

RESOLUCIÓN DEL DIRECTOR-GERENTE DE PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A. POR LA QUE SE ESTABLECEN LAS BASES GENERALES QUE RIGEN LA CONVOCATORIA DEL PROCESO DE SELECCIÓN DE PROYECTOS Y/O EVENTOS PRESENCIALES ORGANIZADOS POR ENTIDADES PRIVADAS, Y SUSCEPTIBLES DE GENERAR UN RETORNO PUBLICITARIO A LA MARCA “ISLAS CANARIAS” Y AL DESTINO TURÍSTICO ISLAS CANARIAS EN EL PROCESO DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DEL ARCHIPIÉLAGO CANARIO Y POR LA QUE SE CONVOCA EL PROCESO DE SELECCIÓN CORRESPONDIENTE AL AÑO 2025.

Promotur Turismo Canarias, S.A. es una sociedad mercantil pública adscrita a la Consejería de Turismo y Empleo del Gobierno de Canarias cuyo objeto social, conforme al artículo 4º de sus vigentes estatutos sociales, es *"el estudio, promoción, fomento, difusión y comercialización de los distintos productos y servicios turísticos de Canarias y la potenciación de la oferta turística del Archipiélago"*.

En el marco de su fin general, Promotur Turismo Canarias, S.A. es responsable de la gestión de la marca turística “Islas Canarias”, registrada en la Oficina Española de Patentes y Marcas desde el año 2012.

El Instrumento de Planificación Estrategia 2022 – 2024 de Promotur Turismo Canarias, S.A. recoge el propósito de la Institución, siendo este el impulso de la transformación del modelo turístico canario para la mejora de su resiliencia, el incremento de su compromiso con la neutralidad climática y la potenciación de su capacidad de generar valor en favor de la economía y los ciudadanos de Canarias.

En este contexto, Promotur Turismo Canarias, S.A. impulsa la presente convocatoria para seleccionar proyectos de eventos celebrados de manera presencial en Canarias que sean susceptibles de patrocinio por su capacidad para generar **retorno publicitario** a la marca “Islas Canarias” y de Canarias como destino turístico en sí mismo. Este es en esencia el objetivo general que persigue la presente convocatoria, cuya consecución permitirá obtener tres metas claras.

- Lograr una mayor optimización y potenciación de la marca “Islas Canarias” y del destino turístico de Canarias, para atraer el interés del potencial visitante hacia el archipiélago canario en su conjunto para que, desde ese interés, visite y disfrute de sus vacaciones en la isla o islas que desee, ya sea en el mismo viaje o en viajes sucesivos.
- Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario, siendo todo ello paralelo al aumento de la notoriedad de la referida marca, cuya gestión compete a Promotur Turismo Canarias, S.A., ya la notoriedad y la resonancia

de la actividad susceptible de ser patrocinada, incrementa el conocimiento de la marca “Islas Canarias” o “Islas Canarias Latitud de Vida” respecto al público objetivo del evento y se favorece la imagen del destino turístico Islas Canarias, lo que redundará en el impulso -del turismo del Archipiélago.

Volviendo a incidir en el objeto principal de la convocatoria, que es el retorno publicitario, este se define según el Informe 13/2012, de 11 de julio, de la Junta Consultiva de Contratación Administrativa de Aragón, como una publicidad de carácter indirecto que consiste fundamentalmente en que el patrocinado permite que el patrocinador haga pública su colaboración económica en la actividad del patrocinado y también, si así se estipula, en que el patrocinado realice comportamientos activos con esa misma finalidad. El patrocinador a cambio disfruta de la notoriedad y de la resonancia de la actividad que desarrolla el patrocinado, con el fin de incrementar entre el público el conocimiento de su nombre o marca y de favorecer su imagen.

La consecución del citado objetivo general requiere de manera instrumental la formalización de un contrato privado de patrocinio, que se define en el art. 22 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad como *“aquél por el que el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador”*.

El precitado retorno publicitario se generará, al ejecutar la actuación en la que consiste la presente convocatoria, persiguiendo un impacto para los mercados emisores, regional, o el nacional y el europeo al diversificarse la oferta de eventos presenciales en destino con repercusión de la marca y del destino turístico en Canarias.

La presente convocatoria se articula en cinco (5) líneas de actuación:

1. Eventos culturales con incidencia turística y susceptibles de generar retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias.
2. Eventos deportivos con incidencia turística y susceptibles de generar retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias.
3. Eventos de negocios/científicos/académicos con incidencia turística y susceptibles de generar retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias.
4. Eventos eminentemente turísticos susceptibles de generar retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias.
5. Eventos gastronómicos con incidencia turística y susceptibles de generar retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias

La selección de eventos por su capacidad para generar retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico de Islas Canarias se instruirá de acuerdo a las Bases Generales anexas a esta Resolución y, una vez concluida la selección indicada, el patrocinio oportuno se formalizará siguiendo 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 2014; así como su Reglamento y normativa de desarrollo, en tanto continúe vigente y resulte de aplicación, en coherencia con el Informe 4/2022, de 8 de abril, y el Informe 3/2018, ambos de la Junta Consultiva de Contratación Administrativa de Canarias; así como toda aquella normativa que le sea de aplicación por referencia.

En mérito de lo anterior, y en uso las facultades atribuidas a este Director-Gerente en virtud de escritura pública de fecha 15 de mayo de 2023, e inscrita el 12 de junio de 2023, ratificada por el Consejo de Administración de Promotur Turismo Canarias, S.A. en sesión celebrada el 19 de octubre de 2023,

RESUELVO

Primero. - APROBAR las Bases Generales que rigen la convocatoria del proceso de selección de proyectos de eventos presenciales organizados por entidades privadas susceptibles de generar retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias en el proceso de dinamización turística del archipiélago canario, para su posterior formalización de contratos de patrocinio.

Segundo.- APROBAR el gasto correspondiente al importe máximo de la convocatoria con base en el informe de existencia de financiación emitido por la Directora de planificación y control financiero de esta sociedad pública mercantil.

Tercero. CONVOCAR el proceso de selección correspondiente al año 2025 de proyectos de eventos presenciales organizados por entidades privadas y susceptibles de generar retorno publicitario de la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias en el proceso de dinamización turística del archipiélago canario. La convocatoria abarcará los eventos celebrados entre **el 01 de abril y el 15 de diciembre de 2025.**

Cuarto. INICIAR el plazo para la presentación de solicitudes en los términos indicados en las bases de referencia, a partir del lunes **09 de diciembre de 2024 a las 12:30 horas (horario insular).**

Quinto. - ORDENAR la publicación de esta Resolución, de las bases y de los anexos que la acompañan, en la siguiente web corporativa que, a todos los efectos, se establecerá como el medio para la presentación de solicitudes y documentación complementaria a fin de dar cumplimiento de los trámites pertinentes:

<https://turismodeislascanarias.com/es/convocatoria-de-patrocinijs>

En Las Palmas de Gran Canaria, en la fecha que consta en la firma electrónica.

**DIRECTOR-GERENTE
PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.
D. José Juan Lorenzo Rodríguez**

BASES GENERALES PARA LA SELECCIÓN DE PROYECTOS Y/O EVENTOS PRESENCIALES ORGANIZADOS POR ENTIDADES PRIVADAS, Y SUSCEPTIBLES DE GENERAR RETORNO PUBLICITARIO DE LA MARCA “ISLAS CANARIAS” Y AL DESTINO TURÍSTICO ISLAS CANARIAS EN EL PROCESO DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DEL ARCHIPIÉLAGO CANARIO, CORRESPONDIENTE AL AÑO 2025 (AJ 33/2024 CP).

1.- ANTECEDENTES

Promotur Turismo Canarias, S.A. tiene entre sus prioridades y objetivos promocionar e impulsar la marca y el destino turístico “Islas Canarias”, entre otros. En este marco, se pretende con esta acción seleccionar diferentes proyectos y/o eventos presenciales que sean susceptibles de patrocinio por su capacidad de generar retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias, de manera que hagan del destino un entorno diferenciado con una cartera de eventos multidisciplinar con capacidad de atracción turística, generando un impacto en su imagen.

El **retorno publicitario** que obtiene la marca “Islas Canarias” y el destino turístico Islas Canarias gracias al patrocinio de eventos presenciales celebrados en el Archipiélago, aporta notoriedad a la referida marca, produciendo un considerable impacto en dicho destino turístico. Por ello, se considera imprescindible la participación de entidades privadas en la presente convocatoria para la difusión de la marca y el retorno publicitario a la misma en los eventos presenciales de diversa índole a celebrar en destino, en virtud de los cuales las entidades patrocinadas difundan la marca “Islas Canarias”, el destino turístico Islas Canarias y favorezcan el mejor posicionamiento de la marca en la mente del consumidor final.

2.- 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 proyectos de eventos presenciales que se ejecuten en el ámbito territorial de las Islas Canarias susceptibles de generar publicidad y notoriedad a la marca “Islas Canarias” y al propio archipiélago canario como destino turístico, así como un retorno publicitario a dicha marca y destino.

La finalidad última de la convocatoria es la selección de aquellos eventos desarrollados en Canarias con mayor capacidad para generar retorno publicitario a la marca “Islas Canarias”, de forma tal que se vigorice la imagen de las Islas Canarias y se favorezca la potenciación del destino turístico, así como el mejor posicionamiento

de la marca que implique, entre otras cosas, elevar su reconocimiento público favoreciendo la notoriedad de la misma.

Dicha selección se efectuará atendiendo a los criterios de valoración que se prevén en las presentes bases y conllevará la posterior formalización del patrocinio en un contrato privado a suscribir entre Promotur Turismo Canarias, S.A., como patrocinador, y la entidad, cuya solicitud haya resultado seleccionada en dicho marco, como patrocinado.

3.- PRINCIPIOS QUE RIGEN LA PRESENTE CONVOCATORIA

La presente convocatoria se rige en todo momento por los principios de igualdad, objetividad, publicidad, transparencia, eficacia y eficiencia en la utilización de los recursos económicos y se dirige a entidades privadas pertenecientes a los diferentes sectores de las Islas que organicen, gestionen y lleven a cabo eventos o actividades de carácter presencial y susceptibles de generar un retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias en los diferentes mercados segmentos en los que opera y para los potenciales visitantes.

4.- DEFINICIONES

A efectos de aplicación de la presente convocatoria, se entenderá por:

“Marca”: es un signo distintivo. Su función es la de diferenciar e individualizar en el mercado unos productos o servicios de otros productos o servicios idénticos o similares, así como identificar su origen. Por tanto, sirve de indicador de calidad y como medio de promoción.

“Posicionamiento de marca”: estrategia que promueve una imagen o idea respecto a una empresa/marca en la mente de las personas. Esto implica fomentar su presencia, elevar su reconocimiento público y potenciar la influencia en la toma de decisión del consumidor.

“Patrocinio”: aquel negocio jurídico por el que el patrocinado, a cambio de una contraprestación económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.

“Patrocinador”: persona o entidad que apoya o patrocina las actividades de otra persona o entidad con fines publicitarios. En el marco de esta convocatoria, ostentará dicha condición Promotur Turismo Canarias, S.A.

“Patrocinado”: persona o entidad con la que el patrocinador formaliza un patrocinio. En el marco de esta convocatoria, el “solicitante/interesado” que resulte seleccionado y con el que posteriormente se culmine el correspondiente expediente de contratación mediante la formalización de un contrato de patrocinio.

“Evento en destino”: aquella actividad que cuente con una programación coherente, y no de forma aislada, realizada de manera presencial en las Islas Canarias, ya sea en una, varias islas o en todas las islas que integran el archipiélago canario, que tenga relación con el objeto y finalidad de esta convocatoria y cuente con capacidad real para generar atracción turística hacia las Islas Canarias.

Evento con “incidencia turística”: aquél que genera un impacto directo en la atracción y el comportamiento de los turistas hacia un destino, influyendo de manera positiva en la llegada de turistas al destino, la duración de su estancia, el estímulo de la economía local o enriquecer la experiencia del turista en destino.

“Retorno publicitario”: El patrocinador a cambio de contraprestación económica disfruta de la notoriedad y de la resonancia de la actividad que desarrolla el patrocinado, con el fin de incrementar entre el público el conocimiento de su nombre o marca y de favorecer su imagen.

5.- ÁMBITO OBJETIVO

5.1.- Líneas de actuación de los eventos susceptibles de selección

Los eventos a que se dirige esta convocatoria se enmarcan en cuatro (4) líneas de actuación diferenciadas, debiendo tener los mismos una incidencia turística constatable, así como capacidad para generar retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias.

Línea 1: Eventos culturales con incidencia turística y susceptibles de generar retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias.

Se engloban en esta línea de actuación los eventos culturales con un marcado carácter turístico que consistan en actividades vinculadas a las artes del movimiento, artes escénicas, música y arte sonoro, el Cine o Audiovisuales.

Respecto a las artes escénicas se engloban en esta línea de actuación siempre que los eventos indicados tengan un marcado carácter turístico, y que se realicen o

comprenda la realización de actividades exclusivamente al aire libre, quedando excluidos de la presente línea los eventos de artes escénicas realizados en espacios escénicos como teatros, salas, auditorios, palacios, arena, talleres, etc.

Línea 2: Eventos deportivos con incidencia turística y susceptibles de generar retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias.

Se engloban en esta línea de actuación los eventos vinculados al deporte con un marcado carácter turístico; incluyéndose tanto los eventos que comprendan la realización de actividades de estas disciplinas propiamente dichas, como aquellos que promuevan la investigación e innovación de las mismas y que se desarrollan en forma de seminarios y/o congresos.

Quedan excluidos de la presente línea los eventos deportivos que formen parte de circuitos deportivos correspondientes a ligas profesionales y/o *amateurs*, campeonatos, copas y torneos de federaciones deportivas regionales y/o nacionales.

Línea 3: Eventos de negocios/científicos/académicos con incidencia turística y susceptibles de generar retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias.

Se engloban en esta línea de actuación los eventos, que estén relacionados con el turismo o que tengan incidencia turística justificada, vinculados a la actividad de negocios, científica o académica; incluyéndose tanto los eventos que comprendan la realización de actividades de estas disciplinas propiamente dichas como aquellos que promuevan la investigación e innovación de las mismas y que se desarrollan en forma de seminarios, congresos y /o ferias.

Línea 4: Eventos eminentemente turísticos susceptibles de generar retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias.

Se engloban en esta línea de actuación los eventos vinculados a la actividad del turismo; incluyéndose tanto los eventos que promuevan la realización de actividades turísticas, como aquellos que promuevan la investigación e innovación de estas y que se desarrollan en forma de seminarios, congresos, y/o ferias con aforo abierto al público en general.

Línea 5: Eventos gastronómicos con incidencia turística y susceptibles de generar retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias.

Se engloban en esta línea de actuación los eventos vinculados a la gastronomía con un marcado carácter turístico.

5.2.- 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 las **líneas de actuación** indicadas en la **Base núm. 5.1**.
- b) Que sean **eventos presenciales** a desarrollar en el ámbito territorial de Canarias y que generen atracción al Archipiélago.

En caso de que restricciones sanitarias u otras circunstancias de fuerza mayor impidan la celebración del evento que hubiera sido seleccionado en las circunstancias previstas, (la celebración total del evento de forma presencial), Promotur podrá realizar la formalización del patrocinio en el supuesto de que la celebración del mismo presencialmente se realice en un cincuenta por ciento (50%), y, siempre y cuando conste que la celebración del evento concernido con ese cambio inherente a dichas circunstancias cumpla con las condiciones de un retorno publicitario mínimo.

- c) Que generen un retorno publicitario en el proceso de dinamización turística.

A efectos de determinar la obtención del pretendido retorno publicitario, el evento deberá cumplir con las siguientes **condiciones mínimas y acumulativas** de repercusión mediática en relación con el importe del patrocinio concedido :

Contraprestación económica estimada por la realización del objeto del contrato de patrocinio	ROI* mínimo exigido para la marca islas Canarias
0 - 75.000 euros	+ 50%
75.000 euros - 100.000 euros	+ 75%
100.000 euros - 150.000 euros	+ 100%

Para medir el éxito del acuerdo de patrocinio entre el PATROCINADO y la marca Islas Canarias se utilizará el ROI.

(*) 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.

A la finalización del evento, el patrocinado deberá emitir y hacer efectiva la entrega de un informe donde se analice el ROI obtenido por la marca Islas Canarias como resultado del patrocinio.

Dicho informe deberá analizar el retorno sobre la inversión (ROI) del patrocinio, considerando todos los canales de promoción utilizados, medios propios, pagados y ganados, teniendo en cuenta siempre la percepción pública de la marca, y deberá realizarlo una agencia/consultora independiente.

Para el cálculo del ROI se utilizará la siguiente fórmula:

$$ROI = \frac{\text{Valor generado} - \text{importe del patrocinio}}{\text{importe del patrocinio}} \times 100$$

Donde:

- **Valor generado (valor publicitario):** Estimación del valor económico que tendría la cobertura mediática que recibe la marca Islas Canarias a través del patrocinio si se hubiese comprado como publicidad. Debe considerar todos los canales de promoción utilizados, medios propios, pagados y ganados, teniendo en cuenta siempre la percepción pública de la marca.
- **Importe de patrocinio:** Importe económico que una marca o empresa paga para asociarse con un evento, actividad, equipo, organización o iniciativa a través de un acuerdo de patrocinio.

Estas condiciones se establecen a fin de admitir la participación de la convocatoria y se valorarán conforme a los criterios de valoración que se fijan

en estas bases y así en el informe en el que se documente la equivalencia de las prestaciones del patrocinio del evento seleccionado.

Esta condición se acreditará inicialmente con la presentación de la solicitud mediante una declaración de compromiso, (Anexo XII), en el que se suscriba que el evento participante en esta convocatoria cumplirá con estos mínimos establecidos, y que se acreditará su cumplimiento en la fase de Justificación mediante el informe ROI de empresa externa. Si estos extremos no fueran justificados decaerá el patrocinio concedido y/o formalizado.

- d) Que se traten de eventos cuyas fechas de celebración se ajusten al período establecido en la presente convocatoria, conforme a la **Base núm. 8**.
- e) Que la entidad solicitante de participación esté en disposición de **documentación acreditativa de que concurren en él derechos exclusivos para la organización del evento/proyecto** que plantea y que, en consecuencia, no existe otro operador económico capaz de llevarlo a cabo, en los términos descritos en la Base núm. 17.2.2.
- f) Que, al menos, **el cinco por ciento (5%) del gasto del presupuesto estimado se destine a publicidad, comunicación y/o difusión del evento, salvo que se justifique que un porcentaje inferior no afectaría al valor del retorno publicitario calculado respecto a la marca “Islas Canarias”**.
- g) Que fomenten el consumo y la comercialización de **productos locales del archipiélago canario**.
- h) 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.
- i) 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.
- j) Que **no fomenten**, de ningún modo, el consumo de **bebidas alcohólicas** en la infancia y adolescencia.

- k) 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.
- l) 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.
- m) Deben tratarse de eventos para cuya organización y realización se prevea la incorporación de alguna medida de **carácter social**, cuyo cumplimiento se acreditará mediante la presentación de la correspondiente certificación de la autoridad administrativa correspondiente o, en su caso, de una declaración responsable al efecto.

Se considerarán **medidas sociales** las siguientes:

1. La contratación de empresas externas o personal para la ejecución de los eventos programados.

En el caso de contratación directa de personal, éste deberá ser contratado entre personas inscritas como demandantes de empleo en las oficinas del Servicio Público de Empleo.

2. La contratación de personas con discapacidad o en situación de especial dificultad para acceder al empleo para la realización del evento objeto de patrocinio o la garantía de la efectividad del cumplimiento de contratación de estos colectivos por parte de las empresas que se contrate o subcontrate a fin de la ejecución del evento o actividades integrantes del mismo.

Se consideran en especial dificultad para acceder al empleo las siguientes personas:

- a) Las personas perceptoras de renta básica que hayan suscrito un convenio de inserción (acreditado por certificación del servicio social de base correspondiente, acreditativo de ser beneficiaria del citado programa).
- b) Las mujeres mayores de treinta (30) años para las cuales esta contratación sea su primera experiencia laboral, así como aquéllas contratadas después de cinco (5) años de inactividad (acreditado mediante informe de vida laboral).

c) Las víctimas de violencia doméstica, entendiéndose que se encuentran en esta situación quienes hayan sufrido violencia física o psíquica ejercida por su cónyuge o por las personas que haya estado ligada a ella de forma estable por análoga relación de afectividad, o por sus ascendientes, descendientes o hermanos, siempre que estos hechos hayan sido acreditados mediante sentencia condenatoria u orden de protección a favor de la víctima o, excepcionalmente, mediante informe del Ministerio Fiscal que indique la existencia de indicios de que la persona denunciante es víctima de la referida violencia en tanto se tramita la orden de protección.

d) El padre o la madre de una familia monoparental o monomarental, siempre que figuren inscritas como paradas con una antigüedad mínima de tres (3) meses. A estos efectos, se entiende que se encuentra en esta situación aquella persona que tenga a su cargo una o varias personas descendientes que no desempeñen actividad retribuida (acreditado con certificado de convivencia, copia del Libro de Familia y declaración jurada de que tiene a su cargo a una o varias personas descendientes que no desempeñan actividad retribuida, así como certificado expedido por el correspondiente Servicio Público de Empleo de ámbito autonómico o estatal relativo a los periodos de inscripción como desempleada).

e) Las personas inmigrantes extracomunitarias inscritas como desempleadas un periodo mínimo de 6 meses continuados (acreditado con certificado expedido por el correspondiente Servicio Público de Empleo de ámbito autonómico o estatal relativo a los periodos de inscripción como desempleada).

f) Las personas desempleadas de larga duración inscritas de forma continuada como demandante de empleo en el servicio público correspondiente al menos durante 12 meses (acreditado con certificado expedido por el correspondiente Servicio Público de Empleo de ámbito autonómico o estatal relativo a los periodos de inscripción como desempleada).

g) Las personas mayores de 45 años inscritas como paradas al menos durante 3 meses continuados (acreditado con certificado expedido por el correspondiente Servicio Público de Empleo de ámbito autonómico o estatal relativo a los periodos de inscripción como desempleada).

h) Las personas jóvenes comprendidas entre los 16 y los 30 años de edad, que figuren inscritas como paradas entre 5 y 12 meses continuados (acreditado con certificado expedido por el correspondiente Servicio Público de Empleo de ámbito autonómico o estatal relativo a los periodos de inscripción como desempleada).

i) Las personas procedentes de instituciones de protección de menores siempre que el proceso de inserción laboral se inicie en los doce (12) meses siguientes a su salida (acreditado con la correspondiente certificación institucional).

j) Personas extoxicómanas (exalcohólicas y exdrogadictas), considerando como tales a aquéllas que, habiendo superado a juicio del equipo terapéutico correspondiente las fases de desintoxicación y deshabitación, lleven más de seis (6) meses de tratamiento continuado (acreditado con certificado del Centro de Salud correspondiente).

k) Personas internas en centros penitenciarios que carezcan de cualquier contrato de trabajo y cuyo régimen penitenciario les permita acceder a un puesto de trabajo, y personas ex-reclusas, inscritas como desempleadas, siempre que la contratación se celebre durante los doce (12) meses posteriores a su liberación (acreditado con la correspondiente certificación institucional).

l) Cualquier persona que lo solicite y que, a juicio de los servicios sociales de base, requiera una intervención o actuación específica para la inserción laboral (acreditado por los Servicios Sociales de Base).

m) Las personas que sufran o hayan sufrido la acción terrorista o la de personas que, integradas en bandas o grupos armados, actúen con la finalidad de alterar gravemente la paz y seguridad ciudadana. Serán consideradas igualmente en este colectivo, aun cuando las personas responsables no estén formalmente integradas en grupos o bandas constituidas con tal fin, pero tengan el mismo propósito.

5.3.- Exclusiones de carácter objetivo

Quedan expresamente excluidos los siguientes eventos:

- a) Los eventos que no se ajusten a la definición de “evento en destino” anteriormente señalado en la Base núm. 5.1. de las presentes y no cumplan las condiciones o requisitos previos y de carácter acumulativo indicados en la Base núm. 5.2 de las presentes.

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

- b) Los eventos que promuevan propaganda de contenido político o religioso.
- c) Las fiestas de cualquier consideración, populares, religiosas o de cualquier efeméride, incluyendo las actividades incluidas en sus programaciones, salvo que tengan la consideración de Interés Turístico Nacional o Internacional.
- d) Los eventos que tengan contenido discriminatorio por razón de nacimiento, etnia, género, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social o de enaltecimiento de actitudes violentas o de odio.
- e) Los eventos que presenten solicitud a este procedimiento exclusivamente para gastos relacionados con dietas, representación y honorarios de cargos públicos o personal de la entidad promotora.
- f) Los eventos o actividades que se enmarcan en el plan curricular de estudios o dirigidos a la comunidad educativa, al profesorado o al alumnado de centros educativos, y a la formación de formadores, incluidas las ferias de captación de empleo.
- g) La programación anual o las temporadas que se reiteran anualmente.
- h) Los congresos profesionales ajenos al sector turístico.
- i) Los eventos deportivos que formen parte de circuitos deportivos correspondientes a ligas profesionales y/o *amateurs*, campeonatos, copas y torneos de federaciones deportivas regionales y/ o nacionales.
- j) Los eventos cuyo objetivo sea la realización de cualquier tipo de acto relacionado con las actividades, reuniones o encuentros, que sean de cumplimiento legal obligatorio para las entidades por la normativa específica de aplicación, como las Asambleas de socios, las Juntas Generales de accionistas, o análogas o similares.
- k) Los eventos que utilicen la imagen de la mujer atentando contra su propia integridad o derechos, así como la de menores o colectivos de personas en situación de vulnerabilidad, o en riesgo de exclusión social.
- l) Los eventos consistentes en *workshops*, *fam-trips*, *presstrips* o acciones similares.
- m) Eventos dirigidos, en cualquiera de sus acciones, a un público limitado como es el caso de residentes en complejos turísticos, socios de clubes u otros.
- n) Patrocinios a clubes deportivos o deportistas individuales.

- o) Los eventos que incluyan actividades o cuyos organizadores realicen actividades que atenten contra el medio ambiente o puedan ser constitutiva de infracción administrativa.
- p) Los eventos respecto a los que en la fase de justificación de la última convocatoria relacionado con el patrocinio de eventos presenciales impulsada por Promotur Turismo Canarias S.A., no su hubiera justificado en tiempo y firma de manera suficiente, incumpliendo con las obligaciones propias derivadas del contrato de patrocinio.

6.- ÁMBITO SUBJETIVO

6.1.- Podrán optar a la presente convocatoria las entidades privadas que organicen y celebren eventos enmarcados en la definición anteriormente señalada y en las líneas de actuación 1, 2, 3, 4 y 5, sin perjuicio del cumplimiento de las condiciones o requisitos de carácter acumulativo.

6.2.- Se consideran “**entidades privadas**” que podrán ser patrocinadas en el marco de la presente convocatoria, las que se señalan a continuación:

I) Sociedades mercantiles, en cualquiera de su forma jurídica, tamaño y volumen de facturación, quedando incluidas tanto PYMES como grandes empresas.

Se entiende por "pequeña y mediana empresa" la que se ajuste a la definición establecida en cada momento por la Unión Europea, estando actualmente vigente la establecida en el Anexo I del Reglamento (UE) n.º 651/2014, de la Comisión, de 17 de junio de 2014, por el que se declaran determinadas categorías de ayudas compatibles con el mercado interior en aplicación de los artículos 107 y 108 del tratado (DOUE n.º 187, de 26.6.14), que considera como PYME a las empresas que ocupan a menos de 250 personas y cuyo volumen de negocio anual no excede de 50 millones de euros o cuyo balance general anual no excede de 43 millones de euros.

Quedan excluidas de la presente convocatoria las empresas en las que el veinticinco por ciento (25%) o más de su capital o derechos de voto estén controlados, directa o indirectamente, por uno o más organismos o colectividades públicos.

II) Entidades sin ánimo de Lucro (Organizaciones No Gubernamentales -ONGs; Asociaciones privadas, Fundaciones privadas).

Se incluyen en esta definición:

- A. Fundaciones.
- B. Asociaciones.
- C. Organizaciones no gubernamentales.
- D. Y, en general, cualquier entidad que reúna las siguientes condiciones:

- 1) Tener una estructura formal, un modelo de gobierno, que se tenga determinados sus objetivos, identificada su masa social y que cuenten con un estatuto legal específico; así como un sistema de gestión.
- 2) Ser de carácter privado, esto es, separadas del sector público, de modo que no deban estar gobernadas ni estar inmersas en la estructura pública, aunque sí puedan tener, en cierto grado, apoyo financiero público;
- 3) Estar sujetas al principio de no distribución de beneficios, si los hay se destinarán al objeto de sus fines por las que han sido creadas o a la reinversión;
- 4) Ser autogobernadas y autónomas, al efecto de tener sus propios mecanismos internos de gobierno, no estar sometidas a otras entidades públicas ni privadas, ni estar controladas por ellas;
- 5) Ser voluntarias, en el sentido de movilizar recursos voluntarios, en trabajo o en donaciones altruistas, ya sea para el desarrollo de su actividad, o en la dirección y administración de la entidad, sin perjuicio de que también se contraten en el mercado factores productivos remunerados.

III) Autónomos:

El trabajador autónomo, es un trabajador por cuenta propia, mayor de 18 años que realiza de forma habitual, personal y directa, una actividad económica a título lucrativo, en territorio nacional, sin sujeción por ella a contrato de trabajo, y aunque utilice el servicio remunerado de otras personas, sea o no titular de la empresa, actividad que le obliga a la inclusión en el Sistema de Seguridad Social en el Régimen Especial de Trabajadores por Cuenta Propia o Autónomos.

6.3.- Se incluyen asimismo las Uniones Temporales de Empresarios (U.T.E.), Agrupaciones de Interés económico (A.I.E.), clúster y cualquier otra forma de agrupación a que alcancen o acuerden las entidades señaladas con otras entidades que se encuadren dentro de la noción regulada en esta convocatoria, y siempre que se acredite oportunamente en la relación documental presentada a la solicitud inicial.

No serán admitidas las solicitudes presentadas de forma separada e individual por cada entidad agrupada o conformada cuando recaiga sobre el mismo objeto o evento o actividad encuadrada en el mismo evento para el que solicita su patrocinio.

En todo caso, el importe económico del patrocinio que se formalice corresponde de manera global a los integrantes de las Uniones Temporales de Empresarios (U.T.E.), Agrupaciones de Interés económico (A.I.E.), clúster o cualquier otra forma de agrupación que se hubiera constituido al efecto, no pudiendo ser individualizado o fraccionado el pago de la contraprestación económica otorgada al objeto del patrocinio del evento.

6.4.- Es de obligado cumplimiento para que las entidades señaladas puedan obtener la condición de seleccionada en la presente convocatoria que estén constituidas legalmente y tengan por objeto la realización de eventos del tipo para el que solicita participar en el presente procedimiento de selección de eventos. Además, deberán disponer de una organización con elementos personales y materiales suficientes para la debida ejecución del evento; con sede, sucursal u oficina permanente en la Comunidad Autónoma de Canarias, así como mantener una actividad comercial y económica en Canarias; debiendo acreditar todo ello al tiempo de concurrir a la convocatoria.

6.5.- Exclusiones de carácter subjetivo

Quedan excluidas de la presente convocatoria:

- a) Las entidades públicas de la Comunidad Autónoma de Canarias, entendiéndose comprendidas en ellas las siguientes entidades:
- Los Ayuntamientos.
 - Los Cabildos y su organización descentralizada recogida en el artículo 80 de la Ley 8/2015, de 1 de abril, de Cabildos Insulares.
 - Las Áreas metropolitanas.
 - Las Mancomunidades de municipios.
 - La entidad de gestión desconcentrada de la isla de La Graciosa.
 - Los organismos autónomos y las entidades públicas empresariales constituidas para la prestación de servicios públicos y actividades de competencia municipal por alguna de las entidades citadas en las letras anteriores.
 - Los consorcios en que se integren entidades municipales canarias, cuando estén adscritos a alguna de ellas.

- Las sociedades mercantiles constituidas por entidades con capital mayoritariamente público.
 - Las fundaciones públicas.
 - Las universidades públicas.
- b) La Administración pública estatal, organismos autónomos, entidades públicas empresariales, sociedades mercantiles y cualquiera otra entidad del sector público del Estado, incluidas las que tengan sede en Canarias.
- c) Las Corporaciones locales y entidades vinculadas o dependientes a ellas, que formen parte de la organización gubernamental o administrativa de otra Comunidad Autónoma
- d) Las personas físicas o jurídicas que no reúnan los requisitos previstos en los apartados anteriores de la presente Base y, particularmente, las Comunidades de Bienes.
- e) Las sociedades civiles, excepto si cumplen los siguientes requisitos:
- a. Tener personalidad jurídica.
 - b. Disponer de acuerdos, actas o estatutos registrados o elevados a públicos.
 - c. Cuyo objeto social comprenda la realización de las prestaciones que constituyen el objeto del contrato.
 - d. Acreditar su solvencia y que no están incursas en prohibición de contratar.
- f) Las entidades que hubieren resultado patrocinadas por Promotur Turismo Canarias, S.A. en el año en curso a través de cualquier otro programas que ésta gestiona, ya sea para el propio evento o actividad enmarcada dentro del mismo evento que concurre a esta convocatoria.
- g) Los participantes que hubieren solicitado voluntariamente la declaración de concurso, que hubieren sido declarados insolventes en cualquier procedimiento o que se hallen declarados en concurso, salvo que en éste haya adquirido la eficacia un convenio, que estuvieren sujetos a intervención judicial o hubieren sido inhabilitados conforme a la Ley 22/2003, de 9 de julio, Concursal, sin que haya concluido el período de inhabilitación fijado en la sentencia de calificación del concurso.

- h) Los solicitantes que, por causa de la que hubiesen sido declarados culpables, hubiere dado lugar a la resolución firme de cualquier contrato público.
- i) Los solicitantes que no se hallaran al corriente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias o frente a la Seguridad Social impuestas por las disposiciones vigentes, en la forma que se determine reglamentariamente.

En relación con el cumplimiento de sus obligaciones tributarias o con la Seguridad Social, se considerará que los solicitantes se encuentran al corriente en el mismo cuando las deudas estén aplazadas, fraccionadas o se hubiera acordado su suspensión con ocasión de la impugnación de tales deudas.

- j) En el caso de las entidades privadas, las empresas o entidades de las que, por razón de las personas que las rigen o de otras circunstancias, pueda presumirse que son continuación o que derivan, por transformación, fusión o sucesión, de otras empresas o entidades en las que hubiesen concurrido aquéllas las causas de exclusión previstas.
- k) Los solicitantes que han sido sancionados con carácter firme por infracción grave en materia profesional que ponga en entredicho su integridad, de disciplina de mercado, de falseamiento de la competencia, de integración laboral y de igualdad de oportunidades y no discriminación, de conformidad con lo establecido en la normativa vigente; o por infracción muy grave en materia medioambiental de conformidad con lo establecido en la normativa vigente, o por infracción grave o muy grave en materia laboral o social, de acuerdo con lo dispuesto en el texto refundido de la Ley sobre Infracciones y Sanciones en el Orden Social, aprobado por el Real Decreto Legislativo 5/2000, de 4 de agosto; o por infracciones muy graves previstas en la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción; o por la infracción grave o muy grave en materia de igualdad de trato y no discriminación por razón de orientación e identidad sexual, expresión de género o características sexuales, cuando se acuerde la prohibición en los términos previstos en la Ley 4/2023, de 28 de febrero, para la igualdad real y efectiva de las personas trans y para la garantía de los derechos de las personas LGBTI.
- l) Los solicitantes que incurran en falsedad al facilitar cualesquiera de los datos relativos a su capacidad, o haber incumplido, por causa que le sea imputable, la obligación de comunicar cualquier variación que se produzca en sus datos, así como la superveniencia de cualquier circunstancia que determine la concurrencia de una prohibición de contratar.

- m) Los solicitantes sobre los que recaiga cualquiera de las causas de prohibición para contratar, con arreglo a lo previsto en el art. 71 de la Ley de Contratos del Sector Público.
- n) Las pequeñas y medianas empresas en las que el veinticinco por ciento (25%) o más de su capital o derechos de voto estén controlados, directa o indirectamente, por uno o más organismos o colectividades públicos.
- o) Los deportistas individuales o equipo(s), ya pertenezcan o no a asociaciones, federaciones, clubes deportivos o similares.
- p) Las personas físicas o jurídicas a las que Promotur Turismo Canarias, S.A. hubiera impuesto la penalidad de no participación en convocatorias, contratos, convenios y cualquier otra relación jurídica pertinente en los años de su periodo de vigencia.
- q) Las personas físicas o jurídicas que incurrieren en conductas colusorias en el sentido definido en el art. 1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, entendidas éstas como aquellas conductas en las que se alcancen acuerdos, decisiones o recomendaciones colectivas, o establezcan prácticas concertadas o conscientemente paralelas, que tenga por objeto, produzca o pueda producir el efecto de impedir, restringir, falsear o acaparar la participación en la presente convocatoria a fin de ser seleccionadas para la formalización del contrato de patrocinio.

7.- ÁMBITO TERRITORIAL DE EJECUCIÓN DE LOS EVENTOS.

7.1.- El ámbito territorial se extiende al conjunto de las islas del archipiélago canario, siendo seleccionados y objeto de patrocinio todas aquellas actividades enmarcadas y que se celebren exclusivamente en el territorio canario.

7.2.- Quedan excluidos los eventos que se celebren fuera del territorio de las Islas Canarias.

8.- ÁMBITO TEMPORAL DE CELEBRACIÓN DE LOS EVENTOS

8.1.- El periodo de ejecución de los eventos que se presenten a esta convocatoria para la selección de eventos susceptibles de formalizarse en contrato de patrocinio será aquel comprendido **entre el 1 de abril al 15 de diciembre de 2025, ambos incluidos**.

Debe tomarse en consideración que **los eventos a celebrar en el ámbito temporal indicado en el párrafo anterior deben cumplir con las medidas de publicidad y del retorno publicitario establecido en las presentes bases**, en todos sus términos, procediendo en caso contrario, la exclusión automática.

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

9.- NATURALEZA JURÍDICA DEL PATROCINIO Y LEGISLACIÓN APLICABLE

9.1.- Esta convocatoria pública se lleva a cabo con base en los principios de publicidad, transparencia, igualdad, objetividad, eficacia y eficiencia para garantizar el desarrollo de la acción que mejore la competitividad turística de las Islas y, a fin de generar el adecuado impacto publicitario de la marca “Islas Canarias” y del destino Islas Canarias, lo que se logra mediante la proyección de la misma en los eventos a los que se dirige la meritada convocatoria, cumpliendo así con la finalidad del instrumento jurídico que lo sustenta, el patrocinio, que se basa en el retorno publicitario de la marca del patrocinador.

Adicionalmente, se rige por el principio de responsabilidad medioambiental, en el sentido descrito en la Ley 26/2007, de 23 de octubre, de Responsabilidad Medioambiental, y en el resto de normativa aplicable, así como por el objetivo de neutralidad climática en los términos del Reglamento (UE) n.º 2021/1119 del Parlamento Europeo y del Consejo de 30 de junio de 2021, por el que se establece el marco para lograr la neutralidad climática y se modifican los Reglamentos (CE) n.º 401/2009 y 2018/1999 (“Legislación europea sobre el clima”).

9.2.- La presente convocatoria se realiza en virtud de la actividad propiamente dicha de esta sociedad mercantil pública, no en ejercicio de potestades propias administrativas, en tanto no ostenta tal atribución legal y expresa, todo ello con el fin de generar un retorno publicitario de la marca “Islas Canarias” y del destino turístico del archipiélago que impulse una mayor difusión de la imagen y notoriedad de la marca y destino que vendrá de la colaboración publicitaria que efectúen los promotores y organizadores de los eventos con repercusión turística que resulten seleccionados en el marco de la misma y que para la entidad convocante supone prestar la contribución económica correspondiente a favor de los mismos.

9.3.- La formalización del patrocinio que deviene de esta convocatoria exige la instrucción de expedientes de contratación en el marco de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre de contratos del sector público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante, LCSP/2017); lo que obliga a Promotur Turismo Canarias, S.A., por su naturaleza, como Poder Adjudicador no

Administración Pública, a acudir, en cuanto a la adjudicación del contrato de patrocinio (en particular, y por remisión expresa del artículo 318 letra b), a las normas establecidas en la Sección 1º del Capítulo I del Título I del Libro Segundo de dicho texto legal, así como su Reglamento y normativa de desarrollo, en tanto continúe vigente y resulte de aplicación, y por referencia del Informe 4/2022 y 3/2018 de la Junta Consultiva de Contratación Pública de Canarias, así como toda aquella normativa que le sea de aplicación por referencia.

Esto significa que la adjudicación del contrato de patrocinio precisa la tramitación del expediente que correspondiere, según lo dispuesto en el artículo 116.1 de la LCSP/2017. Todo ello, de conformidad con la doctrina establecida por los órganos consultivos en materia de contratación con relación a la naturaleza jurídica del patrocinio y en vista de la aplicación de la legislación contractual pública a las sociedades mercantiles públicas según el art. 3.1 letra h).

10.- ÓRGANO INSTRUCTOR Y DE RESOLUCIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN DE EVENTOS SUSCEPTIBLES DE GENERAR RETORNO PUBLICITARIO

10.1.- El órgano que instruye y resuelve el procedimiento articulado en las presentes Bases generales para la selección de proyectos y/o eventos presenciales susceptibles de generar un retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias en el proceso de dinamización turística en el archipiélago canario, y que actúa en nombre de la sociedad mercantil pública Promotur Turismo Canarias, S.A., es el **Director-Gerente**, en virtud de las facultades atribuidas mediante escritura pública de fecha 15 de mayo de 2023, e inscrita el 12 de junio de 2023 refrendada mediante acto en sesión de Consejo de Administración de 19 de octubre de 2023.

10.2.- El Director-Gerente ostenta, a razón de este apartado, las siguientes facultades:

- a) Tomar las medidas adecuadas para luchar contra el fraude, el favoritismo, la corrupción, y prevenir, detectar y solucionar de modo efectivo los conflictos de intereses que puedan surgir en el marco del procedimiento regulado en las presentes Bases generales; entendiéndose por conflicto de intereses cualquier situación en la que el personal al servicio de esta sociedad mercantil pública que participe en el desarrollo del referido procedimiento o que pueda influir en su resultado, tenga directa o indirectamente un interés financiero, económico o personal que pudiera parecer que compromete su imparcialidad e independencia; en tal contexto, instará o facilitará las sustituciones que resulten necesarias en caso de abstención de alguna persona.
- b) En caso de haberse identificado indicios fundados de conductas colusorias en cualquier fase del procedimiento regulado en las presentes Bases, en los

términos definidos en el artículo 1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, trasladarlos con carácter previo a la resolución del procedimiento regulado en las presentes Bases o a la adjudicación del contrato de patrocinio, según el momento procedimental en el que se halle la tramitación del procedimiento de referencia cuando se produzca la detección de los referidos indicios, y con efectos suspensivos a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) o, en su caso, a la autoridad autonómica competente.

- c) Interpretar las presentes Bases generales y reguladoras de esta convocatoria
- d) Resolver las dudas que ofrezca la interpretación de las presentes Bases generales.
- e) Modificar las presentes Bases generales para asegurar la consecución de la finalidad de la convocatoria.
- f) Resolver sobre la admisión o exclusión de las solicitudes de participación en el procedimiento de selección de eventos presentadas, así como sobre la valoración de las mismas y la selección de eventos.
- g) Las que le corresponda como órgano de contratación en la fase de formalización y ejecución del contrato de patrocinio.
- h) Declarar la responsabilidad imputable al patrocinado a raíz de la ejecución del contrato.
- i) Acordar la resolución del contrato de patrocinio que se formalice y determinar los efectos de ésta, con sujeción a los principios que rigen esta convocatoria.
- j) Las de inspección de que la actividad susceptible de patrocinio se ajusta a las condiciones establecidas en la presente convocatoria.
- k) Cualesquiera otras que en el devenir del procedimiento de selección de eventos pudieran derivarse.

Las resoluciones que dicte el Director-Gerente en el eventual ejercicio de las antedichas facultades serán inmediatamente ejecutivas desde su publicación.

10.3.- El órgano instructor y de resolución del procedimiento de selección de eventos susceptibles de generar retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico de las Islas Canarias, suscribirá, individualmente, Declaración de Ausencia de Conflicto de Intereses (en adelante, DACI), dejándose constancia de ello en el expediente.

Asimismo, se abstendrá de conocer de determinadas solicitudes o expedientes en el caso de que se detecte la concurrencia de una situación que pueda ser calificada como conflicto de interés, siendo las mismas a título ilustrativo las indicadas en el Código de Conducta aprobado por el Consejo de Administración de Promotur Turismo Canarias, S.A., así como las relacionadas en el artículo 23.2 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, sin perjuicio de lo indicado en las

actualizaciones del Modelo de Prevención y Detección de Delitos, así como los planes o los protocolos que apruebe esta sociedad mercantil pública, dejándose constancia de ello en el expediente; y ello sin perjuicio de que este órgano esté obligado a actuar con imparcialidad y objetividad en todo caso, así como de que el propio Consejo de Administración de Promotur Turismo Canarias, S.A., designe a su sustituto para los asuntos concretos respecto a los que se produzca su abstención por la concurrencia de alguna de las razones antes referenciadas.

11.- PRESUPUESTO DE LA CONVOCATORIA

11.1.- La dotación presupue

staria destinada a esta convocatoria ascenderá al importe de **cuatro millones de euros (4.000.000,00 €)**, que podrá **ser susceptible de ampliación** mediante Resolución emitida al efecto.

11.2.- La presente convocatoria se financia con cargo a la aportación dineraria que recibe Promotur Turismo Canarias S.A. de la Consejería de Turismo y Empleo del Gobierno de Canarias para la financiación del desarrollo de su actividad promocional y para el ejercicio de dos mil veinticinco (2025).

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.

11.3.- Con el objetivo de optimizar los recursos existentes, se establecen unos porcentajes mínimos y máximos de financiación respecto a los solicitantes (incluidos los impuestos), siempre y cuando cumplan con los requisitos previstos en la presente convocatoria y obtengan la puntuación mínima necesaria para acceder a la misma (50 puntos).

Porcentaje mínimo de financiación: 20%

Porcentaje máximo de financiación: 40%

11.4.- Sin perjuicio de lo anterior y a los mismos efectos, se establecen los siguientes límites máximos acumulativos de financiación de los eventos (impuestos incluidos)

Presupuesto del evento	Importe máximo de contraprestación económica por patrocinio (impuestos incluidos)
≤ 500.000,00	75.000,00 €
> 500.000,00 € ≤ 1.000.000,00 €	100.000,00 €
> 1.000.000,00 €	150.000,00 €

11.5.- La cuantía total de los créditos asignados a la Convocatoria podrá ser **incrementada** en el caso de que exista cobertura económica suficiente para llevarla a cabo, cuya aplicación no requerirá de una nueva convocatoria, siempre y cuando se le de publicidad al efecto por parte de PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A., a la declaración de créditos disponibles sin que tal publicidad implique la apertura de plazo para presentar nuevas solicitudes ni el inicio de nuevo cómputo de plazo para resolver.

11.6.- Tanto para este supuesto de ampliación del crédito presupuestario inicial como para el caso que hubiere renunciado, se creará al efecto una lista de reserva con los proyectos presentados ordenados de manera decreciente por puntuación obtenida según lo indicado en estas Bases, condicionada de igual modo al agotamiento del presupuesto destinado a la convocatoria.

12.- CRITERIOS DE VALORACIÓN Y DETERMINACIÓN DE LA CUANTÍA

12.1.- Las solicitudes presentadas se evaluarán de acuerdo con los siguientes criterios de valoración:

CRITERIOS DE VALORACIÓN (100 puntos)	PUNTUACIÓN MÁXIMA
Criterios de valoración subjetiva	36 puntos
1.- Repercusión Turística del evento	Máx. 28 puntos (Puntuación mínima 18 puntos)

<p>1.1.- Descripción del evento, de sus actividades y calendario.</p> <p>Para una correcta definición del evento será necesario tener en cuenta en la misma las audiencias a las que se dirige su promoción y celebración, incluyendo su nacionalidad.</p> <p>Se valorará la originalidad y el carácter innovador del evento, siempre con especial atención a su alineamiento con la estrategia turística del destino “Islas Canarias”, la potenciación de sus valores como marca, así como su capacidad para generar demanda en origen y/o atracción de nuevos mercados.</p> <p>Un evento de incidencia turística debe generar un impacto directo en la atracción y el comportamiento de los turistas hacia un destino. La celebración del evento debería influir de manera positiva en la llegada de turistas al destino o la duración de su estancia, el estímulo de la economía local o enriquecer la experiencia del turista en destino.</p>	<p>Máx. 14 puntos</p>
<p>1.2.- Impacto del evento en el tejido empresarial: contratación de empresas locales</p>	<p>Máx. 4 puntos</p>
<p>1.3.- Posicionamiento y visibilidad de la marca antes y durante la celebración del evento.</p>	<p>Máx. 6 puntos</p>
<p>1.4.- Vinculación del evento con los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) y la Agenda Canaria 2030</p>	<p>Máx. 4 puntos</p>
<p>2.- Dimensión medioambiental del evento</p>	<p>Máx. 8 puntos (Puntuación mín. 4)</p>
<p>2.1.- Plan previo e inicial de sostenibilidad ambiental. Se valorará la integración y calidad de las acciones y medidas de sostenibilidad ambiental que se implementarán en el evento.</p>	<p>Máx. 8 puntos (Puntuación mín. 4)</p>
<p style="text-align: center;">Criterios de valoración objetiva</p>	<p>64 puntos</p>
<p>1.- Retorno publicitario</p>	<p><u>39 puntos</u></p>

<u>1.1.- ROI superior al mínimo exigido</u>	Máx. 4 puntos
Un 25% superior al mínimo exigido en las bases	1 punto
Un 50% superior al mínimo exigido en las bases	2 puntos
Un 75% superior al mínimo exigido en las bases	3 puntos
Un 100% superior al mínimo exigido en las bases	4 puntos
<u>1.2.- Medios online</u>	Máx. 22 puntos
1.2.1.- Web propia del evento disponible en español	2 puntos
1.2.2.- Web propia del evento disponible en inglés	2 puntos
1.2.3.- Web propia del evento disponible en otros idiomas adicionales al inglés y español	1 punto
1.2.4.- Difusión en RRSS (alcance de las publicaciones regional, nacional e internacional)	+10.000 usuarios: 1 punto
	+50.000 usuarios: 3 puntos
	+100.000 usuarios: 5 puntos
	+500.000 usuarios 7 puntos
1.2.5.- Publicidad online (impresiones pagadas regionales, nacionales e internacionales)	+500.000 impresiones: 3 puntos
	+1.000.000 impresiones: 5 puntos
	+5.000.000 impresiones: 7 puntos
	*Si la pieza publicitaria es vídeo: 1 punto (adicional)
1.2.6.- <i>Brand Content</i> publicado en medios online de alcance regional, nacional o internacional	1 contenido: 0,5 puntos
	+3 contenidos: 1 punto
	+6 contenidos: 1,5 puntos
	+10 contenidos: 2 puntos
<u>1.3.- Medios offline</u>	Máx. 8 puntos
1.3.1.- Difusión en prensa no contemplado en otros apartados (regional, nacional e internacional)	1 punto
1.3.2.- Difusión en radio (regional, nacional e internacional)	1 punto
1.3.3.- Difusión en TV (regional, nacional e internacional)	Canales regionales: 1 punto
	Canales nacionales: 2 puntos
	Canales nacionales en países europeos distintos de España: 3 puntos
<u>1.4.- Acciones de difusión y sensibilización de la sostenibilidad ambiental.</u>	Máx. 5 puntos
1.4.1.- Publicación de una sección con contenido exclusivo sobre sostenibilidad ambiental, protección y regeneración de ecosistemas en la web propia del evento, con al menos una url.	1
1.4.2.- Proyección de contenidos sobre sostenibilidad ambiental, protección y regeneración de ecosistemas durante la celebración del evento (contenido audiovisual y/o fotográfico en soporte digital).	3

1.4.3.- Publicación de contenidos sobre sostenibilidad ambiental, protección y regeneración de ecosistemas en otros medios digitales del evento como pueden ser redes sociales o publicidad digital. (Al menos 1 publicación)	1
2.- Proyección y consolidación del evento	Máx 20 puntos
2.1.- Trayectoria del proyecto	3 edición: 2 puntos 4ª edición: 3 puntos 5ª edición o más: 5 puntos
2.2.- Número de asistentes al evento (se incluyen público asistente y participantes)	Entre 51 a 300 asistentes: 2 puntos Entre 301 a 500 asistentes: 3 puntos Entre 501 a 1500 asistentes: 5 puntos Más de 1.500 asistentes: 7 puntos
2.3.- Ejecución del evento en distintas islas	En dos (2) islas: 2 puntos En tres (3) o más islas: 3 puntos
2.4.- Ejecución del evento en islas no capitalinas	5 puntos
3.- Financiación, viabilidad económica e impacto generado por el evento.	Máx 5 puntos
3.1.- Impacto económico a generar por el evento en el ámbito territorial donde se celebre el evento.	5 puntos

12.2 Criterios de valoración subjetiva

La descripción de cada uno de los criterios de valoración anteriormente indicados, así como las características de la justificación de los mismos se detalla en la “**Guía de Convocatoria de selección de eventos 2025**”, formando su contenido parte de estas bases. La misma se aloja en el portal web institucional de Promotur Turismo Canarias, S.A.

12.3.- La puntuación final de cada proyecto será el resultado de la suma de los puntos obtenidos por cada criterio de valoración. Los proyectos admitidos y valorados serán publicados en orden decreciente junto con la puntuación correspondiente; resultando determinante dicha clasificación para proceder en dicho orden a la fase de

contratación a fin de formalizar el patrocinio oportuno hasta el agotamiento de los fondos provistos para la presente convocatoria.

12.4.- 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 en la Base núm. 12.1.

Se deberá obtener un **mínimo de dieciocho (18) puntos en la valoración subjetiva para poder pasar a la fase de valoración objetiva**. De no obtener esta puntuación mínima respecto a los criterios de valoración subjetiva, no se continuará con la evaluación de su propuesta de patrocinio, siendo automáticamente excluido de la presente convocatoria.

Una vez en la fase de valoración objetiva, únicamente serán seleccionados aquellos eventos que hubieran obtenido al **menos dieciocho (18) puntos en el criterio de valoración objetiva 1 (Retorno Publicitario)**.

Se pone en consideración asimismo que en el ***criterio Dimensión medioambiental del evento deberá alcanzarse al menos cuatro (4) puntos***.

De no obtener estas puntuaciones mínimas, el proyecto resultará excluido en fase de valoración.

12.5.- Una vez realizadas las valoraciones objetiva y subjetiva, se sumarán ambas puntuaciones, resultando la puntuación total obtenida, que, como máximo, podrá ser de cien (100) puntos.

12.6.- Determinación de la cuantía del patrocinio

La contraprestación económica del patrocinio formalizado respecto de los proyectos seleccionados definitivamente vendrá determinada por la puntuación obtenida según los criterios de valoración, el alcance del retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias.

De acuerdo con lo anterior, deberán respetarse el siguiente límite:

- En ningún caso el precio por el patrocinio de la marca “Islas Canarias” será superior al cuarenta por ciento (40%) del coste total del evento y, en ningún caso, la contraprestación económica por el patrocinio superará los ciento cincuenta mil euros (150.000 €) por evento.

Para la determinación de la cuantía correspondiente al patrocinio en cuestión en cada caso, se empleará la siguiente fórmula matemática:

$$P = \min (P1, P2)$$

$P1 = (Pt/100) \times L$. La cuantía de patrocinio en proporción a la puntuación total obtenida (máximo de 100 puntos) aplicada al límite máximo que corresponda, según el tramo presupuestario correspondiente al proyecto.

$P2 = 0,40 \times C$. La cuantía de patrocinio máxima en función al porcentaje del coste total del evento.

Variables:

P = Cuantía del patrocinio.

Pt = Puntuación total obtenida (límite máximo de 100 puntos).

C = Coste total del evento (máximo porcentaje permitido el 40% del coste total).

13.- COMISIÓN TÉCNICA DE VALORACIÓN

13.1.- El órgano encargado de la evaluación de las propuestas de patrocinio será una **Comisión Técnica**, nombrada por la persona titular de la dirección ejecutiva de PROMOTUR TURISMO CANARIAS S.A., y constituida en número impar de miembros con un mínimo de tres (3).

La comisión se reserva el derecho a solicitar asistencia técnica y/o jurídica con voz, pero sin voto. Igualmente, **la comisión podrá realizar consultas y/o solicitar informes a las áreas o patronatos de turismo de los Cabildos Insulares**, teniendo todas ellas carácter no vinculante. También podrá solicitar asistencia y/o informes de carácter jurídico o técnico a los distintos departamentos de la empresa pública convocante, no siendo los mismos vinculantes.

Asimismo, en caso de identificar indicios fundados de conductas colusorias en el procedimiento de contratación, en los términos definidos en el artículo 1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, los trasladarán con carácter previo a la resolución del procedimiento de selección de eventos regulado en las presentes Bases y con efectos suspensivos a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) o, en su caso, a la autoridad autonómica competente.

Las decisiones de la comisión en la resolución de los proyectos **serán acordadas en virtud de discrecionalidad técnica, y resultarán inapelables**, y sus **Informes o actas que documenten los resultados de la valoración** quedarán bajo el resguardo de la empresa pública convocante para cualquier aclaración ulterior.

13.2.- Con carácter previo a la valoración técnica de las solicitudes, las personas que compongan la Comisión Técnica suscribirán, individualmente, Declaración de Ausencia de Conflicto de Intereses (en adelante, DACI), dejándose constancia de ello en el expediente y en el primer acta o informe que documente su actividad.

Asimismo, dichas personas se abstendrán de conocer de determinadas solicitudes o expedientes en el caso de que se detecte la concurrencia de una situación que pueda ser calificada como conflicto de interés, siendo las mismas a título ilustrativo las indicadas en el Código de Conducta aprobado por el Consejo de Administración de Promotur Turismo Canarias, S.A., así como las relacionadas en el artículo 23.2 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, sin perjuicio de lo indicado en las actualizaciones del Modelo de Prevención y Detección de Delitos, así como los planes o los protocolos que apruebe esta sociedad mercantil pública, dejándose constancia de ello en el expediente; y ello sin perjuicio de que las personas que compongan la referida Comisión Técnica estén obligadas a actuar con imparcialidad y objetividad en todo caso.

14.- PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN DE EVENTOS

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:

- Presentación de solicitudes.
- Admisión/exclusión y trámite de subsanación de solicitudes, así como Valoración provisional de las solicitudes admitidas.
- Selección definitiva de eventos y resolución del proceso de selección.

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. 16 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.

15.- PRIMERA FASE: SELECCIÓN DE EVENTOS SUSCEPTIBLES DE GENERAR UN RETORNO PUBLICITARIO A LA MARCA “ISLAS CANARIAS” Y AL DESTINO TURÍSTICO ISLAS CANARIAS

15.1.- Disposiciones generales

15.1.1.- Improrrogabilidad de los plazos establecidos y otorgados, y preclusión de trámites.

Los plazos establecidos en las presentes Bases son improrrogables y transcurridos los mismos **se tendrá por precluido el trámite correspondiente**, produciéndose, en su caso, el **decaimiento de la solicitud**.

15.1.2.- Comunicaciones y notificaciones durante el procedimiento de selección.

Las comunicaciones que los solicitantes **dirijan** al órgano que instruye el proceso deberán cursarse a través del medio contemplado en la Base 14.1.2.1 de las presentes, dando aviso de la comunicación cursada paralelamente vía correo electrónico a la siguiente dirección: patrocinioeventosturisticos@turismodecanarias.com.

15.1.3.- Posibilidad de acumulación de Informes y/o Resoluciones.

Sin perjuicio de lo indicado en los siguientes apartados de la presente Base, los Informes y/o Resoluciones podrán acumularse, siempre que su contenido no se vea perjudicado por ello y que resulte posible el otorgamiento de los trámites de subsanación o reclamación previstos.

15.2.- Presentación de solicitudes

15.2.1.- Forma de presentación de solicitudes y plazo de presentación

Los interesados deberán presentar sus solicitudes **obligatoriamente de forma telemática**, a través del aplicativo habilitado para ello en la página de web de Promotur Turismo Canarias SA (<https://turismodeislascanarias.com/es/>), como máximo en las fechas específicamente indicadas a continuación. **Las solicitudes que no cumplan con este requisito serán rechazadas.**

PERIODO EN EL QUE SE CELEBRA EL EVENTO	FECHA LÍMITE DE PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES
01/04/2025 - 30/04/2025	30/12/2024
01/05/2025 - 30/06/2025	31/01/2025
01/07/2025 - 31/08/2025	28/02/2025
01/09/2025 - 31/10/2025	31/03/2025
01/11/2025 - 15/12/2025	30/04/2025

Se tomará en consideración para imputar el periodo de presentación de solicitudes el primer día de celebración del evento.

No obstante, a partir de la publicación de la modificación de las Bases, según las facultades que se otorgan al órgano instructor conforme a la Base num. 10.2.f) de las presentes, únicamente se tendrán por correctamente presentadas y, por lo tanto, se tramitarán aquellas solicitudes presentadas de conformidad con la modificación publicada y aquellas que hubieran sido presentadas con anterioridad a la referida publicación de la modificación a través del aplicativo al que se refiere el párrafo anterior.

Cada persona o entidad interesada podrá presentar a esta convocatoria un máximo de **TRES (3) solicitudes referidas a TRES (3) eventos distintos.**

En consecuencia, no se permite la presentación de más de una (1) solicitud por entidad y evento. En el caso de que una entidad presente dos (2) solicitudes duplicadas (es decir, respecto al mismo evento), se procederá a escoger la última de las solicitudes presentadas para continuar con el procedimiento, quedando la primera desestimada.

No podrán presentar el mismo proyecto distintas entidades, ni tampoco actividades que engloben, bajo valoración técnica, un mismo evento global, entendiendo estos como aquellos eventos con una programación y/o acciones *ejecutadas en diferentes fechas y localizaciones, con una naturaleza análoga y englobadas, bajo valoración técnica, en una misma línea de actuación.*

Así, en el caso de que los organizadores de un evento presenten varias solicitudes sobre actividades que se consideren técnicamente que constituyen la **fragmentación de un único evento**, lo que se verificará de oficio, se procederá automáticamente a la **unificación de oficio** de las solicitudes y documentación remitida, así como de los expedientes generados, tramitándose como una única solicitud referida a un único evento de conformidad con lo previsto en las presentes Bases generales, lo que se reflejará oportunamente en el Informe referido en la Base num. 14.1.3.

En el caso de que no se pudiera realizar la unificación de oficio de aquellas solicitudes de eventos que se consideren técnicamente englobados en un solo evento, por haber resultado ya valorado y/o seleccionado, las ulteriores solicitudes quedarán **excluidas**.

En el supuesto de que dos (2) o más entidades diferentes soliciten el patrocinio para un mismo evento, solamente se valorará la primera de las propuestas presentadas.

En el supuesto de que una misma persona presente diferentes solicitudes referidas a diferentes entidades interesadas/ solicitantes de las que ostente el cargo de representante, administrador, socio o presidente, solo podrá presentar solicitud respecto a un máximo de TRES (3) eventos susceptibles de patrocinio por representante/solicitante/administrador/socio, en los términos anteriormente definidos.

Si una solicitud encajara en dos o más líneas de actuación, a los efectos de ordenación y calificación, se atenderá al carácter de la que constituye la actividad principal del evento atendiendo a su relevancia.

En el caso de los eventos que tengan previsto su ejecución en más de una isla, el solicitante deberá escoger en el aplicativo la isla donde se celebre el primer evento/actividad. En la memoria descriptiva del evento deberá concretar, tal y como se recoge más adelante en el apartado de “documentación técnica”, todos los lugares de celebración del mismo, itinerancia y calendario de programación.

15.2.2.- Solicitud y documentación preceptiva

15.2.2.1.- Consideraciones generales

i) Los solicitantes tendrán que presentar su solicitud y documentación administrativa y técnica según los modelos-anexos que forman parte de las presentes bases. En los mismos deberán aparecer las marcas y logotipos establecidos, sin que resulte posible su modificación o alteración.

ii) Igualmente, la documentación de carácter administrativa conformada por declaraciones o manifestaciones responsables, o aquella que así lo exigiere, así como la documentación técnica deben estar firmados por el solicitante, en caso de persona física, o por el representante legal de la entidad solicitante con **firma digital válida**, que permita la verificación de la identidad de este, a través de un **certificado emitido por un prestador de servicios electrónicos de confianza cualificado** que garantice una seguridad equivalente a la firma manuscrita.

iii) Tanto la documentación administrativa (junto con los modelos-anexos), como la documentación técnica se habrá de presentar en **formato digital no modificable** (Portable Document Format (**PDF**), a salvo de aquella documentación complementaria que podrá aportarse en cualquier formato compatible con el programa *Microsoft Office 365*.

En caso de incongruencia entre la información contenida en aquellos documentos presentados en formato PDF y aquella complementaria que se aporte conforme a otros formatos, se considerará válida y únicamente admisible/valorable la información del formato PDF firmado digitalmente

iv) La documentación administrativa y técnica, así como el resto de documentación complementaria que la acompañe, deberá presentarse en **lengua castellana**; siendo la falta de diligencia en la elaboración de dicha documentación únicamente imputable al solicitante.

No obstante, podrán aceptarse documentos redactados en otra lengua oficial de la Unión Europea, que surtirán los efectos que correspondan, acompañada de traducción jurada al castellano. Si existiese divergencia, prevalecerá la versión castellana.

v) **Toda la documentación a presentar deberá ser legible.**

15.2.2.2.- Solicitud de participación en el procedimiento de selección de eventos:

La solicitud deberá ser cumplimentada en todos y cada uno de sus apartados conforme al **Anexo I**, disponible en el lugar indicado en la **Base num. 15.2.1** de las presentes, y debidamente firmado por la persona representante utilizando los sistemas de firma electrónica que permita acreditar la autenticidad de la expresión de su voluntad y consentimiento, así como la integridad e inalterabilidad del documento.

15.2.2.3.- Documentación obligatoria:

- 1) Documento Nacional de Identidad u otro documento identificativo válido del representante de la entidad.

- 2) N.I.F.
- 3) Acta, acuerdos elevados a públicos o documentos acreditativo fehaciente de la existencia de representación y facultades, así como constancia documental de su debida inscripción en el Registro público que proceda.
- 4) Escrituras de constitución y/o modificación de la entidad, así como los Estatutos, y la constancia documental de su debida inscripción en el Registro público que proceda.
- 5) Último recibo del pago del Impuesto sobre Actividades Económicas (Modelo 840).

Si no tuviera el mismo, se deberá aportar el documento de alta en el mismo, cuando el alta sea reciente y no haya surgido aún la obligación de pago, acompañada de declaración responsable del licitador de no haberse dado de baja en la matrícula de este Impuesto.

En caso de no estar obligado al pago del I.A.E., deberá presentar el documento acreditativo de exención (Certificado de situación en el Censo de Actividades Económicas de la Agencia Estatal de Administración Tributaria).

Quedarán exentos de presentar el I.A.E. las fundaciones y/o asociaciones.

- 6) Certificado de situación en el Censo de Actividades Económicas de la Agencia Estatal de Administración Tributaria.
- 7) Declaración censal (Modelo 036/037).
- 8) Declaración responsable relativa al cumplimiento de medidas sociales (**Anexo VIII**).
- 9) Declaración responsable de no estar incurso en causa de prohibición, debidamente firmado (**Anexo IX**).
- 10) El “**Certificado Acreditativo de exclusividad de la Actividad**”, acompañado de la documentación acreditativa oportuna (**Anexo X**).
- 11) Documentación acreditativa de poseer **sede, sucursal u oficina permanente en la Comunidad Autónoma de Canarias**, así como de

tributar y mantener una actividad comercial y económica en Canarias; de acuerdo con lo dispuesto en la Base num. 6.4.

12) Declaración Responsable del cumplimiento del principio de responsabilidad medioambiental, así como del objetivo de neutralidad climática (**Anexo XI**).

En relación al punto 10 contemplado *ut supra* la correcta acreditación de derechos exclusivos sobre el evento o actividad en cuestión precisa la aportación de la siguiente documentación:

- Documentación acreditativa de ser titular de derechos de propiedad intelectual o industrial del evento o actividad.
- O documentación acreditativa de poseer un derecho exclusivo para la organización del evento o actividad.

Se considera documentación acreditativa de la exclusividad la siguiente:

- El contrato entre el solicitante y el representante del artista que actúe en el marco del evento respecto al que verse la solicitud, pudiéndose anonimizar datos de carácter confidencial.
- La designación o el negocio jurídico en virtud del cual la entidad solicitante sea la única que pueda organizar el evento en cuestión.
- El derecho de propiedad sobre la marca o nombre comercial se adquiere por el registro válidamente efectuado. De modo que, para acreditar la titularidad de derechos de propiedad industrial debe aportarse inscripción de nombre comercial o marca en vigor en el Registro de la Oficina Española de Patentes y Marcas o registro equivalente en caso de marca internacional.

No se considerará suficiente con la acreditación de que se haya solicitado la inscripción de la marca a los efectos de seguridad jurídica y de evitar que se vea afectada la validez del expediente de contratación que pudiera derivarse de esta primera fase.

Si el solicitante no fuera titular de la propiedad del nombre comercial o marca precisa para la celebración del evento, pero sí disfrutara de su cesión, licencia u otros derechos debe aportar documento acreditativo de la inscripción de cesión/licencia/otro derecho en vigor en el Registro de la Oficina Española de Patentes y Marcas o registro equivalente en caso de marca internacional.

- Cualquier otro admisible en derecho

15.2.2.4.- Documentación técnica preceptiva

Documentación técnica (obligatoria y no subsanable en cuanto a su contenido):

- 1) **Memoria descriptiva del evento**, atendiendo a los requisitos mínimos indicados en la Base núm. 5.2 y a los aspectos señalados que servirán como criterios para la valoración del evento; indicación de lugares de celebración, itinerancia en su caso y calendario de programación, según el modelo “**Anexo II**”.

A dicha memoria, se deberá acompañar Declaración **Responsable/Compromiso de aportar Plan de seguridad** a que se refiere la citada Base núm. 5.2 para verificar la disposición de los protocolos de aforo y de seguridad que se exigen en esta previsión y conforme la normativa reguladora aplicable a eventos celebrados en espacios físicos abiertos o cerrados.

- 2) **Memoria económica** en la que se plasme el presupuesto de gastos y plan de financiación; donde se reflejen todos los gastos e ingresos previstos del evento, especificando concretamente las condiciones mínimas que se exigen en la Base núm. 5.2 con respecto a la repercusión mediática de la marca del patrocinador y la inversión publicitaria del presupuesto destinada a generar esta repercusión, según el modelo “**Anexo III**”.
- 3) **Memoria que refleje y justifique el retorno publicitario a la marca del patrocinador**, así como la incidencia turística del evento, según el modelo “**Anexo IV**”, y considerando las condiciones mínimas que se exigen con respecto a la repercusión mediática de la marca del patrocinador y la inversión publicitaria del presupuesto destinada a generar esta repercusión. Así, en dicho documento habrá de determinarse la valoración de la contraprestación económica publicitaria y de su equivalencia según el ROI previsto, asegurando así el carácter oneroso del eventual contrato de patrocinio, teniendo en consideración los mínimos establecidos obligatorios en las presentes bases.

A fin de completar esta memoria, el solicitante podrá hacer entrega de la siguiente **documentación** adicional:

- **Clipping** de la edición anterior (si la hubiera) a que se solicita patrocinio con cuantificación, según datos publicitarios, del retorno obtenido.
- Cualquier otra documentación complementaria que consideren de interés.

- **Informe SEM o similar** donde se evidencie el Plan de marketing o comunicación vinculado con los criterios del retorno publicitario.
- 4) **Plan de medios, comunicación y acciones publicitarios y/o de marketing** a desarrollar, según el modelo “**Anexo V**”.

En dicho Plan se deberá indicar los mercados en los que se va a realizar la promoción/publicidad del evento, alineados con los mercados objetivo del destino Islas Canarias, así como las audiencias y segmentos específicos a los que se destinan tales acciones; y se tendrá que acompañar obligatoriamente de un plano del lugar en el que se va a desarrollar el evento, indicando de forma clara la previsión de la ubicación prevista de la marca en cumplimiento con las instrucciones de uso de la marca, así como de los correspondientes *briefings* de comunicación

- 5) **Plan inicial de sostenibilidad ambiental del evento**, que muestre el compromiso del organizador del proyecto/evento con criterios medioambientales, para lo cual deberá cumplimentarse el **Anexo VI** en caso de solicitudes de proyectos/eventos con un presupuesto estimado inferior a trescientos setenta y cinco mil euros (375.000,00 €) o bien, el **Anexo VII** en caso de solicitud de proyectos/eventos con un presupuesto estimado igual o superior trescientos setenta y cinco mil euros (375.000,00 €).

La documentación técnica será calificada según los criterios de valoración previstos en la Base núm. 12.1.

No se admitirán y serán excluidas automáticamente sin posibilidad de subsanación:

- a) Aquellas solicitudes que no cuenten con los contenidos mínimos en la documentación técnica).
- b) Solicitudes presentadas sin especificación ni denominación de eventos /proyectos.
- c) Aquellas solicitudes que no documenten su propuesta según los anexos dispuestos y/o **modifiquen o alteren sustancialmente el contenido** de los mismos, incluyendo de forma enunciativa y no limitativa los supuestos de omisión de los logos o marcas que se integran en el Modelo y/o de los criterios o aspectos incluidos en el mismo.
- d) Aquellas solicitudes que contengan errores y/o tachaduras o aspectos sin completar en los Modelos-Anexos dispuestos para su cumplimentación, no admitiéndose documentos o formularios (anexos) de obligado cumplimiento con epígrafe(s) en blanco, excepto solo en aquellos apartados cuya cumplimentación no procediese por no ser de aplicación.

- e) La no presentación de la documentación técnica o presentación en blanco.
- f) La falta de atención o la insuficiencia de la misma a los requerimientos de subsanación recibidos en los plazos otorgados.
- g) La falsedad o inexactitud de los datos e informaciones contenidas en la documentación aportada, sin perjuicio de la exigencia de las responsabilidades e indemnizaciones que de tal hecho se deriven

Únicamente resultará admisible la subsanación de un documento de carácter técnico no presentado inicialmente si la integridad e invariabilidad de su contenido queda acreditada mediante firma electrónica de fecha anterior a la fecha de finalización de presentación de solicitudes para la mensualidad a la que corresponda el evento objeto de solicitud, y ello en base a los principios de concurrencia competitiva e igualdad que rigen la presente convocatoria.

La entidad convocante se reserva la facultad de comprobar en cualquier momento la veracidad de la documentación presentada.

15.3.- Examen de la documentación

Transcurrido el plazo de presentación de solicitudes, PROMOTUR procederá a examinar la documentación administrativa aportada por los solicitantes que han concurrido, en tiempo y forma, al procedimiento **de selección de eventos**, documentándose la verificación de los extremos indicados en el apartado anterior de esta Base, incluida las unificaciones de oficio que procedan en su caso, así como proponiéndose la admisión o exclusión de las solicitudes según corresponda.

15.4.- Subsanación y admisión/exclusión de solicitudes

Posteriormente, se emitirá **Resolución** de la entidad convocante que contenga la **relación provisional de admitidos y excluidos**, otorgando un **plazo común de cinco (5) días hábiles** a partir del día siguiente de la publicación de dicha resolución para aportar documentación en subsanación de la remitida en el plazo a que hace alusión la Base 15.2.1, así como realizar reclamaciones u objeciones que se estimaren convenientes.

A efectos del trámite de subsanación, ha de advertirse que no serán subsanables aquellas solicitudes que contengan errores y/o tachaduras que las hagan ilegibles. Del mismo modo, se indica que en el plazo de subsanación no cabe la alteración de los términos de la solicitud inicialmente presentada **de manera sustancial, llegando a suponer nueva solicitud.**

En caso de que en el plazo otorgado no se atienda el requerimiento de subsanación efectuado con la publicación de la referida Resolución, o se dé una respuesta al mismo que se estime incompleta o insuficiente, se dará por excluida y/o decaída la solicitud.

Transcurrido dicho plazo, se examinará la documentación presentada a efectos de subsanación y, en coherencia con lo anterior, **se dictará Resolución por la que se aprueba relación definitiva de admitidos y excluidos.**

15.5.- Selección y valoración de las solicitudes admitidas

La Comisión Técnica valorará la documentación técnica conforme a los criterios señalados en la Base núm. 12.1 de las presentes, evaluando en primer lugar los aspectos de la documentación que correspondan a los criterios de carácter subjetivo y, tras esto, los correspondientes a los criterios de carácter objetivo, recogándose los resultados de la valoración en Informe emitido al efecto.

Seguidamente, la misma elevará al órgano de instrucción y resolución un informe-propuesta indicativo de los proyectos valorados ordenados por fecha de entrada de la solicitud, indicando expresamente aquellos que se hayan informado favorablemente con la puntuación obtenida en cada criterio y subcriterio de valoración y, la cantidad susceptible de convertirse en el precio del futuro contrato de patrocinio conforme a la **Base núm. 12.6 de las presentes**, de manera provisional según el cómputo establecido en las presentes bases.

Una vez valoradas todas las propuestas seleccionadas y valoradas de los dos (2) meses objeto de tramitación conjunta, se asignarán los recursos, hasta que se agoten los recursos disponibles.

15.6.- Resolución de la presente convocatoria

15.6.1.- Selección de eventos

El órgano de instrucción y resolución, recibido el Informe-propuesta de la Comisión Técnica de Valoración a que se refiere la **Base 15.5**, dictará Resolución que incluya la relación **definitiva de admitidos y excluidos a la convocatoria**, así como **provisional de la valoración de los eventos admitidos a la convocatoria**, que será publicada en la web institucional de PROMOTUR.

En relación con el contenido de la Resolución de valoración provisional, en el plazo de **cinco (5) días hábiles los interesados podrán formular, si así lo consideran, reclamaciones u objeciones.**

El **trámite de formulación de reclamaciones deberá ir acompañado preceptivamente de escrito en el que se motiven las razones** de reclamación por las que el interesado aporta la documentación y/o la pretensión que fundamenta su reclamación u objeción, así como la documentación oportuna que justifique la misma, sin modificar el contenido de la documentación técnica inicialmente presentada.

Tras su examen, las reclamaciones serán resueltas en **Resolución definitiva** del proceso de selección de proyectos de eventos presenciales organizados por entidades privadas y susceptibles de generar un retorno publicitario de la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias en el proceso de dinamización turística del archipiélago canario.

Esta resolución contendrá la puntuación desglosada y total obtenida por la valoración de los criterios establecidos en estas Bases con respecto a cada evento admitido y en función de la isla en que se celebre el mismo, así como los límites máximos del importe por el que se podrá tramitar expediente de contratación tras la cumplimentación del trámite para el que se otorgue plazo.

Los solicitantes cuyas solicitudes hayan resultado seleccionadas definitivamente en el marco del procedimiento descrito en estas Bases **deberán presentar en el plazo máximo de cinco (5) días hábiles:**

- a) La **aceptación expresa de la apertura de la fase de contratación en aras de formalizar contrato** de patrocinio mediante la cumplimentación y entrega del **Anexo XV**.
- b) En relación a la **solvencia económica y financiera, Anexo XIII** debidamente cumplimentado junto con documentación justificativa referida en el propio anexo, en su caso si el importe susceptible de patrocinio es superior a treinta y cinco mil euros (35.000,00 €). Podrá acreditarse la solvencia mediante un **volumen anual de negocios o patrimonio neto** suficientes para afrontar la organización del proyecto/evento propuesto o bien, mediante la contratación de un **seguro de responsabilidad civil por riesgos profesionales**. En concreto, en caso de optar por acreditar la solvencia mediante póliza de seguro, pero no tener suscrito aún dicho contrato, debe indicarse en el propio anexo el compromiso de tener suscrito en el momento de celebración del evento un seguro de responsabilidad civil por riesgos profesionales cuya cobertura se adecúe a la naturaleza del evento. En este último caso, deberá aportarse, en la fase de justificación, la póliza correspondiente.
- c) **Anexo XIV** relativo a la **solvencia técnica o profesional** y la correspondiente documentación acreditativa (especificada en el propio anexo).

