comunicación y Relaciones Públicas, a más tardar 30 días de concluido el evento.
- Los patrocinios solicitados, deberán estar orientados o relacionados con el quehacer de la Institución, que generen un valor agregado a la gestión e imagen que la Junta de Protección Social promueve.
- En caso de que el solicitante sea una organización que forme parte de los programas que la Junta de Protección Social apoya, esta no podrá recibir recursos de otras organizaciones para el patrocinio solicitado; siempre y cuando el monto total del patrocinio lo pueda cubrir la Junta de Protección Social.
- Si se tratase de un patrocinio en el que medie la formalización de un contrato por un plazo determinado, este deberá ser analizado por la Junta Directiva, Gerencia General y la Asesoría Jurídica, para determinar la viabilidad del mismo.
- Los patrocinios contratados deben ser únicamente por un periodo específico.

- Ninguna solicitud de patrocinio puede ir en contra de los intereses institucionales, ni comprometer la misión, la visión de la Junta de Protección Social, ni a ninguno de sus programas o áreas de atención.
- Los beneficios de cada patrocinio, se prescribirán con base en lo que ofrezca la empresa o persona física que solicite el patrocinio (Imagen Institucional).
- La persona u organización solicitante del patrocinio deberá considerar el artículo No. 21 de la Ley No. 7794 (Ley de Contratación Administrativa), que dice:

Artículo 21.-Verificación de procedimientos.

Es responsabilidad del contratista verificar la corrección del procedimiento de contratación administrativa, y la ejecución contractual.

Anexo 1: Cronograma del proceso de patrocinio, JPS.

Este cronograma indica todo el procedimiento anterior a la aprobación de un patrocinio (60 días naturales / 2 meses).

Cronograma de patrocinios JPS

ACTIVIDAD	DÍA INICIAL	DÍA FINAL	DURACIÓN ACTIVIDAD	DEPENDENCIA RESPONSABLE
Recepción de solicitud de patrocinio	1	1	1	Comunicación y RRPP
Revisión del formulario y envío de observaciones	1	3	3	Comunicación y RRPP
Se recibe el formulario corregido	4	11	8	Comunicación y RRPP
Elaboración de oficio para Gerencia General	12	12	1	Comunicación y RRPP
Desarrollo de presentación para Junta Directiva	12	13	2	Comunicación y RRPP
Remisión de insumos (solicitud, oficio y presentación) a la Gerencia General	14	14	1	Comunicación y RRPP
Inclusión en agenda de Junta Directiva	15	29	15	Gerencia General
JD aprueba o rechaza el patrocinio	30	30	1	Junta Directiva
Redacción de acuerdo de JD	31	31	1	Secretaría de Actas
Envío de acuerdo de JD	31	32	2	Secretaría de Actas
Recepción de acuerdo de JD	32	32	1	Comunicación y RRPP
Elaboración análisis costo-beneficio	32	33	2	Comunicación y RRPP
Elaboración de decisión inicial	32	33	2	Comunicación y RRPP
Elaboración de resolución motivada	32	33	2	Comunicación y RRPP
Remisión de decisión inicial y resolución motivada para firma de la Gerencia General	33	40	8	Gerencia General
Recepción de decisión inicial y resolución motivada firmadas por Gerencia General	41	41	1	Comunicación y RRPP
Inclusión del patrocinio en el sistema de compras JPS	41	42	2	Comunicación y RRPP
Asignación de responsable de proceso de compras	42	44	3	Recursos Materiales
Revisión de la documentación ingresada al sistema de compras	43	52	10	Recursos Materiales
Solicitud de informe técnico de recomendación	53	53	1	Recursos Materiales
Elaboración de informe técnico de recomendación	53	54	2	Comunicación y RRPP
Envío de informe técnico de recomendación	53	54	2	Comunicación y RRPP
Formalización del la compra de patrocinio	54	58	5	Recursos Materiales
Remisión de orden de compra	59	60	2	Recursos Materiales

Glosario

Alcance de publicaciones en Facebook: es el número de personas que han visto en su pantalla alguna publicación de tu página.

Alcance orgánico: es el número de personas que han visto en su pantalla alguna publicación no pagada procedente de tu página. El alcance orgánico puede dividirse en viral y no viral.

Alcance pagado: es el número de personas que han visto en su pantalla alguna publicación pagada procedente de tu página.

Branding: la construcción de una marca con el objetivo de crear ilusión a través de expectativas y culminarla con experiencias de marca relevantes que, como mínimo, satisfagan esas promesas generando vínculos estrechos con la marca.

Imagen de marca: es la representación mental de los valores o atributos que perciben los públicos externos de una organización. En este caso de la Junta de Protección Social.

Mecenazgo: Contribución financiera o material de una empresa o entidad a la celebración de un acontecimiento, al sostenimiento de una persona o a la ejecución de un proyecto, ajenos a la actividad normal que desarrollan, sin contrapartida directa por parte del beneficiario.

Patrocinio: consiste en un convenio o acuerdo entre dos personas (jurídicas o físicas) en el cuál, una de las partes llamada patrocinador, entregará una contraprestación (monetaria o material) a otra llamada patrocinada, con el fin de que esta última exponga su marca o producto públicamente. La idea es que los clientes asocien la marca JPS con alguna actividad o persona que represente valores o cualidades que atraigan a sus clientes. **El objetivo final del patrocinio es atraer clientes y aumentar las ventas.**

Patrocinado: persona u organización cuya actividad es patrocinada por otra persona o por una entidad.

Pauta publicitaria: se refiere a un conjunto de espacios en publicidad que se seleccionan para comunicar algo durante un periodo de tiempo determinado.

Posicionamiento: hace referencia al lugar que ocupa una organización y su marca, según lo que el público percibe, siempre en comparación con otras marcas de la competencia.

Público objetivo: es aquel a quien va dirigida las acciones de los patrocinios, es decir el consumidor. Ve, opina y recibe los mensajes implícitos en el acto del patrocinio a través de los medios de comunicación.

Responsabilidad Social Empresarial: La Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad.