

RESOLUCIÓN DEL DIRECTOR-GERENTE DE PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A., POR LA QUE SE ESTABLECEN LAS BASES GENERALES QUE RIGEN EL PROCESO DE SELECCIÓN DE PROYECTOS Y/O EVENTOS PRESENCIALES ORGANIZADOS POR ENTIDADES PÚBLICAS Y 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 Y POR LA QUE SE CONVOCA EL PROCESO DE SELECCIÓN CORRESPONDIENTE AL AÑO 2026.

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 estratégico de Promotur Turismo Canarias, “Plan Estratégico Canarias Destino 2025-2027”, aprobado en su Consejo de Administración de marzo de 2025, recoge el propósito de la Institución, la contribución a la mejora de la resiliencia y competitividad del modelo turístico mediante la gestión del conocimiento y la experiencia integral del turista, la promoción del incremento de su compromiso con la neutralidad climática como elemento de diferencia competitiva del destino y de sus empresas turísticas, y la potenciación de su capacidad de generar valor en favor de la ciudadanía de Canarias.

En este contexto, Promotur Turismo Canarias, S.A., tal y como ha puesto de manifiesto en las anualidades anteriores, impulsa el presente proceso de selección 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 se persigue, y cuya consecución permitirá obtener dos (2) metas claras:

1. 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.

2. 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., y a 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 manifestado por el presente documento, el retorno publicitario, definido 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 convenio o contrato 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 indicada, 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 a la marca “Islas Canarias” o “Islas Canarias Latitud de Vida”, y al destino turístico en Canarias.

El presente proceso 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 según el régimen jurídico de la entidad patrocinada, o bien mediante la formalización de convenio al efecto, o, 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 2015; así como su Reglamento y normativo de desarrollo, en tanto continúe vigente y resulte de aplicación, observándose así mismo 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 el proceso de selección de proyectos/eventos presenciales organizados por entidades públicas 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 la posterior formalización de contratos de patrocinio.

Segundo. - APROBAR el gasto correspondiente al importe máximo del proceso de selección con base en el informe de existencia de financiación emitido por la Directora de planificación y control financiero de esta sociedad pública mercantil; supeditándose dicha aprobación a la condición suspensiva de la efectiva disposición de los fondos en el ejercicio presupuestario correspondiente.

Tercero. - CONVOCAR el proceso de selección correspondiente al año 2025-2026 de proyectos y/o eventos presenciales organizados por entidades públicas 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, que abarcará los eventos celebrados entre **el 16 de diciembre de 2025 al 15 de diciembre de 2026, ambos incluidos.**

Cuarto. - INICIAR el plazo para la presentación de solicitudes de participación en los términos indicados en las bases de referencia, a partir del **día siguiente a la publicación** de las mismas.

Quinto. - ORDENAR la publicación de la presente Resolución, de las Bases Generales y de los anexos que la acompañan, en el portal web institucional.

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

D. José Juan Lorenzo Rodríguez
Director-Gerente
Promotur Turismo Canarias, S.A.

BASES GENERALES PARA LA SELECCIÓN DE PROYECTOS Y/O EVENTOS PRESENCIALES ORGANIZADOS POR ENTIDADES PÚBLICAS, Y 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, CORRESPONDIENTE AL AÑO 2026 (AJ 28/2025 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. Se considera imprescindible la optimización y potenciación de las marcas “Islas Canarias” o “Islas Canarias Latitud de Vida” a través de su difusión en los eventos presenciales de diversa índole a celebrar en destino, favoreciendo el mejor posicionamiento de la marca en la mente del consumidor final.

2.- OBJETO DEL PROCESO DE SELECCIÓN

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 y/o 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 este procedimiento 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, especialmente, 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 podrá derivar en la posterior formalización del patrocinio en un convenio o contrato a suscribir entre Promotur Turismo Canarias, S.A., como entidad patrocinadora, y la entidad cuya solicitud haya resultado seleccionada en dicho marco, como entidad patrocinada.

No obstante, se pone de manifiesto que la selección del evento a través del procedimiento que regula estas bases no genera derecho alguno a los seleccionados, puesto que dichos derechos se generan si se llega a término y se formaliza el convenio o contrato de patrocinio una vez realizados el procedimiento indicado en la Ley de contratos del sector público y la jurisprudencia que lo sustenta.

3.- PRINCIPIOS QUE RIGEN EL PRESENTE PROCESO SELECTIVO

El presente proceso selectivo se rige en todo momento por los principios de igualdad, objetividad, publicidad, transparencia, confianza legítima, economía, eficacia en el cumplimiento de los objetivos fijados y eficiencia en la utilización de los recursos económicos y se dirige a entidades públicas 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 retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias en los diferentes mercados o segmentos en los que opera y para los potenciales visitantes, optimizando así la marca indicada.

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”).

4.- DEFINICIONES

A efectos de aplicación del presente proceso de selección, se entenderá por:

“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 este proceso de selección, ostentará dicha condición Promotur Turismo Canarias, S.A.

“Patrocinado”: persona o entidad con la que el patrocinador formaliza un patrocinio. En el marco de este proceso de selección, ostentará dicha condición 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 este proceso de selección 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 en 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 el enriquecimiento de la experiencia del turista. Es decir, aquel que aporta proyección y notoriedad al destino turístico, aumentando el reconocimiento del lugar donde se celebra y reforzando la marca turística a través de la asociación de la misma con valores positivos.

“Eventos B2B (Business to Business)”: aquellos orientados a un público profesional vinculado al sector turístico (turoperadores, agencias de comunicación y marketing, medios especializados, entidades colaboradoras, profesionales autónomos, empresas del sector, etc.). Tienen un carácter estratégico, de negocio y/o de networking, y buscan generar contactos, acuerdos o posicionamiento institucional.

Ejemplos de eventos B2B: Talleres y workshops sectoriales, jornadas técnicas o profesionales, congresos especializados, ferias y encuentros internacionales de la industria.

En estos casos, deberá utilizarse el logotipo **“Turismo de Islas Canarias”**, asegurando una adecuada representación institucional en entornos de carácter sectorial y estratégico.

“Eventos B2C (Business to Consumer)”: aquellos dirigidos al público final — residentes en Canarias y/o turistas que visitan las islas—. Este tipo de eventos suelen tener un enfoque cultural, deportivo, gastronómico o de ocio, y buscan la participación directa de los asistentes.

Ejemplos de eventos B2C: Festivales culturales o musicales, competiciones deportivas abiertas al público, ferias gastronómicas o de producto local, actividades de ocio y entretenimiento.

En este tipo de eventos deberá utilizarse el logotipo "**Islas Canarias**", cuya presencia se orienta a reforzar la visibilidad del destino y establecer una conexión emocional con los residentes y los visitantes.

“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.

“Propiedad intelectual”: Derecho de explotación exclusiva sobre las obras literarias o artísticas, que la ley reconoce a su autor durante un cierto plazo.

“Propiedad industrial”: Derecho exclusivo que posee una persona física o jurídica sobre una invención, un signo distintivo o un diseño industrial. En España, algunos los derechos de propiedad industrial son:

- Diseños industriales: protegen la apariencia externa de los productos.
- Marcas y nombres comerciales: protegen signos distintivos, ya sean combinaciones gráficas y/o denominativas, que ayudan a distinguir unos productos o servicios de otros idénticos o similares para productos o servicios idénticos o similares de los competidores en el mercado.

“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.

“Nombre comercial”: es un signo distintivo. Su función es identificar a una empresa en el tráfico mercantil e identificarla, individualizarla y distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares. El nombre comercial no es preciso que coincida con la denominación social y puede elegirse, por tanto, un nombre comercial diferente de la denominación social. Una misma persona natural o jurídica puede tener, si lo desea, varios nombres comerciales para identificar actividades empresariales pertenecientes a diferentes sectores del tráfico económico.

“Licencia de uso”: Autorización otorgada por el titular de un derecho de propiedad industrial (como una patente, marca o diseño industrial) para que un tercero lo explote con fines industriales o comerciales, sin que ello implique la transmisión de la titularidad de los derechos.

Específicamente, las licencias permiten que el licenciante, conservando su condición de solicitante/titular de una solicitud/derecho de protección de una invención, autorice al licenciataria a explotar su invención, sin cambiar la titularidad. Dicha autorización

podrá ser en exclusiva (licencia exclusiva) o en concurrencia con otros licenciarios (licencia no exclusiva) y referirse a todo o parte del territorio nacional.

Este acto jurídico sólo podrá oponerse frente a terceros de buena fe una vez inscritos en el Registro correspondiente.

“Cesión”: La cesión es un contrato mediante el cual se transfiere la titularidad de un derecho de propiedad industrial —como una marca o un nombre comercial— de un titular (cedente) a otra persona física o jurídica (cesionario).

Este acto jurídico sólo podrá oponerse frente a terceros de buena fe una vez inscritos en el Registro correspondiente.

“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.

5.- ÁMBITO OBJETIVO

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

Los eventos a que se dirige este proceso selectivo se enmarcan en cinco (5) 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 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 artes audiovisuales.

Específicamente, las artes escénicas se engloban en esta línea de actuación siempre que los eventos indicados tengan un marcado carácter turístico y siempre que se realicen o comprendan la realización de actividades cuya programación se desarrolle en su mayor parte 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 u otros espacios análogos.

Línea 2: Eventos deportivos con incidencia turística 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 o *amateurs*, campeonatos, copas y torneos de federaciones deportivas regionales y/o nacionales.

A estos efectos, se entenderá por eventos excluidos aquellos que:

- 1º. Estén integrados en calendarios oficiales de federaciones deportivas.
- 2º. Sean parte de ligas o campeonatos regulares, independientemente de su categoría o nivel competitivo.
- 3º. Constituyan fases clasificatorias, eliminatorias o puntuables dentro de ligas/ circuitos deportivos federativos.

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 versen sobre temáticas turísticas y 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 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 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 participación

Para que sean admitidos los proyectos/eventos en el presente proceso de selección 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 definitivamente seleccionado, Promotur Turismo Canarias, S.A., podrá proceder igualmente a la formalización del patrocinio en el supuesto de que se mantenga la celebración del mismo presencialmente en un cincuenta por ciento (50%), y, siempre y cuando se verifique que la alteración producida en la celebración del evento en cuestión no afecta al cumplimiento del retorno publicitario mínimo que corresponda según la tabla prevista en el apartado siguiente.

- c) Que se traten de proyectos con **presupuesto superior a cincuenta mil euros (50.000,00 €).**
- d) Que alcancen el nivel de retorno publicitario mínimo de acuerdo con la siguiente tabla.

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 que corresponda:

TRAMOS DEL IMPORTE DE PATROCINIO	ROI mínimo a alcanzar (Retorno o repercusión mediática mínima sobre el patrocinio recibido)
0 – 15.000 €	100%
15.001 € - 30.000 €	125%
30.001 € - 45.000 €	150%
45.001 € - 60.000 €	175%

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, debiendo realizarlo una agencia/consultora externa/personal propio acreditado.

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 en el proceso de selección y se valorarán conforme a los criterios de valoración que se fijan en estas bases, así como en el informe en el que se documente la equivalencia de las prestaciones del patrocinio del evento seleccionado.

- e) Que se trate de eventos cuyas fechas de celebración se ajusten al período establecido en la **Base núm. 8**.
- f) Que la entidad pública participante esté en disposición de **documentación acreditativa de que concurren en ella 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. **15.2.2.2.b)**.
- g) Que, al menos, **el cinco por ciento (5%) del gasto del presupuesto estimado del proyecto se destine a publicidad, comunicación y/o difusión del evento, salvo que se justifique suficientemente que un porcentaje inferior no afectaría al valor del retorno publicitario calculado respecto a la marca “Islas Canarias”**.
- h) Que fomenten el consumo y la comercialización de **productos locales del archipiélago canario**.
- i) 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 con el resto de normativa de seguridad aplicable.
- j) 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.

- k) Que **no fomenten**, de ningún modo, el consumo de **bebidas alcohólicas** en la infancia y adolescencia.
- l) 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.
- m) 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.
- n) Debe 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 PYMES, empresas externas o personal para la ejecución de los eventos programados.

En el caso de contratación directa de personal, este deberá ser contratado entre personas inscritas como demandantes de empleo en las oficinas del Servicio 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 30 años para las cuales esta contratación sea su primera experiencia laboral, así como aquéllas contratadas después de cinco años de inactividad (acreditado con un 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 la 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 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 parados 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 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 deshabituación, lleven más de 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 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” señalado en la Base núm. 5.1.4 y no cumplan las condiciones o requisitos previos y de carácter cumulativo indicados en la Base núm. 5.2.

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 cumulativos 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 con el fin de imputar 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 y 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 ligas/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 y/o actividades que supongan la fragmentación de uno mayor cuando no pueda procederse a la unificación de oficio de conformidad con la Base núm. 15.2.1.
- q) Los eventos que se presenten de forma unificada con otros inconexos dentro de la misma solicitud, en sentido contrario a lo establecido en la Base núm. 15.2.1.
- r) Los eventos respecto a los cuales la persona solicitante no acredite la concurrencia de su exclusividad, de tal manera que no quede duda de que ningún otro operador económico puede ejecutar el contrato de patrocinio que se pueda derivar de su selección en el marco del presente procedimiento.

6.- ÁMBITO SUBJETIVO

6.1.- Podrán participar en el presente proceso de selección las entidades públicas que organicen y celebren eventos enmarcados en la definición de “evento en destino” y en las líneas de actuación 1, 2, 3, 4 y 5, sin perjuicio del cumplimiento de las condiciones o requisitos de carácter cumulativo referidos en el apartado anterior.

6.2.- Se consideran **entidades públicas**, susceptibles de participación las que se señalan a continuación:

a) Las entidades de la Comunidad Autónoma de Canarias, entendiendo comprendidas en ellas las siguientes:

- Ayuntamientos.
- 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 descentralizada 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 alguno de ellas.
- Las sociedades mercantiles constituidas por entidades de capital mayoritariamente público.
- Las fundaciones públicas.
- Las universidades públicas.

Las entidades públicas patrocinadas podrán subcontratar la realización total o parcial de la actividad patrocinada con terceros, en cuyo caso, la subcontratación estará sometida al cumplimiento de los requisitos y exigencias establecidos en el artículo 2015 de la Ley de Contratos del Sector Público, según resulte de aplicación por razón del sujeto o materia, debiendo garantizar el cumplimiento y efectividad de los principios generales de la contratación pública.

- b) Las sociedades mercantiles públicas de ámbito estatal con sede en Canarias.
- c) Aquellas entidades del sector público estatal, como organismos o entidades de derecho público vinculados o dependientes de la Administración General del Estado, que tengan su sede en Canarias y que realicen eventos en el territorio canario.

6.3.- Exclusiones de carácter subjetivo

No podrán obtener la condición de patrocinado a los efectos del presente proceso de selección las siguientes entidades:

- a) Sociedades mercantiles de capital privado, 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) nº 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 nº 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.

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

Se entienden estas como: Fundaciones, asociaciones, organizaciones no gubernamentales, y en general cualquier entidad que reúna las siguientes condiciones:

- 1) Una estructura formal, es decir, un cierto grado de institucionalización, sean determinados sus objetivos, identificada su masa social y a ser posible cuenten con un estatuto legal específico, 2) sean 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) estén 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, y 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.
- c) 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.
- d) Las personas físicas y, particularmente, las Comunidades de Bienes.
- e) Las sociedades civiles.
- f) Las entidades que hubieren resultado patrocinadas por Promotur Turismo Canarias, S.A. en el año en curso a través de cualquiera de los programas que esta gestiona, ya sea para el propio evento o actividad enmarcada dentro del mismo evento que concurre a este proceso de selección.
- g) Los solicitantes 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 este 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 o convenio.
- 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 sociedades mercantiles públicas, aquellas 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) En el caso de sociedades mercantiles públicas u otras entidades del sector público que proceda, aquellas/os 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.
- 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 supervivencia de cualquier circunstancia que determine la concurrencia de una prohibición de contratar.
- m) En caso de entidades sector público a que se dirige este proceso de selección, 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.

7.- ÁMBITO TERRITORIAL DE EJECUCIÓN DE LOS EVENTOS

7.1.- Serán susceptibles de presentar solicitud de participación las actividades o proyectos cuyo ámbito de ejecución se realice exclusivamente dentro del territorio del conjunto de las islas del archipiélago 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 este proceso de selección de patrocinio será el comprendido **entre el 16 de diciembre de 2025 al 15 de diciembre de 2026, 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, a la exclusión automática.

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

9.- NATURALEZA JURÍDICA DEL PATROCINIO Y LEGISLACIÓN APLICABLE

9.1.- Este proceso de selección se lleva a cabo para garantizar el desarrollo de la acción que mejore la competitividad turística de las Islas y, a fin de generar el **adecuado impacto publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino Islas Canarias**, lo que se logra mediante la proyección de la misma en los eventos a los que se dirige el meritado proceso de selección. Con ello, se asegura que se cumple con el objetivo final de un convenio o contrato de patrocinio, el retorno publicitario del patrocinador, a través del cual se formalizará las relaciones jurídicas derivadas del presente proceso.

9.2.- El presente proceso de selección 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 retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico del Archipiélago que impulse una mayor difusión de la imagen y notoriedad a 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 por esta entidad a cambio de la contribución económica a favor de los mismos.

9.3.- Los expedientes de patrocinio que resulten concedidos en el marco de este proceso de selección se instruirán, en el caso de la Administración Pública canaria, sus Organismos autónomos y demás entidades públicas; mediante convenio suscrito entre las partes según las condiciones básicas establecidas en las presentes bases y el contenido que se regule en dicho documento, quedando excluidos del ámbito de aplicación del Decreto 11/2019, de 11 de febrero, por el que se regula la actividad convencional y se crean y regulan el Registro General Electrónico de Órganos de Cooperación de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias, según el artículo 5.2 h) del mismo.

9.4.- Los expedientes de patrocinio que se concedan al resto de entidades públicas enmarcadas en el ámbito subjetivo del proceso de selección se instruirán mediante formalización de expediente de contratación, de acuerdo a 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 2015, lo que exige para esta entidad acudir a las normas de la Ley de Contratos del Sector Público en cuanto a la preparación y adjudicación del patrocinio (en particular, y por remisión expresa del artículo 318 letra b), a las establecidas en la Sección 1ª del Capítulo I del Título I del Libro Segundo de la LCSP, así como su Reglamento y normativo de desarrollo, en tanto continúe vigente y resulte de aplicación.

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 de 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 del 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 el 19 de octubre de 2023.

10.2.- El Director-Gerente ostenta, por consiguiente, 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; entendiendo 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 haber 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 reguladoras de este proceso de selección.
- d) Resolver las dudas que ofrezca la interpretación de las presentes Bases generales.
- e) Modificar, en su caso, las presentes Bases generales para asegurar la consecución de la finalidad del proceso de selección.
- f) Resolver sobre la admisión o exclusión de las solicitudes de participación en el procedimiento de selección de eventos presentadas, 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 esta, con sujeción a los principios que rigen la contratación pública.
- j) Las de inspección de que la actividad susceptible de patrocinio se ajusta a las condiciones establecidas en el presente proceso de selección.

- 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.

10.3.- Con carácter previo a la publicación de las presentes bases generales, 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 DEL PROCESO DE SELECCIÓN

11.1.- La dotación presupuestaria destinada a este proceso de selección ascenderá al importe de **quinientos mil euros (500.000,00 €)**. Dicha cuantía se encuentra supeditada a la modificación y aprobación de los presupuestos oportunos.

11.2.- El presente proceso de selección 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) y dos mil veintiséis (2026).

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

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

Porcentaje mínimo de financiación: quince por ciento (15%).

Porcentaje máximo de financiación: treinta por ciento (30%).

En todo caso, el límite máximo a patrocinar será de **sesenta mil euros (60.000,00 €)**, impuestos incluidos.

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

Presupuesto del evento	Importe máximo a patrocinar (impuestos incluidos)
< 375.000,00 €	40.000,00 €
≥ 375.000,00 €	60.000,00 €

11.5.- Las solicitudes serán ordenadas en función de la puntuación obtenida según los criterios de valoración a los efectos de la consignación presupuestaria.

En el caso de coincidencia de puntuación, se ordenará en base a la fecha y hora de registro de la solicitud.

11.6.- Para el supuesto de que hubiere desistimiento o renuncia, se creará al efecto una lista de reserva con los proyectos presentados ordenados por puntuación obtenida según lo indicado en estas Bases, condicionada de igual modo al agotamiento del presupuesto destinado al proceso de selección.

En caso de empate, la prioridad la tendrá aquella solicitud que hubiera sido presentada con carácter previo a la otra con idéntica puntuación.

11.7- Si no se cumpliera con los plazos establecidos en el procedimiento indicado en la Base 15.6.1, o no se remitiera la documentación en los plazos otorgados en la fase de formalización del convenio o contrato de patrocinio, se hará valer la lista de reserva.

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	PUNTUACIÓN MÁXIMA (100 puntos)
Criterios de valoración subjetiva	50 puntos
1.- Definición y vinculación del evento con los objetivos de la marca	(Puntuación mínima 20 puntos para ser susceptible de patrocinio)
1.1.- Descripción del evento, sus actividades y calendario. Definición de público objetivo y segmento turístico al que se dirige el evento. Se valorará la originalidad y carácter innovador de la propuesta.	6 puntos
1.2.- Conexión del evento con elementos identitarios del destino y que aporten un valor diferencial a la imagen de Islas Canarias, en consonancia con el Plan Estratégico 2025-2026.	8 puntos
1.3.- Contribución a la mejora del modelo turístico. Diversificación de la demanda y la desconcentración territorial.	8 puntos
1.4.- Impacto del evento en el tejido empresarial: contratación de empresas locales y creación de empleo.	6 puntos

1.5.- Posicionamiento y visibilidad de la marca durante la celebración del evento	10 puntos
2.- Dimensión sostenible del evento	12 puntos
2.1.- Plan previo e inicial de sostenibilidad ambiental.	6 puntos
2.2.- Vinculación del evento con los ODS y la agenda canaria 2030	3 puntos
2.3.- Acciones de difusión y sensibilización de la sostenibilidad ambiental	Contenido sobre sostenibilidad ambiental en la web: 1 punto
	Contenido sobre sostenibilidad ambiental durante el evento: 1 punto
	Contenido sobre sostenibilidad ambiental en otros medios digitales: 1 punto
Criterios de valoración objetiva	50 puntos
1.- Retorno publicitario	29 puntos (Puntuación mínima 15 puntos para poder pasar a la valoración objetiva)
<u>1.1.- Medios online</u>	<u>20 puntos</u>
1.1.1.- Web propia del evento disponible en español	2 puntos
1.1.2.- Web propia del evento disponible en inglés	2 puntos
1.1.3.- Web propia del evento disponible en otros idiomas adicionales al inglés y español	1 punto
1.1.4.- Difusión en RRSS (alcance de las publicaciones regional, nacional e internacional)	+10.000 usuarios: 1 punto
	+50.000 usuarios: 2 puntos
	+100.000 usuarios: 4 puntos
	+500.000 usuarios 6 puntos
1.1.5.- Publicidad online (impresiones pagadas regionales, nacionales e internacionales)	+500.000 impresiones: 2 puntos
	+1.000.000 impresiones: 4 puntos

	+5.000.000 impresiones: 6 puntos
	*Si la pieza publicitaria es vídeo: 1 punto (adicional)
1.1.6.- <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
1.2.- Medios offline	9 puntos
1.2.1.- Publicidad exterior previa al evento	2 puntos
1.2.2.- Difusión en prensa no contemplado en otros apartados	1 punto
1.2.3.- Difusión en radio (regional, nacional e internacional)	1 punto
1.2.4.- Difusión en TV (regional, nacional e internacional de carácter acumulativo)	Canales regionales: 1 punto
	Canales nacionales: 2 puntos
	Canales nacionales en países europeos distintos de España: 2 puntos
2.- Proyección y consolidación del evento	16 puntos
2.1.- Trayectoria del proyecto	3ª edición: 3 puntos
	4ª edición: 4 puntos
	5ª edición: 5 puntos
	6ª edición o más: 6 puntos
2.2.- Número de asistentes al evento (se incluyen público asistente y participantes)	Entre 51 a 500 asistentes: 4 puntos.
	Entre 501 a 1500 asistentes: 6 puntos.
	Entre 1501 a 3000 asistentes: 8 puntos.
	Más de 3000 asistentes: 10 puntos.
3.- Impacto socioeconómico generado por 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 detallará en la “**Guía del proceso de selección de eventos 2025-2026**”, formando su contenido parte de estas bases y siendo, por lo tanto, vinculante. La misma se alojará 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 el presente proceso de selección.

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 veinte (20) 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 del presente proceso de selección.

Una vez se encuentre el proyecto y/o evento en la fase de valoración objetiva, únicamente serán seleccionados aquellos eventos que hubieran obtenido **al menos quince (15) puntos en el criterio de valoración objetiva 1 (Retorno Publicitario)**.

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

12.5.- Una vez realizada la valoración de criterios objetivos y subjetivos, 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

Reiterando que la selección del evento en este proceso que se regula no crea derecho a favor del seleccionado, se pone de manifiesto que la contraprestación económica del patrocinio formalizado respecto de los proyectos seleccionados definitivamente vendrá determinada por la puntuación obtenida según los criterios de valoración, así como por el alcance del retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias, actuando este último en todo caso como límite máximo.

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

- En ningún caso el precio por el patrocinio de la marca “Islas Canarias” será superior al porcentaje indicado en la Base 11.3 de las presentes y, en ningún caso, la contraprestación económica superará el importe indicado en la Base 11.3 de las presentes 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 indicado.

$P2 = 0,30 \times C$. La cuantía de patrocinio máxima en función al porcentaje del coste total del evento (el porcentaje que corresponda de los indicados en la Base 11.3 de las presentes).

Variables:

P = Cuantía del patrocinio.

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

L = Límite máximo de importe a patrocinar (el importe que corresponda indicado en la Base 11.3 de las presentes).

C = Coste total del evento (máximo porcentaje permitido el 30% del coste total).

13.- COMISIÓN TÉCNICA DE VALORACIÓN

13.1.- El órgano colegiado encargado de la evaluación de las propuestas presentadas será la **Comisión Técnica de Valoración**, nombrada por la persona titular de la dirección ejecutiva de PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.

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 o externos, 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.

La valoración de los proyectos admitidos de acuerdo con los criterios de valoración previstos en la Base núm. 12 **será acordada en virtud de discrecionalidad técnica y resultará inapelable en lo que a juicio técnico se refiere**. Los **informes o actas que documenten los resultados de la valoración** quedarán bajo el resguardo de la sociedad 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 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 provisional, trámite de subsanación a efectos de determinar la admisión/exclusión definitiva, así como valoración provisional de las solicitudes admitidas.

- Selección definitiva de eventos y resolución del proceso de selección.

Ha de advertirse que la participación en el presente procedimiento, así como la eventual selección de un proyecto mediante la correspondiente Resolución del Director-Gerente de Promotur Turismo Canarias, S.A., no otorga derecho alguno a la entidad solicitante hasta que no se formalice, en su caso, el correspondiente convenio o contrato de patrocinio.

II) Segunda fase: Tramitación, adjudicación y formalización en **convenios o contratos**.

De las propuestas definitivamente seleccionadas conforme al procedimiento anterior, se iniciarán el procedimiento y los trámites legales previstos en:

- Para el caso de la Administración Pública Canarias, sus Organismos autónomos y demás entidades públicas, mediante convenio suscrito entre las partes según las condiciones básicas establecidas en las presentes bases y el contenido que se regule en dicho documento, quedando excluidos del ámbito de aplicación del Decreto 11/2019, de 11 de febrero, por el que se regula la actividad convencional y se crean y regulan el Registro General Electrónico de Órganos de Cooperación de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias, según el artículo 5.2 h) del mismo.
- Para el resto de entidades pertenecientes al sector público de la Comunidad Autónoma de Canarias, se instruirán mediante formalización de expediente de contratación de referencia, en base a la LCSP en atención a las reglas y normas específicas indicadas y que se aplican a razón del sujeto patrocinado.

III) Tercera fase: justificación y pago.

Una vez formalizado el convenio o contrato y ejecutado el objeto contractual, consistente en el retorno publicitario a la marca “Islas Canarias” y al destino turístico Islas Canarias a través de la realización del evento en cuestión, se procederá a la presentación de la documentación justificativa oportuna, en los términos previstos en la Base núm. 17 por parte de la persona o entidad patrocinada; una vez validada dicha documentación justificativa, por parte del técnico o técnicos responsables se procederá al abono de la contraprestación económica del patrocinio publicitario justificado.

15.- PRIMERA FASE: SELECCIÓN DE EVENTOS SUSCEPTIBLES DE GENERAR 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 de participación**.

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 15.2.1, dando aviso de la comunicación cursada, paralelamente, vía correo electrónico a la siguiente dirección: patrocinioseventosturisticos@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 ello no dificulte 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 Gestor de expedientes de tramitación electrónica empleado por Promotur Turismo Canarias, S.A.:

<https://licitacion.turismodeislascanarias.com/licitacion/Consulta.do?view=PAT.1>

Las solicitudes que no cumplan con este requisito serán rechazadas.

PERIODO EN EL QUE SE CELEBRA EL EVENTO	FECHA LÍMITE DE PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES
16/12/2025 – 31/12/2025	08/10/2025
01/01/2026 – 28/02/2026	31/10/2025

01/03/2026 – 30/04/2026	30/11/2025
01/05/2026 – 30/06/2026	31/12/2026
01/07/2026 – 30/08/2026	31/01/2026
01/09/2026 – 31/10/2026	31/03/2026
01/11/2026 – 15/12/2026	31/05/2026

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

En todo caso, las solicitudes a presentar deberán atender a las especificaciones contenidas en las presentes Bases generales, acomodándose a las exigencias que puedan instaurarse en caso de modificación ulterior del contenido de las Bases rectoras del procedimiento.

Cada persona o entidad interesada podrá presentar 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, teniéndose la primera de ellas por no presentada.

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 al **requerimiento de unificación** 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 15.3 de las presentes.

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 posteriores solicitudes quedarán **excluidas**.

Igual consideración a *sensu* contrario, **no se admitirán solicitudes que unifiquen eventos distintos** en una sola solicitud.

En el supuesto de que dos (2) o más entidades diferentes presenten solicitud de participación para un mismo evento, solamente se valorará la última de las propuestas presentadas, salvo que por el momento procedimental en el que se encuentren las solicitudes ello no sea posible, en cuyo caso se excluirá la segunda.

En el supuesto de que una misma entidad presente diferentes solicitudes referidas a diferentes entidades interesadas/solicitantes respecto de las que ostente el cargo de representante, presidente, o análogo, solo podrá presentar solicitud respecto de un máximo de TRES (3) eventos susceptibles de patrocinio por representante/solicitante, 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 a la naturaleza de la que constituye la actividad principal del evento.

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; sin perjuicio de que 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 pertinente 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 administrativo conformada por declaraciones o manifestaciones responsables, así como la documentación técnica o aquella que así lo exigiere, 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.

Además, habrá de tenerse en consideración las limitaciones técnicas de la herramienta de Gestión de expedientes, que son las siguientes:

- **Tamaño máximo de todos los ficheros que se incluyan en el sobre electrónico completo, es decir, comprensivo del Sobre-Archivo electrónico cuyo contenido se describe en la Base 15.2.2.2: 100 MB.**

Se puede adjuntar un fichero de hasta 100 MB sin firmar (y firmarse desde el propio gestor de expedientes). No obstante, la suma de tamaños de ficheros que se adjunten no puede superar los 100 MB.

- Tamaño máximo de **cada fichero** individual **firmado antes de incorporarlos** al sobre a través del gestor electrónico de expedientes:
 - En formato PAdES (PDF avanzado) o CadES (CMS avanzado): 30 MB.
 - En formato XAdES: 7 MB.

Sin perjuicio de lo anterior en caso de dificultad en la carga de documentos, indicamos, a continuación, distintas alternativas que pudieran resultar de utilidad además de "Anexar otros documentos":

- comprimir en .zip;
- reducir calidad imágenes;
- incorporar enlaces de las urls, completas y sin modificar, que dirijan a las plataformas seguras de alojamiento o descarga de vídeos/imágenes donde permitan el acceso directo y restringido mediante contraseña, previamente indicada por el solicitante al órgano convocante mediante correo electrónico a la dirección patrocinioseventosturisticos@turismodecanarias.com, al material que sirva de apoyo. Los enlaces adjuntados deben permitir el acceso únicamente al archivo pretendido, y no a la carpeta o subcarpeta alojada en la

plataforma que se contiene. De modo que, debe haber un enlace por cada material.

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 en el contenido, prevalecerá la versión castellana.

v) Toda la documentación a presentar deberá ser **legible**, presentándose sin errores o tachaduras que dificulten o impidan conocer con claridad su contenido.

vi) De conformidad con lo dispuesto en la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza, las personas o entidades que deseen concurrir en el marco del presente procedimiento selectivo deberán contar con **sistemas de firma electrónica reconocida o cualificada y avanzada basados en certificados de firma electrónica** (emitidos por prestadores de servicios electrónicos de confianza relacionados en el siguiente enlace del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital: <https://sedeaplicaciones.minetur.gob.es/Prestadores/>) que les permita concurrir al procedimiento de contratación y que asegure la identidad e integridad de la oferta y de todos los documentos asociados a la misma, en cumplimiento de las disposiciones de esta norma. Puede encontrar más información sobre certificados electrónicos reconocidos en el siguiente enlace: <https://firmaelectronica.gob.es/>.

Será preceptivo, para el empleo de los servicios electrónicos del Gestor de expedientes que emplea Promotur Turismo Canarias, S.A., que las personas o entidades que pretendan participar en el presente proceso de selección **se registren como usuarios** en el mismo, cumplimentando los datos de alta que se le requieran (básicos y adicionales), según se indica en la **Guía Básica** (visualizable en: https://turismodecanarias.com/licitacion_promotur/Guia_basica_licitador_PROMOTUR.pdf), y/o las indicaciones de uso proporcionadas por los servicios técnicos de la entidad contratante.

Además, quienes pretendan participar en el presente proceso selectivo habrán de verificar el **cumplimiento de los requisitos técnicos** descritos en la **Guía Básica relativos a la instalación de la aplicación Java, la configuración e incorporación del Portal** que emplea Promotur Turismo Canarias, S.A., **a la lista de excepciones**,

así como el uso de los **navegadores web** según los equipos que disponga y emplee la persona o entidad licitadora.

Asimismo, el cierre del Sobre-Archivo Electrónico en el equipo de quien pretenda participar en el proceso de selección de referencia no supondrá el envío a ningún efecto, teniéndose igualmente por no presentada su solicitud de participación. Se entenderá que la **solicitud de participación ha sido correctamente presentada** cuando, tras la remisión a través de dicha plataforma, **se genere para el interesado un justificante de envío, susceptible de almacenamiento e impresión, con el sello de tiempo de esta herramienta.**

Presentada electrónicamente la documentación, esta **no podrá ser retirada, salvo que la retirada sea por causa debidamente justificada**. La retirada injustificada de la solicitud de participación comportará las consecuencias establecidas en la normativa de aplicación.

Las solicitudes de participación recibidas electrónicamente a través del Gestor de expedientes empleado por Promotur Turismo Canarias, S.A., serán custodiadas y encriptadas sin posibilidad de acceder a su contenido en ningún caso hasta que se reúna el personal correspondiente para realizar las actuaciones pertinentes.

vii) En caso de experimentar **incidencias técnicas**, se indica que la empresa interesada en participar en el presente proceso selectivo cuenta con la asistencia del Soporte a empresas, a través del siguiente formulario de contacto: <https://www.nexus-it.es/plyca/soporte-empresas/formulario-de-contacto-empresas/>.

A tal efecto, y si durante el envío de su solicitud de participación surgen problemas en su presentación se debe obtener un **justificante de presentación de la huella electrónica** o resumen correspondiente a la oferta, **remitiéndolo a la entidad contratante en el plazo máximo de 24 horas al acaecimiento de la incidencia**. De no efectuarse esta remisión en el plazo indicado, se considerará que la solicitud ha sido retirada.

viii) En todo caso, la falta de diligencia en la elaboración y/o presentación de la documentación prescriptiva únicamente es imputable al solicitante.

15.2.2.2.- Contenido del Sobre-Archivo Electrónico Único:

a) Solicitud de participación en el procedimiento de selección de eventos:

La solicitud de participación deberá ser cumplimentada en todos y cada uno de sus apartados conforme al **Anexo I**, disponible en el lugar indicado en la **Base 15.2.1** de

las presentes, y debidamente firmado por la persona representante utilizando los sistemas de firma electrónica que permitan acreditar la autenticidad de la expresión de su voluntad y consentimiento, así como la integridad e inalterabilidad del documento.

b) Documentación obligatoria:

- 1) Documento Nacional de Identidad u otro documento identificativo válido del representante de la entidad.
- 2) N.I.F.
- 3) Certificado expedido por la secretaria/el secretario de la corporación o por el órgano competente relativo al decreto o acto jurídico en el que consta el nombramiento y facultades del representante.

En el caso de sociedades mercantiles municipales o fundaciones públicas, el anterior certificado podrá ser sustituido por acta o acuerdos elevados a público en los que figure el nombramiento y facultades del representante.

- 4) Declaración responsable (**Anexo VII**), debidamente firmada, relativa:
 - a. Al cumplimiento de medidas sociales.
 - b. A no estar incurso en causa de prohibición de contratar.
 - c. Al cumplimiento del principio de responsabilidad medioambiental, así como del objetivo de neutralidad climática.

En el caso de sociedades mercantiles públicas o fundaciones públicas, se exigirá adicionalmente la aportación de los siguientes documentos:

- 1) Para las sociedades mercantiles públicas:
 - Escrituras de constitución y/o modificación de la entidad.
 - Estatutos.
- 2) Para las fundaciones:
 - Certificado de inscripción de la entidad en el Registro correspondiente.
 - Acta de constitución.
 - Estatutos.
- 5) 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.

- 6) 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.
- 7) 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.
- 8) Declaración responsable del cumplimiento de los parámetros mínimos de retorno sobre la inversión establecidos como requisito mínimo para concurrir al proceso de selección (**Anexo VIII**).
- 9) El "**Certificado Acreditativo de exclusividad de la Actividad**" (**Anexo IX**), acompañado de la documentación acreditativa oportuna.
- 10) 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 6.4., si este extremo no ha quedado acreditado en los documentos anteriormente indicados.

En relación al punto 8 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:

- A) El contrato entre el solicitante y el representante del artista o de los artistas que actúe(n) en el marco del evento respecto al que verse la solicitud de participación, de acuerdo con lo indicado en la memoria descriptiva del evento señalada en la cláusula 15.2.2.2.c). de las presentes bases, pudiéndose anonimizar datos de carácter confidencial. A este respecto, los contratos artísticos que se aporten deberán estar debidamente firmados, sin que dé lugar a dudas sobre la veracidad de la misma. Asimismo, los contratos artísticos que se presenten habrán de contener la información suficiente que permita al personal de esta sociedad mercantil pública

comprobar que se corresponden con el evento objeto de la solicitud de participación de que se trate.

Asimismo, en el supuesto de que se produzcan cambios en el cartel del evento respecto al previsto en la memoria descriptiva, la entidad participante deberá comunicarlo por escrito, firmado por su representante legal, especificando de forma detallada los artistas finalmente confirmados. Al respecto, Promotur Turismo Canarias, S.A., se reserva el derecho a no autorizar los cambios e, incluso, tener por incumplido el convenio o contrato de patrocinio que se hubiera formalizado si el retorno publicitario que genere el cambio de cartel no alcanza las previsiones por las que fue seleccionado el evento en cuestión.

- B) La designación o el negocio jurídico en virtud del cual la entidad solicitante sea la única que pueda organizar el evento en cuestión.
- C) 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. Dicha marca habrá de incluir, según el caso, la clase de productos o servicios protegido, los cuales deberán encontrarse directa o indirectamente vinculados con el evento/proyecto a celebrar.

No se considerará suficiente la presentación de la mera solicitud de inscripción de la marca en el registro pertinente 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.

En el caso de alegarse su titularidad, deberá estar registrada únicamente a nombre de la entidad interesada, esto es, quien haya solicitado su participación en el proceso selectivo de referencia; salvo que, respecto a la parte de la marca sobre la que no ostente derecho de propiedad, se alegue, adicionalmente a la cotitularidad, la existencia de otro negocio jurídico que le dé derecho a su uso exclusivo.

Si el solicitante no fuera titular de la propiedad de la marca o no fuera titular único de la propiedad de la 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.

En el caso de que la acreditación de la exclusividad de la solicitante en relación con el evento que presente al proceso selectivo de referencia se base en una

marca, no podrá optar por la acreditación de su exclusividad a través de la aportación de documentación distinta a la señalada expresamente en esta letra C).

D) Cualquier otro admisible en derecho y que produzca efectos y protección de derechos frente a terceros (a modo de ejemplo: concesiones municipales, resoluciones de adjudicación, etc.).

c) **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 subjetiva del evento; con indicación de lugares de celebración, itinerancia en su caso y calendario de programación, según el modelo “**Anexo II**”.

En el caso de que se tratase de un evento deportivo, y con el fin de facilitar la adecuada valoración de las solicitudes, la entidad solicitante deberá indicar estos extremos en la memoria descriptiva del evento susceptible de patrocinio, señalando si el mismo se encuentra o no comprendido en alguno de los supuestos de exclusión señalados. En tal caso, se deberá justificar su carácter no oficial, ni puntúa para competiciones/ligas/circuitos de ámbito regional o nacional.

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 convenio o 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) del evento propuesto con cuantificación, según datos publicitarios, del retorno obtenido.
- **Informe SEM o similar** donde se evidencie el Plan de marketing o comunicación vinculado con los criterios del retorno publicitario.
- Cualquier otra documentación complementaria que consideren de interés.

4) **Plan de medios, comunicación y acciones publicitarias 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 y social del evento**, que muestre el compromiso del organizador del proyecto/evento con criterios medioambientales, para lo cual deberá cumplimentarse el **Anexo VI**.

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 previstos en las Bases en la documentación técnica.
- b) Solicitudes presentadas sin especificación ni denominación de los eventos /proyectos que se proponen.

- c) Aquellas solicitudes que no documenten su propuesta según los anexos dispuestos en las Bases 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 los modelos 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 en los requerimientos de subsanación 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 el presente proceso de selección.

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

15.3.- Examen de 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, incluida las unificaciones de oficio que procedan en su caso, así como proponiendo la admisión o exclusión de las solicitudes según corresponda.

En cualquier momento, podrá solicitarse aclaración de aquellos extremos determinantes de la continuación del proceso que no resulten claros.

15.4.- Subsanación y admisión/exclusión de solicitudes

Analizada la documentación presentada por los solicitantes de participación, se emitirá **Resolución** de la entidad convocante por la que se apruebe la **relación provisional de admitidos y excluidos**, otorgando un **plazo común de tres (3) días hábiles** a partir del día siguiente de la publicación de dicha resolución en el portal web institucional (<https://licitacion.turismodeislascanarias.com/licitacion>) para aportar documentación en subsanación de la remitida en dicho plazo a través del medio al que hace alusión la Base 15.2.1, así como para 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 en la publicación de la referida Resolución, o se dé una respuesta al mismo que se estime incompleta o insuficiente, procederá la exclusión de la solicitud o se tendrá por decaída.

Transcurrido dicho plazo de subsanación, 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**.

Contra la Resolución definitiva de solicitudes admitidas y excluidas no cabrá reclamaciones ni objeciones, sino únicamente cabrá su impugnación ante la jurisdicción civil en los términos y con las condiciones que exija la normativa aplicable, teniendo en consideración el fuero establecido en la cláusula núm. 28 de las presentes Bases.

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, recogiendo 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 orden de puntuación, indicando expresamente aquellos que se hayan informado favorablemente con la puntuación obtenida en cada criterio y subcriterio de valoración y con la determinación de la posible contraprestación del futuro patrocinio conforme a la **Base núm. 12.6 de las presentes**, de manera provisional según el cómputo establecido en las presentes

bases. Por otro lado, del mismo modo, el informe recogerá las deficiencias detectadas en aquellas solicitudes que requieran subsanación.

Una vez valoradas todas las propuestas admitidas del marco temporal que corresponda se distribuirán los recursos, asignándose hasta que se agoten los mismos.

15.6.- Resolución del proceso de selección

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 por la que se apruebe la relación **definitiva de admitidos y excluidos en el proceso de selección**, así como **valoración provisional de los eventos admitidos**, 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 a contar a partir del día siguiente a su publicación, los interesados podrán formular, si así lo consideran, reclamaciones u objeciones; sin que quepa formular ulterior alegación respecto a la relación definitiva de admitidos y excluidos.**

El trámite de formulación de reclamaciones deberá formularse preceptivamente en un escrito en el que se motiven las razones en que basa su reclamación u objeción, así como la documentación oportuna que justifique la misma, sin que quepa 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 o eventos presenciales organizados por entidades públicas 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.

Esta resolución contendrá la puntuación total obtenida por las propuestas definitivamente admitidas tras la valoración de los criterios de selección establecidos en estas Bases, mostrándose esta desglosada y ordenada en función de la isla en que se celebre el evento. Del mismo modo, la Resolución contendrá la contraprestación económica que correspondería en caso de ulterior formalización del convenio o contrato de patrocinio pretendido, una vez tramitado el correspondiente expediente de contratación.

La Resolución definitiva del proceso de selección otorgará a los participantes cuyas solicitudes hayan resultado seleccionadas definitivamente en el marco del

procedimiento descrito en estas Bases **un el plazo máximo de cinco (5) días hábiles para:**

- a) La **aceptación expresa de la apertura de la fase de contratación en aras de formalizar convenio o contrato** de patrocinio mediante la cumplimentación y entrega del **Anexo XII**.
- b) La acreditación de la **solvencia económica y financiera**, en su caso, mediante anexo X y la documentación acreditativa que este detalle.
- c) La acreditación de la **solvencia técnica o profesional**, en su caso, mediante anexo XI y la documentación acreditativa que este detalle.

Transcurrido el plazo otorgado para la aportación de la documentación descrita, la falta de atención del requerimiento en cuestión o la constatación de la falta de cumplimiento de los requisitos previos, tras el trámite de subsanación o aclaración de tres (3) días naturales que, en su caso resultase pertinente, conllevará la imposibilidad de continuación del proceso, suponiendo el decaimiento del expediente.

Contra la Resolución de valoración y selección definitiva de los eventos concurrentes y admitidos a este proceso de selección, 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.

Sin perjuicio de lo anterior, dicha Resolución definitiva es susceptible de ser objeto de litigio ante la jurisdicción civil en los términos y con las condiciones que exija la normativa aplicable, teniendo en consideración el fuero establecido en la Base núm. 28 de las presentes.

16.- SEGUNDA FASE: FORMALIZACIÓN DEL CONVENIO O CONTRATO DE PATROCINIO

Publicada la Resolución de selección definitiva y presentada la **aceptación expresa de la apertura de la fase de formalización** del patrocinio (**Anexo XII**), se procederá a su instrumentalización del patrocinio en documento jurídico en el que constarán las obligaciones de ambas partes, las contraprestaciones y la forma de justificar el patrocinio, teniendo siempre presente la legislación aplicable y los requisitos indicados en las presentes Bases Generales.

