**ANEXO II**

**MEMORIA DESCRIPTIVA DEL PROYECTO**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nombre del evento** |  |
| **Fecha prevista de ejecución del evento** |  |

**CRITERIOS DE VALORACIÓN OBJETIVA:**

**1.- Proyección y consolidación del evento**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1.- Número de ediciones celebradas del evento |  |
| 1.2.- Número de asistentes al evento |  |
| 1.1.- Número de islas en las que se celebra el evento |  |
| 1.4.- Ejecución del evento en alguna de las siguientes islas: La Gomera, La Palma, El Hierro y/o La Graciosa |  |

|  |
| --- |
| **0.- Breve descripción del evento:**[Descripción de las actividades a realizar, temporalización del evento, medios a utilizar para la realización del proyecto] |

|  |
| --- |
| **0.- Breve descripción del evento:**[Descripción de las actividades a realizar, temporalización del evento, medios a utilizar para la realización del proyecto] |

**CRITERIOS DE VALORACIÓN SUBJETIVA (máximo 50 puntos, deberán alcanzar un mínimo de 25 puntos para que se valore la parte objetiva):**

**1.- Valor y calidad del evento y coherencia con los objetivos y fines de la convocatoria**

|  |
| --- |
| **1.1.- Atracción de demanda en origen e Impacto en la imagen de Canarias (máximo 20 puntos):**[Especificar la capacidad que tiene el evento para generar atracción turística hacia el Archipiélago Canario: definición de los mercados de origen y perfil del potencial turista][Describir la capacidad del evento de proyectar una imagen acorde a los objetivos de la marca Islas Canarias] |

|  |
| --- |
|  |
| **1.2.- Incorporación de otros sectores relacionados o vinculados que conforman la cadena de valor turística, participación de la población y empresariado regional (máximo 7,5 puntos):**[Definir:1. Participación de la población local en la organización/ejecución del evento: hasta 3,75 puntos
2. Contratación de empresas locales: hasta 3,75 puntos]
 |
| **1.3.- Carácter innovador del evento (máximo 7,5 puntos):**[Capacidad de crear propuestas originales que potencien aun más los valores del destino y que atraigan a nuevos segmentos de clientes y mercados] |