Teniendo en consideración que la Resolución de selección definitiva de eventos y resolución del proceso de selección no crea derecho alguno a favor de la persona física o jurídica interesada (posible futuro patrocinado) mientras no haya sido aceptado expresamente por la misma la apertura de la siguiente fase, mediante la presentación del documento de aceptación (Anexo XV), se considerará decaída la solicitud.

Contra la Resolución de valoración y selección definitiva de los eventos concurrentes y admitidos a esta convocatoria, que produce los efectos propios de su contenido, no cabrá la interposición de impugnación alguna al poner fin a la primera fase del procedimiento *ad hoc* que regula estas Bases.

16.- 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 XV**), 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, en tanto continúe vigente y resulte de aplicación; todo ello, por referencia del Informe 3/2018 de la Junta Consultiva de Contratación de Canarias; así como toda aquella normativa que le sea de aplicación por referencia.

Asimismo, y siguiendo el Informe 31/2005, 29 de junio de 2005, de la Junta Consultiva de Contratación Administrativa del Estado, la tramitación del expediente de contratación es requisito *sine qua non* para que Promotur Turismo Canarias, S.A., pueda celebrar y formalizar este contrato, lo que supone atender a las prescripciones establecidas en el Libro II, Título I.

El contrato de patrocinio resultante de la fase de selección del evento 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.

Para la formalización del contrato resultante de patrocinio será preceptivo que el patrocinado se registre como usuario en el Portal de Licitación de Promotur Turismo Canarias (<https://licitacion.turismodeislascanarias.com>), cumplimentando los de alta que se le requieran, según se indica en la Guía Básica del Licitador y/o las indicaciones de uso proporcionadas por los servicios técnicos de la entidad contratante por la información indicada en el apartado de Soporte a Empresas.

De conformidad con lo dispuesto en la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza, los patrocinados deberán contar con sistemas de firma electrónica reconocida o cualificada y avanzada basados en certificados de firma electrónica. Puede encontrar más información sobre certificados electrónicos reconocidos en el siguiente enlace:

<http://firmaelectronica.gob.es/Home/Ciudadanos/CertificadosElectronicos.html>

Además, el patrocinado habrá de verificar el cumplimiento de los requisitos técnicos descritos en la Guía Básica del Licitador relativos a la instalación de la aplicación Java y/o configuración e incorporación del portal de licitación electrónica de Promotur a la lista de excepciones, así como el uso de los navegadores web según los equipos que disponga y emplee el licitador.

En caso de incidencia técnica con el uso de la plataforma, puede ponerse en contacto con el equipo técnico de gestión del Portal de Licitación a través del “formulario de soporte” disponible la página web de Soporte a Empresas indicado anteriormente.

Con carácter previo o simultáneo a la emisión de informe técnico de exclusividad o, en su caso, de la memoria justificativa de necesidad, el órgano negociador y el órgano de contratación, así como el resto de las personas que participen en el expediente de contratación suscribirán **Declaración de Ausencia de Conflicto de Intereses (en adelante, DACI)**, dejándose constancia de ello en el expediente, si esto no se hubiera producido en la primera fase.

Asimismo, dichas personas se abstendrán de conocer de determinadas expedientes en el caso de que se detecte la concurrencia de una situación que pueda ser calificada como conflicto de interés, siendo las mismas a título ilustrativo las indicadas en el Código de Conducta aprobado por el Consejo de Administración de Promotur Turismo Canarias, S.A., así como las relacionadas en el artículo 23.2 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, sin perjuicio de lo indicado en las actualizaciones del Modelo de Prevención y Detección de Delitos, así como los planes o los protocolos que apruebe esta sociedad mercantil pública, dejándose constancia

de ello en el expediente; y ello sin perjuicio de que dichas personas estén obligadas a actuar con imparcialidad y objetividad en todo caso.

En caso de que se identifique indicios fundados de conductas colusorias en el procedimiento de contratación, en los términos definidos en el artículo 1 de la Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, el personal que tramita el expediente de contratación concernido pondrá de manifiesto esos indicios al órgano de contratación, a los efectos de que se pronuncie al respecto motivadamente y, en su caso, traslade los mismos, con carácter previo a la adjudicación del contrato y con efectos suspensivos, a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) o, en su caso, a la autoridad autonómica competente.

Entre la documentación que, al enviarse invitación de licitar, será reclamada a las entidades cuyos proyectos de eventos hayan resultado seleccionados en virtud del procedimiento anteriormente descrito, guarda especial relevancia la siguiente:

- a) Declaración responsable en materia de suministro de información relacionada con la normativa de transparencia, con indicación de datos de contacto, acompañado de declaración responsable de veracidad de los mismos.
- b) Actualización de la documentación que resulte necesaria.
- c) Certificado en vigor expedido por la Agencia Tributaria de la Administración General del Estado relativo al cumplimiento de las obligaciones tributarias con el objeto de la certificación "Contratistas y/o subcontratistas" y/o genéricos.
- d) Certificado en vigor expedido por la Agencia Tributaria Canaria relativo al cumplimiento de las obligaciones tributarias, con el objeto de la certificación "Contratistas y subcontratistas" y/o genéricos.
- e) Certificado en vigor expedido por la Tesorería General de la Seguridad Social en relación con el cumplimiento de las obligaciones con la Seguridad Social y/o genéricos.
- f) Declaración de Ausencia de Conflicto de Interés (**DACI**), correctamente cumplimentada y firmada, respecto a sí mismo (**Anexo XVI**).
- g) Declaraciones de Ausencia de Conflicto de Interés (**DACI**), correctamente cumplimentada y firmada por las empresas subcontratistas (**Anexo XVI**).
- h) Certificado de titularidad bancaria.

En relación con las letras de la c) a la e), si la persona física o jurídica que solicita participar en el procedimiento de selección de eventos no está obligada a presentar las declaraciones o documentos a que se refieren los artículos 13 y 14 del Reglamento General de Contratos, aprobado mediante Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, y/o el artículo 48 del Decreto 268/2011, de 4 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento de gestión de tributos derivados del Régimen Económico y Fiscal de Canarias, y resto de normativa aplicable; deberá aportar declaración responsable específica en la que se ponga de manifiesto dicha circunstancia a los efectos de sustituir el certificado que correspondiera en caso contrario.

Los contratos de patrocinio que se celebren en este marco serán publicados en la Plataforma de Contratación del Sector Público o medio electrónico que garantice dicha publicidad y esté habilitada a estos efectos, en virtud de cumplimiento legal de la LCSP/2017.

17.- TERCERA FASE: JUSTIFICACIÓN Y PAGO

17.1.- Lugar y plazo para presentar la justificación

La justificación documental del patrocinio se presentará preceptivamente a través del medio señalado en la **Base núm. 15.2.1** de las presentes.

Solo se considerará válida la justificación presentada a través de este medio. 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.

17.2.- Documentación para la justificación.

La justificación se efectuará mediante la presentación de la siguiente **documentación:**

A) Memoria técnica justificativa del evento, siguiendo el Modelo-Anexo XVII.

El contenido de esta memoria versará sobre los siguientes aspectos:

A.i) Descripción de las actividades del evento finalmente ejecutadas

A.ii) Descripción de las fechas y lugares donde finalmente se ha llevado a cabo el evento.

A.iii) Indicación del número de participantes y asistentes al evento, desglosando entre residentes y no residentes de las Islas Canarias.

A.iv) Descripción de las actuaciones llevadas a cabo para cumplir con las medidas de fomento y comercialización de productos locales del archipiélago canario, y la disposición de planes y protocolos de seguridad, y aquellas otras contempladas en la Base núm. 5.2, acompañada de capturas de pantalla, fotografías o cualquier otra prueba documental que acrediten la realización de estas medidas

A.v) Descripción de las actuaciones llevadas a cabo para cumplir con las medidas sociales contempladas en la Base núm. 5.2. En el caso de la contratación de empresas externas deberán aportar una relación que contenga: nombre de la empresa, CIF y actividad realizada.

A.vi) Descripción de las actuaciones llevadas a cabo para cumplir con las medidas de igualdad de género contempladas en la Base núm. 5.2, acompañada de capturas de pantalla, fotografías o cualquier otra prueba documental que acrediten la realización de estas medidas

A.vii) Descripción del cumplimiento de los criterios de valoración subjetiva que fundamentaron la selección del evento patrocinado, acompañado de capturas de pantalla, fotografías o cualquier otra prueba documental que acrediten la realización de estas medidas.

Particularmente, y para la justificación de la correcta aplicación de criterios ambientales, deberá aportarse:

- En caso de tratarse de proyectos o eventos de presupuesto estimado inferior a trescientos setenta y cinco mil euros (375.000€), evidencias (fotografías, documentos, y demás información que se considere de relevancia) que permitan evaluar el grado de cumplimiento del Plan de sostenibilidad ambiental previamente presentado.
- En caso de proyectos o eventos con un presupuesto estimado igual o superior a trescientos setenta y cinco mil euros (375.000 €), se requiere la presentación de informe técnico independiente en el que se certifique la correcta implementación de las medidas descritas en el Plan inicial de sostenibilidad ambiental durante la ejecución del evento, así como el cálculo de la medición de la huella de carbono del evento o proyecto.

B) Informe de auditor que acredite los siguientes extremos y que incluya como **anexos al mismo, el Modelo-Anexos XVII, las facturas y justificantes de pagos por le importe correspondiente al patrocinio**. Asimismo, se pone en conocimiento que este Informe de auditor tendrá como mínimo el siguiente contenido de verificación que versará sobre los siguientes aspectos:

1º.- El importe total del presupuesto del evento, y que la naturaleza de la totalidad de los gastos presentados corresponde al evento o actividad patrocinada.

2º.- Que los gastos contemplados se corresponden con los gastos indicados como patrocinables en las bases de la convocatoria.

3º.- Que existen gastos de publicidad, comunicación y/o difusión del evento en los porcentajes indicados en las bases de la convocatoria.

4º.- Que los gastos presentados como justificación cumplen con los términos indicados en las cláusulas de referencia respecto a los gastos sometidos a limitación (por ejemplo, en lo referido a los gastos de personal).

5º.- Que no existen gastos considerados no patrocinables según la definición dada en las bases de la presente convocatoria.

6º.- Que se presente y se verifique un desglose de los gastos con indicación de número de factura, proveedor y concepto por el importe total del presupuesto del proyecto, verificando documentalmente que se han realizado los pagos correspondientes a los gastos presentados a justificación y que son patrocinables, como mínimo hasta alcanzar la totalidad del importe recibido como patrocinio.

7º.- La verificación de que se han utilizado las medidas de publicidad obligatorias indicadas en las bases de la convocatoria sobre el retorno publicitario. Adicionalmente, teniendo en consideración la procedencia de los fondos con cargo a los que se abonará, en su caso, el precio del contrato de patrocinio que se hubiera formalizado, que los gastos indicados como patrocinables no incurren en doble financiación a nivel de la entidad patrocinada (perceptor final).

C) Dossier de material publicitario

C.i) Resumen de la repercusión mediática: *Clipping* con valor económico equivalente e inversión publicitaria a medios con el valor económico equivalente

C.ii) Informe de retorno de la inversión publicitaria (ROI) siguiendo los parámetros de cálculo indicados en las presentes bases, *elaborado por una entidad profesional externa y habilitada para su realización.*

La entidad que realice este informe no podrá mantener vinculación mercantil alguna con la entidad solicitante del presente proceso.

C.iii) Informe o cualquier documento justificativo que describa los mercados en los que se ha realizado la promoción/publicidad del evento, alineados con los mercados objetivo del destino Islas Canarias; así como las audiencias y segmentos específicos, que se establecen como criterio de valoración objetiva

C.iv) Reporte de fotografías y material gráfico y audiovisual del evento donde se pueda apreciar la presencia de los logotipos de los patrocinadores en los soportes publicitarios utilizados (por ejemplo, cartelería física) y que permitan comprobar que realmente se ha cumplido con la presencia de los logotipos en las acciones publicitarias.

Tanto las fotografías como los materiales gráficos y audiovisuales deberán ser originales. El no cumplimiento de este punto supondrá la pérdida de derecho a cobro del precio fijado en el contrato de patrocinio

Para cada una de las acciones en medios online, medios audiovisuales online, web propia y/o redes sociales u otras plataformas, se deberá incluir, además de la captura de pantalla, el enlace correspondiente que dirija al medio concreto. No serán valorables, a los efectos de justificación, aquellas acciones en las que se no acompañe del referido enlace.

Con relación a la repercusión mediática para la marca, sólo se tendrán en cuenta las acciones publicitarias o promocionales que hubieren cumplido con las instrucciones sobre el uso de la misma que se adhieren a las presentes bases. En caso de que tales acciones no cumplieren con las instrucciones establecidas en cuanto al uso de la marca del patrocinador, no se tendrán en cuenta como justificación de la repercusión mediática del evento.

El material gráfico, fotográfico y audiovisual presentado a las justificaciones deberá garantizar que Promotur Turismo Canarias S.A pueda utilizarlo para su difusión y uso en actividades estratégicas promocionales.

D) Informe de Impacto económico. Documento analítico que evalúa los efectos directos e indirectos de la realización de un evento sobre la economía local y/o regional. Este informe incluye la estimación de variables clave como el gasto de los participantes, la creación de empleo temporal, el aumento en la demanda de bienes y servicios, y otros aspectos que reflejan la repercusión financiera

generada por el evento, emitido por profesional externo sin vinculación con el organizador del evento.

- E)** Informe externo certificado sobre el cumplimiento del plan inicial de sostenibilidad ambiental presentado a la presente convocatoria.

En el supuesto de que la documentación justificativa antes señalada adoleciera de defectos subsanables, se requerirá al patrocinado para que en el plazo de tres (3) días hábiles siguientes a la notificación proceda a su corrección.

La ausencia de justificación, una vez cumplido el plazo establecido al efecto o el trámite de subsanación, así como la resistencia, excusa, obstrucción o negativa a las actuaciones de comprobación y control financiero conllevará la pérdida del derecho al cobro de la cantidad aprobada y otorgada con destino al patrocinio del evento.

17.3 . - SUPUESTO DE RECALCULO DEL PATROCINIO

1.- Se podrá admitir en la justificación de los gastos una **variación del \pm 15% del presupuesto justificado respecto del presupuesto inicialmente presentado o reformulado**, sin que sea necesaria la modificación del contrato ni recálculo del patrocinio concedido.

Si para la justificación económica del proyecto objeto de patrocinio, se presentasen unos gastos totales con una **desviación inferior al 15%** en relación al presupuesto de gastos inicialmente presentado, y, sin embargo, no se justificase la totalidad de los gastos hasta alcanzar la cuantía de patrocinio, procedería el recálculo del importe de patrocinio a recibir, atendiendo al gasto justificado por la entidad solicitante.

2.- Se podrá admitir en la justificación de los gastos una **variación ente el 16 y el 40 % del gasto justificado respecto del presupuesto inicialmente presentado**, que necesitará procedimiento de modificación del contrato y del importe del patrocinio, siempre y cuando la baja en el presupuesto del evento no suponga una variación de la puntuación obtenida ni una baja del retorno publicitario mínimo que le correspondiera.

Se calculará nuevamente la cuantía de la contraprestación del patrocinio formalizado, conforme al porcentaje obtenido en la fase de valoración, aplicándose, adicionalmente, las penalidades previstas en la Base núm. 22 de las presentes, en su caso.

3.- Asimismo, si existiera una **variación superior al 40% del presupuesto** justificado respecto del presupuesto inicialmente presentado o reformulado, decae el patrocinio concedido.

4.- Si, por el contrario, el importe de gastos justificados es superior a los presupuestados, se mantendrá el importe de la contraprestación del contrato del patrocinio formalizado, por haber sido suscrito a riesgo y ventura de la entidad patrocinada.

17.3.- 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 la Base núm. 11.4 de las presentes.

El abono se realizará previa presentación de la factura y una vez examinada la justificación documental señalada en la **Base núm. 17.2**, 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.

El patrocinado podrá ceder a un tercero, por cualquiera de los medios legalmente establecidos, su derecho a cobrar el precio del patrocinio, pero, para que dicha cesión surta efectos, y la entidad patrocinadora expida el mandamiento de pago a favor del cesionario, es preciso que se le notifique fehacientemente a ésta última el acuerdo de cesión. Adicionalmente a lo anterior, para proceder al pago a la entidad cesionaria, la misma deberá presentar ante la entidad contratante:

- a) Documento nacional de identidad de la persona que ostente la representación de la entidad cesionaria.
- b) Documento acreditativo de la representación de la persona que ostente la representación de la entidad cesionaria.
- c) Declaración responsable firmada por la persona que ostente la representación de la entidad cesionaria en la que conste que no se haya en ninguna de las circunstancias contenidas en el artículo 71 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se

transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, ni de otras prohibiciones para contratar con el sector público.

- d) Certificado bancario relativo a la titularidad de la cuenta bancaria por parte de la entidad cesionaria.

18.- JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA DEL EVENTO REALIZADO

18.1.- 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 **CUATRO (4) meses** anteriores a la celebración de evento hasta el mes posterior a la celebración del mismo.

18.2.- Están excluidos del ámbito temporal anterior los siguientes gastos:

- a) Gastos de Asesoría y/o Consultoría e informes para la realización del proyecto, así como para la de justificación del evento, incluyendo el asesoramiento jurídico y el apoyo en la elaboración del plan de sostenibilidad ambiental. Este gasto concreto está exceptuado del límite temporal anteriormente indicado, de tal forma que serán justificables aquellos gastos realizados tras la publicación de la presente convocatoria.
- b) Informe económico de un auditor de cuentas inscrito como ejerciente en el Registro Oficial.

Este gasto concreto está exceptuado del límite temporal anteriormente indicado, atendiendo a su contenido, de tal forma que dicho gasto respetará el plazo previsto en la Base núm. 18.1.

- c) Informe externo certificado sobre el cumplimiento del plan inicial de sostenibilidad ambiental presentado a la presente convocatoria, (solo para proyectos con presupuesto superior a 500.000,00 euros), así como el cálculo de la medición de la huella de carbono del evento o proyecto.

Este gasto concreto está exceptuado del límite temporal anteriormente indicado, atendiendo a su contenido, de tal forma que dicho gasto respetará el plazo previsto en la Base núm. 18.1.

- d) Los gastos derivados de reservas de salas, así como los relativos a cachés de los artistas y/ o personajes con repercusión mediática que intervengan en el evento. Estos gastos concretos están exceptuados del límite temporal anteriormente indicado, de tal forma que serán justificables incluso si se ha realizado hasta un (1) año antes de la celebración del evento.

18.3.- Gastos justificables en el marco de la presente convocatoria sometidos a limitación.

Asimismo, es justificable el siguiente gasto sometido a limitación:

- a) Gastos de **personal** de la entidad solicitante: podrá imputarse hasta un ocho por ciento (8%) de la cuantía del patrocinio con gastos de personal fijo propio de la empresa directamente relacionado con la actividad patrocinada y correspondientes a los meses relacionados con dicha actividad patrocinada, siempre dentro del periodo temporal de la convocatoria aportando lo siguiente:
- I. nóminas del personal
 - II. RLC y RNT (anteriormente denominados TC1 y TC2) correspondientes a los seguros sociales de los meses imputados patrocinio

En el caso de contratación directa de personal eventual por parte de la entidad para la ejecución del evento, se podrá imputar la totalidad del gasto, siempre que éste corresponda al periodo relacionado con dicha actividad patrocinada, debidamente justificado, quedando exceptuado del límite anteriormente establecido del 8%.

- b) El gasto en materia de publicidad, **comunicación y/o difusión del evento** que tiene un mínimo establecido de un 5% de gasto **del presupuesto estimado, salvo que se justifique que un porcentaje inferior no afectaría al valor del retorno publicitario calculado respecto a la marca “Islas Canarias”**.

18.4.- Gastos no justificables en el marco de la ejecución del contrato

No serán computados como gastos incluidos en la justificación económica de lo efectivamente gastado en la ejecución del evento los siguientes:

1. Gastos en operaciones vinculadas, entendiéndose como tal todas aquellas transacciones de bienes o servicios que se realicen entre personas o entidades que mantengan, entre sí, algún tipo de relación, de acuerdo con el artículo 18 de la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades. Concretamente:

- La entidad interesada y sus socios o partícipes.
- La entidad interesada y sus consejeros y/o administradores, salvo en lo correspondiente a la retribución por el ejercicio de sus funciones.
- La entidad interesada y los cónyuges o personas unidas por relaciones de parentesco en línea directa o colateral, por consanguinidad o afinidad hasta el tercer grado de los socios o partícipes, consejeros y/o administradores.
- La entidad interesada y otra entidad que pertenezca a un mismo grupo empresarial.
- La entidad interesada y los consejeros o administradores de otra entidad, cuando ambas entidades pertenezcan a un mismo grupo empresarial.
- La entidad interesada y otra entidad participada por la primera indirectamente en, al menos, el 25% del capital social o de los fondos propios.
- La entidad interesada y otra en las cuales los mismos socios, partícipes o sus cónyuges, o personas unidas por relaciones de parentesco, participen, en, al menos, el 25% del capital social o los fondos propios.
- La entidad interesada residente en territorio español y sus establecimientos permanentes en el extranjero.

2. Los gastos que se hayan realizado y/o pagado después de la finalización del plazo establecido en la Base núm. 18.1:

1. Los gastos correspondientes al abono de cuotas, impuestos, y otros tributos.
2. Los intereses deudores de las cuentas bancarias.
3. Los gastos abonados en efectivo.
4. La adquisición de material inventariable y los gastos relacionados con la adquisición y financiación de bienes inmuebles.
5. Los intereses, los recargos y las sanciones administrativas y penales.

6. Los gastos de procedimientos judiciales.
7. En general, los derivados de préstamos y créditos, sin perjuicio del régimen aplicable a los gastos financieros.
8. Los derivados de la apertura y el mantenimiento de cuentas corrientes.
9. Los gastos de publicidad que no indiquen que el programa cuenta con el patrocinio indicado en estas bases.
10. Gastos de cualquier tipo imputables al titular de la entidad interesada.
11. Los que supongan duplicidad de un gasto, sin que se justifique la inexistencia de esta duplicidad.
12. Los gastos de amortización o financieros que no cumplan los requisitos establecidos en esta convocatoria.
13. Los gastos de las actividades del evento que se celebren fuera de las Islas Canarias.
14. Los gastos de producción **propios** de la entidad solicitante relacionados con el inmovilizado material propiedad de la entidad tales como estructuras, equipos audiovisuales, equipos informáticos, entre otros, como inmovilizado inmaterial (webs, licencias, software...) y fungibles propios de la actividad debidamente justificados, o que hayan sido cedidos mediante acuerdos o colaboraciones.

19.- OBLIGACIÓN PRINCIPAL DEL PATROCINADO: EL RETORNO PUBLICITARIO

19.1.- El patrocinado deberá colaborar en la publicidad del carácter de patrocinador del Gobierno de Canarias, y de la marca que gestiona la sociedad mercantil pública convocante Promotur Turismo Canarias, S.A., en las acciones de comunicación, publicidad y marketing previstas para el evento, a través de la indicación de la **colaboración del patrocinador** y la **incorporación de su logotipo, marca y anagrama** o aquellos que designe, pudiendo compartir patrocinio con otros patrocinadores, ya sean públicos o privados.

En el caso de la inclusión del logotipo o imagen institucional del Gobierno de Canarias, se deberán seguir las instrucciones indicadas en el Manual de identidad corporativa del Gobierno de Canarias. Para la publicidad de Promotur Turismo Canarias, S.A. a través de la incorporación de su imagen o logotipos institucionales se empleará su

marca “**Islas Canarias Latitud de vida**”, debiendo cumplir con las instrucciones establecidas en las presentes bases sobre el uso de esta marca.

En ningún caso, la aportación de los logotipos, imágenes o anagramas para el cumplimiento de la obligación principal publicitaria supone la cesión o transmisión de cualesquiera derechos de propiedad intelectual o industrial que versen sobre los mismos y sean titularidad del patrocinador.

El uso no autorizado, o para un fin distinto al pactado en el presente contrato por parte del patrocinado o de cualquier signo distintivo protegido por los derechos de propiedad intelectual o industrial o intelectual del patrocinador, facultará a éste para instar la resolución del contrato o convenio, en cuyo caso, el patrocinado se compromete a restituir al patrocinador el importe del patrocinio y, todo ello, sin perjuicio de la correspondiente indemnización de daños y perjuicios a que hubiere lugar.

El logo de las Islas Canarias, en sus diferentes versiones, idiomáticas y de aplicación, puede descargarse en el Brand Centre de las Islas Canarias (<https://brandcentre.hellocanaryislands.com/>) en la sección de “**logos**”. Para acceder a la descarga, los usuarios deben estar autenticados, por lo que será necesario el registro previo en el portal y la aceptación de las condiciones de uso establecidas.

El manual para uso externo del logo símbolo Islas Canarias, disponible también en el Brand Centre de la marca Islas Canarias, accesible desde la siguiente url: <https://brandcentre.hellocanaryislands.com/publicacion/pu17913>, **deberá consultarse siempre de manera previa a la aplicación de la marca en cualquier soporte.**

En el supuesto de que el patrocinador comunicara discrepancias respecto a la aplicación del logotipos, imágenes y marcas, el patrocinado deberá realizar las actuaciones necesarias de alteración o rectificación de la presencia del logotipo o marca.

La acción publicitaria a que se compromete el patrocinado abarca todos los soportes, elementos o medios materiales publicitarios, presenciales o digitales, que se utilicen para la promoción y divulgación del evento objeto de patrocinio, tales como, de manera enunciativa y no limitativa, programas, invitaciones, inserciones publicitarias, cartelería, ruedas de prensa, cuñas de radio, anuncios televisivos o por internet, redes sociales, páginas webs paneles u otros elementos promocionales confeccionados con motivo del evento presentado.

Como obligaciones mínimas de cumplimiento para garantizar la visibilidad e impacto de la marca y, en consecuencia, el pretendido retorno publicitario, se exige:

A) Con anterioridad a la celebración del evento seleccionado:

A.i) En el caso de celebración de Ruedas de prensa garantizar la presencia de la marca en, al menos, una (1) rueda de prensa promocional.

A.ii) Garantizar la presencia de la marca en, al menos, las siguientes redes sociales: X, Instagram, Facebook, Snapchat y TikTok.

A.iii) Garantizar que, en todas las cuñas de radio, televisión o plataformas en *streaming* o vídeo que se realicen para promocionar el evento, se visualice y mencione específicamente la marca.

A.iv) Garantizar la inclusión de la marca a través de la página web oficial de la entidad donde se promociona el evento seleccionado, así como en sus páginas web, cuentas u otras plataformas adicionales oficiales de la misma, incluidas aquellas que se empleen para la venta de entradas.

A.v) Garantizar que, en caso de colaborar con *influencers* o personajes públicos para publicitar el evento seleccionado, se muestre y mencione concretamente la marca.

B) Durante la celebración del evento seleccionado

B.i) Garantizar la presencia de la marca en todas las vallas publicitarias, *muppies*, *stands* o espacios de consumo y puntos de información que se disponen en el lugar del evento en el caso que el evento disponga de ellas.

B.ii) Garantizar, al menos, que en los vídeos promocionales que se proyecten a lo largo del desarrollo del evento, aparezca la marca, al menos, en tres (3) ocasiones con una duración máxima de un minuto.

A este respecto, el patrocinado deberá indicar en el Plan de medios o comunicación que presente con la solicitud las acciones promocionales donde constará la marca y valor económico en materia de publicidad, marketing, proyecciones, ediciones y/o *merchandising*. En el caso de que sea necesaria alguna aclaración, ésta se hará previamente a la fase de formalización.

19.2.- Los eventos finalmente susceptibles de ser patrocinados “per se” aceptan su inclusión en la **agenda de la web promocional** de la marca Islas Canarias (<https://www.holaislascanarias.com/agenda/>), debiendo, si así se lo solicitan desde PROMOTUR, enviar a la dirección de correo electrónico agenda@turismodecanarias.com, para la difusión de la misma en medios *online* y *offline* durante el período promocional del evento, la siguiente información:

- **Imagen en formato vertical del evento** o relacionada. Por ejemplo, una fotografía de ediciones anteriores, cuya finalidad es la de ilustrar la publicación en la agenda de la web.
- **Texto descriptivo** del evento en idioma castellano, con una extensión de entre 80 – 100 palabras, y traducido al menos al inglés por medios no automáticos.
- **Coordenadas del lugar de celebración** del evento para posibilitar su geolocalización.
- **Página web** del evento.
- En su caso, indicar si es un evento específico para público infantil/familiar o solo para adultos.

Para que el evento patrocinado sea publicado en la mencionada agenda, los responsables del mismo deben enviar toda la información anteriormente detallada **con al menos dos (2) meses de antelación a la celebración del evento.**

PROMOTUR se reserva el derecho de seleccionar y publicar en el *Brand Center de la marca “Islas Canarias” (brandcentre.hellocanaryislands.com)* el material audiovisual de los eventos que los patrocinados hubieren registrado en este medio.

19.3.- En la difusión y comunicación llevada a cabo por los responsables del evento patrocinado, ya sea en canales propios o de terceros, debe mencionarse explícitamente y en todo caso, que dicho evento **se celebra en las Islas Canarias.**

De este modo, en las redes sociales debe añadirse siempre el **hashtag #IslasCanarias o #Canarias o la etiqueta de geolocalización**, ya sea en español y/o en cualquier otro idioma en función del público objetivo al que va dirigido el evento.

19.4.- Dentro del plazo de **siete (7) días naturales** desde el siguiente a aquel en el que finalice la celebración del evento/actividad objeto de patrocinio, deberá entregarse a Promotur Turismo Canarias, S.A. un **paquete de imágenes promocionales**, con un mínimo de cuatro (4) archivos fotográficos y un máximo de seis (6) **que cumpla estándares de calidad, proporcionando imágenes del evento desde diferentes ángulos, con encuadre tanto horizontal como vertical**, siendo prioritario el vertical, en **alta resolución (preferiblemente HR)**, con un **mínimo de 3500 x 2500 píxeles**, un peso **mínimo de 10 MB y formato JPG**. En alguna de las fotografías debe visualizarse la asistencia de público (de espaldas y evitando que se reconozca a los asistentes) para que se refleje el carácter público del evento. Adicionalmente, podrán aportarse recursos audiovisuales con resolución profesional 4K y una duración mínima de 30 segundos.

Todos estos recursos fotográficos y audiovisuales, deberán estar acompañados de los respectivos **documentos que acrediten la cesión de derechos de la propiedad intelectual por parte del autor de las obras** a Promotur Turismo Canarias S.A., y

cuyo fin es la promoción turística de la marca Islas Canarias y/o del mismo evento, siendo su destino el archivo fotográfico de Promotur que se aloja en el Brand Centre de las Islas Canarias (<https://brandcentre.hellocanaryislands.com/>).

Igualmente, se deberá incluir, en su caso, **la cesión de derechos de imagen de todas las personas que figuren en cualquiera de estos recursos gráficos y audiovisuales**, así como el servicio de inclusión del paquete de imágenes promocionales y los documentos de cesión en el portal Brand Centre de las Islas Canarias (<https://brandcentre.hellocanaryislands.com/>).

La cesión de los derechos de uso de las fotografías y el material audiovisual será bajo las siguientes condiciones:

- Cesión no exclusiva durante cinco (5) años a contar desde la fecha de realización del evento.
- Cesión de derechos de reproducción, transformación, distribución y comunicación pública de la obra.
- Territorialidad mundial.

Una vez la entidad patrocinada haya aportado las precitadas imágenes promocionales a través del cauce y en las condiciones señaladas, deberá enviar aviso de ello mediante correo electrónico a las siguientes direcciones (ambas):

- brandcentre@turismodecanarias.com
- patrocinioseventosturisticos@turismodecanarias.com

20.- OTRAS OBLIGACIONES DEL PATROCINADO

Sin perjuicio de lo anterior, el patrocinado se obliga también al cumplimiento de las siguientes obligaciones:

1.- Informar a Promotur Turismo Canarias, S.A. de aquellas acciones relativas a los medios de comunicación en las que pueda haber presencia institucional (como ruedas de prensa, entrega de medallas, arranque de pruebas deportivas, etcétera), con el fin de que se valore desde la entidad convocante la idoneidad de asistir a las mismas. Para centralizar este flujo de información, se debería enviar la información de las distintas convocatorias de actos, con tiempo de antelación suficiente para facilitar la necesaria coordinación a la siguiente dirección: comunicacioncorporativa@turismodecanarias.com.

2.- Reservar la asistencia al evento patrocinado a un número de personas determinado por Promotur Turismo Canarias, S.A a los efectos de realizar las tareas de comprobación material que se estimen oportunas, a título no oneroso.

3.- Asumir toda la gestión, organización, ejecución, seguimiento y control de la actividad objeto del patrocinio e indemnizar los daños causados a personas y cosas durante el desarrollo de la misma, así como de aquellos daños que, con ocasión del montaje o realización de la actividad, puedan sufrir tanto su personal como los materiales de su propiedad, eximiendo a Promotur Turismo Canarias, S.A. de toda responsabilidad.

4.- Velar por el cumplimiento de las condiciones básicas que garanticen la calidad de la programación patrocinada, y en concreto el respeto a la publicidad que, sobre la actividad, proyecto y/o espectáculos públicos se realice, garantizando el ajuste de la información emitida al contenido real del desarrollo del mismo.

5.- Cumplir, en su caso y si procede, con todas las condiciones y requerimientos que sean de obligado cumplimiento según la Ley 7/2011, de 5 de abril, de actividades clasificadas y espectáculos públicos y otras medidas administrativas complementarias de Canarias, eximiendo a Promotur Turismo Canarias, S.A. de toda responsabilidad.

6.- Cumplir con la normativa de prevención de riesgos en todos los aspectos que la realización de la actividad conlleve. El patrocinado asumirá el poder de dirección respecto a su personal artístico y técnico y correrá con los gastos del mismo (incluidos sueldos, dietas, indemnizaciones, honorarios profesionales y horas extras), asimismo será de su cargo el cumplimiento de las obligaciones tributarias, laborales, de Seguridad Social, de Seguridad e Higiene en el Trabajo y cualquier otra que se derive de la relación laboral con su personal. En este sentido, se compromete a respetar todas las normas de seguridad de carácter general, de acuerdo con la Ley de Prevención de Riesgos Laborales (Ley 31/1995, de 8 de noviembre) y demás normativa laboral, exonerando a Promotur Turismo Canarias, S.A., de cualquier tipo de responsabilidad y/o reclamación.

7.- Cumplir, en su caso y si procede, con las disposiciones del texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual 1/1996, de 12 de abril, modificado parcialmente por la Ley 2/2019, de 1 de marzo; y a estos efectos, contar con la preceptiva autorización de la Fundación SGAE en lo relativo a la reproducción y comunicación pública de las obras literarias, artísticas o científicas que incorpore su proyecto y de los que la entidad patrocinada no sea titular, eximiendo a Promotur Turismo Canarias, S.A., de toda responsabilidad por las posibles acciones civiles y penales que pudieran emprenderse debido a su incumplimiento.

8.- Cumplir la normativa que resulte aplicable, debiendo así someterse a los mecanismos o procedimientos que la entidad convocante hubiere establecido para asegurar dicho cumplimiento por los promotores de los eventos seleccionados, así como a las consecuencias derivadas en caso de incumplimiento.

A tal efecto, el patrocinado se somete a la comprobación que, por muestreo aleatorio y *a posteriori* pueda llevar a cabo Promotur Turismo Canarias S.A de las informaciones, documentos, registros, archivos, datos y otros elementos de la justificación económica aportada a fin del abono de la contraprestación económica en concepto de patrocinio en los términos que se establecen en la Base núm. 26; todo ello, con independencia de las actuaciones de comprobación y control financiero a que se obliga la entidad convocante por parte de los órganos administrativos de control competentes, y, así, a las inspecciones y auditorías a entidades externas que estime oportunas, estando obligada igualmente el patrocinado a facilitar cuantos datos, documentos, informaciones se precisen para la elaboración de los informes o comprobaciones que se deban realizar.

9.- Mantener un registro y conservar los documentos justificativos, los datos estadísticos y demás documentación concerniente a la financiación, así como los registros y documentos durante un periodo de seis (6) años, ampliándose, al menos, hasta que las auditorías, recursos, litigios, tramitación de reclamaciones o investigaciones hayan, en su caso, concluido.

10.- **Recabar las autorizaciones y a formalizar los contratos, acuerdos o cesiones de los derechos inherentes a las imágenes captadas**, en su totalidad o en parte y en cualquier soporte o modalidad de explotación prevista en el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual y normativa concordante, así como, y si procediera, la utilización de la voz, **de las personas asistentes, colaboradores, participantes o cualesquiera otros intervinientes** al evento objeto de patrocinio y cuya grabación o toma es utilizada a efectos de difundir o promocionar dicho evento, en los términos a los que hace referencia el artículo 2 de la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familia y a la propia imagen; manteniendo en todo caso indemne al patrocinador de cualquier reclamación que pudiera originarse por este motivo.

11.- Indicar en las autorizaciones, acuerdos, contratos o cesiones que se suscriban que los derechos de explotación de las imágenes captadas o fotografiadas de los asistentes, participantes y colaboradores o cualesquiera otros intervinientes en el evento a los fines de publicidad del mismo se realizará también a Promotur Turismo Canarias, S.A, sin perjuicio de la obligación legal de información y cesión si procede a los organismos u autoridades competentes, en el ámbito territorial y durante el tiempo antes mencionado que se especifique en las condiciones de cesión.

21.- CAUSAS DE EXTINCIÓN Y DEVOLUCIÓN DEL PATROCINIO

Serán causas de extinción y consecuente devolución del patrocinio las siguientes:

- a) La falsedad de los datos aportados.
- b) La extinción de la personalidad jurídica de la entidad.
- c) Si no se hubieran aplicado el régimen de penalidades fijado en la **Base núm. 22**, el incumplimiento total o parcial de todas o alguna de las condiciones establecidas en este documento y del contrato que se formalice al efecto.
- d) La realización por parte del patrocinado, de actuaciones que, a juicio de la entidad convocante sean contrarias a los objetivos y finalidad de esta convocatoria.
- e) La alteración del objeto del patrocinio cuyo proyecto de evento resultó seleccionado a través de la convocatoria de referencia.
- f) La no ejecución total o parcial de la actividad patrocinada en los términos indicados en las presentes Bases y en el contrato que se formalice al efecto.
- g) No entregar o entregar fuera de plazo la documentación justificativa del patrocinio.
- h) Fomentar actitudes discriminatorias por razón de nacimiento, etnia, género, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social o de enaltecimiento de actitudes violentas o de odio de las recogidas en la **Base núm. 5.2**.
- i) El incumplimiento de las leyes y decretos vigente y que afecten directamente a la ejecución del patrocinio y, así, de la normativa nacional y de la Unión Europea en materia de protección de datos vigente en cada momento.

El patrocinio está supeditado a la constatación de la observancia por el patrocinado de determinadas condiciones, reservándose PROMOTUR la procedencia para resolver la revocación del patrocinio adjudicado y formalizado en caso de incumplimiento según los términos de las presentes Bases Generales, en el supuesto de que la inversión realizada no se adecuara a la esencia y finalidad de lo que se patrocina, en el supuesto de no ejecución final del evento patrocinado, o, ejecución parcial del mismo, así como por incumplimientos de obligaciones sustantivas o formales.

La ejecución parcial de la obligación no excluye el ejercicio de la acción resolutoria, no distinguiéndose entre inejecución total o parcial.

22.- PENALIDADES

Las penalidades que se impongan al patrocinador por los incumplimientos detectados se aplicarán teniendo en cuenta un criterio de proporcionalidad en atención a la gravedad de la circunstancia concurrente.

Las circunstancias en las que procederá la aplicación de estas penalidades son aquellas en las que exista un incumplimiento parcial de las obligaciones contenidas en las presentes bases o exista un incumplimiento defectuoso de las mismas, y siempre que no sea posible cumplir los términos previstos inicialmente. Si todavía es posible cumplir los términos previstos inicialmente, la entidad convocante apercibirá al patrocinado para que en un plazo máximo de cinco (5) días naturales establezca las medidas que corrijan los defectos advertidos.

En todo caso, se adoptarán las penalidades reguladas en este apartado cuando dicho incumplimiento sea total.

Para los incumplimientos antes referidos, por lo tanto, se establecen las siguientes penalidades:

1.- El abono a PROMOTUR del importe correspondiente al cinco por ciento (5%) de la cantidad patrocinada.

2.- La no participación en convocatorias, contratos, convenios y cualquier otra relación jurídica pertinente durante un periodo no inferior a dos (2) años con la entidad convocante.

No obstante, la falta de justificación de alguna previsión (a título ilustrativo no limitativo: número final de asistentes, alcance real de las publicaciones, aportaciones efectivamente percibidas para sufragar el evento...) por la que el proyecto del evento hubiera recibido puntuación en la primera fase del procedimiento regulado en las presentes Bases, dará lugar a la reducción proporcional de la puntuación correspondiente, así como a que se vuelva a aplicar la Base núm. 12.6 de las presentes; de tal forma que el importe de la contraprestación económica del patrocinio formalizado menguará en la proporción que proceda de acuerdo con la precitada Base, así como en aplicación de lo indicado en la Base núm. 11.4.

La imposición de estas penalidades será mediante Resolución que se notificará a la entidad interesada, previo informe emitido al efecto.

23.- PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

23.1.- En cumplimiento de las disposiciones del Reglamento Europeo (UE) 2016/679 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (en adelante, RGPD), que se adapta en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, las partes reconocen quedar informados y consentir expresamente que los datos personales reflejados en la

presente convocatoria, así como los que se generen con motivo de la relación contractual de la que deviene el patrocinio, serán tratados de manera lícita, leal, transparente adecuada, pertinente, limitada, exacta y actualizada e incorporados a los sistemas de tratamiento de cada parte respectivamente con la finalidad de gestionar dicha la relación durante el tiempo que se mantenga la misma o durante el tiempo que se establezca para cumplir con las obligaciones legales. En este sentido, Promotur Turismo Canarias, S.A., se compromete, especialmente, a no ceder a terceros los datos e informaciones de carácter personal o los archivos que los contienen, así como a guardar estricta confidencialidad sobre los mismos, salvo en los casos en que exista una obligación legal. Todo ello se refleja en la Solicitud de participación en el proceso de selección de eventos según Modelo-Anexo I a que hace referencia la Base núm. 15.2.2.2.

23.2.- El patrocinado podrá ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, limitación de tratamiento, supresión, portabilidad y oposición al tratamiento de sus datos de carácter personal, así como del consentimiento prestado para el tratamiento de los mismos, dirigiéndose por escrito dirigido a Promotur Turismo Canarias, S.A., a la siguiente dirección: Calle Eduardo Benot, n.º 35, C.P. 35008 Las Palmas de Gran Canaria.

23.3.- Sin perjuicio de lo anterior, los datos personales que para la ejecución del patrocinio sean recogidos por las partes firmantes del presente convocatoria y pertinente contrato, serán tratados de forma adecuada conforme a las previsiones legales establecidas por la normativa de protección de datos vigente y con aplicación de las medidas de seguridad y las obligaciones legales que en cada caso se establezcan.

24.- PROTECCIÓN DE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL, ASÍ COMO PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE IMAGEN

24.1.- El patrocinado reconoce y garantizará respecto a terceros la titularidad legítima de las marcas del patrocinador, así como de otros signos distintivos que en su caso se indiquen a éste por el patrocinador para dar cumplimiento a las obligaciones de publicidad derivadas del patrocinio, comprometiéndose a informar al patrocinador de toda infracción o fundado temor de infracción por parte de terceros sobre la marca que pudieren afectar a sus intereses.

En ningún caso, la concesión de licencia de uso del logotipo o marca/s que se indique/n por la patrocinadora suponen la cesión o transmisión de cualesquiera derechos de propiedad intelectual o industrial titularidad de la misma.

El uso no autorizado, o para un fin distinto al pactado en las presentes Bases o en los pliegos que se aprueben en el marco de la tramitación del contrato de patrocinio

correspondiente o de cualquier signo distintivo protegido por los derechos de propiedad intelectual o industrial del patrocinador, facultará a éste para instar la resolución del contrato resultante. En este caso, el patrocinado se obligará a restituir al patrocinador el importe de las aportaciones económicas realizadas y abonadas por éste, todo ello, sin perjuicio de la correspondiente indemnización de daños y perjuicios a que hubiere lugar.

24.2.- El patrocinado se compromete a recabar las autorizaciones y a formalizar los contratos, acuerdos o cesiones de los derechos inherentes a las imágenes captadas, en su totalidad o en parte y en cualquier soporte o modalidad de explotación prevista en el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual y normativa concordante, así como, y si procediera, la utilización de la voz, de las personas asistentes, colaboradores, participantes o cualesquiera otros intervinientes al evento objeto de patrocinio y cuya grabación o toma es utilizada a efectos de difundir o promocionar dicho evento, en los términos a los que hace referencia el artículo 2 de la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familia y a la propia imagen; manteniendo en todo caso indemne al patrocinador de cualquier reclamación que pudiera originarse por este motivo.

Será exigible que en las autorizaciones, acuerdos, contratos o cesiones que se suscriban el patrocinador indique que los derechos de explotación de las imágenes captadas o fotografiadas de los asistentes, participantes y colaboradores o cualesquiera otros intervinientes en el evento a los fines de publicidad del mismo se realizará también a Promotur Turismo Canarias, S.A, sin perjuicio de la obligación legal de información y cesión si procede a los organismos u autoridades competentes, en el ámbito territorial y durante el tiempo antes mencionado que se especifique en las condiciones de cesión.

El patrocinado, en estos términos se compromete, asimismo, a formalizar los contratos, acuerdos o cesiones de los derechos inherentes a las imágenes de su evento y que facilite a PROMOTUR en el marco del patrocinio para la utilización de las mismas a los fines de publicidad u otros que se estimen oportunas y se acuerden en el mentado contrato entre las partes.

25.- ACEPTACIÓN DE LAS BASES

La participación en el presente procedimiento implica la aceptación del contenido íntegro de las Bases Generales de la convocatoria y la asunción de cuantas obligaciones se deriven de lo dispuesto en la misma y de lo previsto en cuantas normas resulten de aplicación.

26.- AUDITORÍAS DE LOS EXPEDIENTES

Sin perjuicio de lo establecido en la **Base núm. 17** de las presentes en relación con la fase de justificación, la totalidad de los expedientes serán sometidos a diversas auditorías tanto internas como externas.

Las auditorías internas se realizarán en cualquier momento una vez concluido el ejercicio presupuestario en el que se incardine el ámbito temporal de celebración de eventos establecido en la Base núm. 8 de las presentes, a través de la siguiente técnica de muestreo aleatorio circular para la selección de los gastos que van a ser objeto de comprobación documental:

1. A fin de obtener una muestra representativa, se seleccionará aleatoriamente, al menos, el 10% de los contratos de patrocinio formalizados no resueltos, cuyos precios alcancen, como mínimo, el 20% de la suma total de los contratos de patrocinio formalizados no resueltos.
2. A los mismos efectos, los gastos seleccionados de cada expediente de contratación de patrocinio no podrán ser de importe inferior al 30% del precio del contrato de patrocinio concreto que se audite.
3. El intervalo de muestreo se obtendrá aplicando un porcentaje no inferior al 10% del número de expedientes de contratación de patrocinio formalizados no resueltos. Por su parte, el intervalo de muestreo se obtendrá aplicando un porcentaje no inferior al 10% del número de gastos que se indiquen en la relación clasificada de gastos incluida en el Informe de Auditor de Cuentas correspondiente.
4. El procedimiento de muestreo a emplear tanto para la selección de los expedientes como de los gastos será sistemático con inicio al azar.

Las auditorías externas se realizarán por los órganos de fiscalización externa competentes conforme la normativa que resulte de aplicación.

Además, los expedientes serán sometidos al control financiero permanente que resulte pertinente de acuerdo con la normativa aplicable.

27.- CLÁUSULA RESOLUTORIA

La presente convocatoria de selección de proyectos de eventos susceptibles de patrocinio publicitario y los contratos de patrocinio que se deriven de la misma, se someten a la condición resolutoria del patrocinio cuando se den los siguientes términos:

- Que, la persona o entidad solicitante no cumpla los plazos establecidos en estas Bases Generales, y/o en su caso de los Pliegos que rijan la contratación del patrocinio, de tal forma que el incumplimiento de los plazos por parte de las personas o entidades interesadas supondrá el decaimiento o desistimiento de su solicitud, así como, en su caso, la pérdida del derecho de cobro de la contraprestación económica del patrocinio publicitario, dependiendo del momento procedimental en el que se encuentre la tramitación del expediente.