Por un lado, los expedientes de patrocinio que resulten concedidos en el marco de este proceso de selección se instruirán, en el caso de la Administración Pública canaria, sus Organismos autónomos y demás entidades públicas; mediante **convenio** suscrito entre las partes según las condiciones básicas establecidas en las presentes bases y el contenido que se regule en dicho documento, quedando excluidos del

ámbito de aplicación del Decreto 11/2019, de 11 de febrero, por el que se regula la actividad convencional y se crean y regulan el Registro General Electrónico de Órganos de Cooperación de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias, según el artículo 5.2 h) del mismo.

Por otro lado, los expediente de patrocinio que se concedan al resto de entidades pertenecientes al sector público de la Comunidad Autónoma de Canarias, se instruirán mediante formalización de **expediente de contratación** de referencia, de acuerdo a 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 2015, así como su Reglamento y normativo de desarrollo, en tanto continúe vigente y resulte de aplicación, así como toda aquella normativa que le sea de aplicación por referencia.

En este contexto, con carácter previo a la emisión de informe técnico de exclusividad o, en su caso, a la remisión de las correspondientes invitaciones a licitar, en atención a la normativa relativa a las precauciones a adoptar respecto a los conflictos de interés, se procederá a realizar un análisis preventivo del riesgo de conflicto de interés respecto al órgano negociador y, en su caso, al órgano de contratación.

Por tanto, se procederá de acuerdo con lo que se establece la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del sector público, por la cual se establece la regulación específica y la tramitación de los expedientes en los supuestos de aplicación del **procedimiento negociado sin publicidad**, amparado en su artículo 168 a.2º, cuando los servicios sólo puedan ser encomendados a una entidad determinada, por alguna de las siguientes razones: que el convenio o contrato tenga por objeto la creación o adquisición de una obra de arte o representación artística única no integrante del Patrimonio Histórico Español, que no exista competencias por 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 Ley de contratos del sector público.

Asimismo, se pone en consideración que en este segundo supuesto, en cuanto a la formalización del expediente se estará a lo preceptuado en la Ley de contratos 9/2017 de 8 de noviembre, siguiendo el Informe 31/2005, de 29 de junio de 2005, de la Junta Consultiva de Contratación Administrativa del Estado, que indica que la tramitación del expediente de contratación es requisito sine qua non para que el órgano de contratación pueda celebrar y formalizar este contrato, lo que supone atender a las prescripciones establecidas en el Libro II, Título I.

Los contratos que se celebren en este marco serán publicados en la Plataforma de Contratación del Sector Público o medio electrónico que garantice dicha publicación y esté habilitada a estos efectos, en virtud de cumplimiento legal de la Ley de Contratos del sector público.

El convenio o contrato de patrocinio incluirá como obligación por parte del patrocinado la cesión de derechos de imagen para fines divulgativos no comerciales.

En todo caso, en ambos instrumentos jurídicos dichas entidades 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 hayan resultado seleccionados en virtud del procedimiento anteriormente descrito, se encuentra:

- 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. Dicho certificado deberá haber sido expedido en los últimos seis (6) meses.
- 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. Dicho certificado deberá haber sido expedido en los últimos seis (6) meses.
- 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. Dicho certificado deberá haber sido expedido en los últimos seis (6) meses.
- f) Declaración de Ausencia de Conflicto de Interés (**DACI**), correctamente cumplimentada y firmada, respecto a sí mismo.
- g) Certificado de titularidad bancaria.

En relación con los apartados contenidos entre las letras c) y e), estas incluidas, 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.

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 exigida en estas bases por otro medio no autorizado dará lugar al decaimiento de la solicitud y a la resolución del contrato/convenio de patrocinio formalizado.

El plazo para la presentación de la justificación del evento patrocinado será, de forma improrrogable y como máximo, de cuarenta (40) días naturales desde la finalización del evento, salvo los eventos a celebrar en noviembre de 2026 cuyo plazo finalizará el 30 de diciembre de 2026, y los eventos a celebrar en diciembre de 2026, cuyo plazo finalizará el día 20 de enero de 2027.

Una vez revisada la documentación presentada, podrá otorgarse trámite de subsanación y/o de aclaración de cinco (5) días hábiles.

17.2.- Documentación para la justificación.

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

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

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, acompañada de capturas de pantalla, fotografías o cualquier otra prueba documental que acrediten la realización de estas medidas.

A.viii) Informe de Impacto Económico emitido por profesional externo o por la entidad patrocinada, en el que se analicen los efectos directos e indirectos de la realización del evento sobre la economía local y/o regional.

B) Memoria Económica justificativa, siguiendo el Modelo-Anexo XVI, que recogerá los siguientes aspectos:

Informe de auditor/interventor que incluya como anexos al mismo: la Cuenta Justificativa (Anexo XV) y las facturas y justificantes de pago por el importe correspondiente al patrocinio. Asimismo, se pone en conocimiento que este Informe 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 indubitadamente al evento o actividad patrocinada y, teniendo en cuenta que dichos gastos deberán estar enmarcados dentro del plazo establecido en la Base 18.1.

2º.- Que los gastos contemplados se corresponden con los gastos indicados en las bases que rigen el proceso de selección.

3º.- Que existen gastos de publicidad, comunicación y/o difusión del evento en los porcentajes indicados en las bases que rigen el proceso de selección.

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 ajustados a lo indicado en las presentes bases.

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 ajustados a lo indicado en las presentes bases, como mínimo hasta alcanzar la totalidad del importe recibido como patrocinio.

7º El importe del patrocinio deberá justificarse en su totalidad, entendiéndose a estos efectos como la suma de la base imponible más el Impuesto General Indirecto Canario (IGIC) correspondiente. En consecuencia, la cuantía total del patrocinio concedido deberá acreditarse mediante la presentación de facturas y documentos contables válidos que reflejen tanto la base imponible como el tributo indirecto repercutido, sin que resulte admisible la justificación parcial únicamente sobre la base imponible.

C) Justificación del retorno publicitario generado a la marca Islas Canarias siguiendo el modelo Anexo XVII y teniendo en cuenta la obligación principal del patrocinado (Base 19).

C.i) Informe elaborado por una entidad externa y habilitada, en relación con el retorno de la inversión publicitaria (ROI), citando preceptivamente los parámetros de cálculo indicados en la Base 5.2.d) de las presentes que rigen el proceso de selección, así como lo preceptuado en los Pliegos y resto de documentación contractual formalizada.

C.ii) Resumen de la repercusión mediática del evento, mediante el *clipping* con valor económico equivalente e inversión publicitaria a medios con el valor económico equivalente.

C.iii) Evidencias de los mercados objetivo del destino Islas Canarias en los que se ha realizado la promoción del evento, así como las audiencias y segmentos específicos alcanzados.

C.iv) Relación de fotografías y material gráfico en la que se aprecie la publicidad de la marca durante la celebración del evento, atendiendo a la disposición y soportes indicadas en el Plan de Medios (Anexo V) remitido en fase inicial, en el marco de los parámetros establecidos en la relación jurídica formalizada durante la celebración del evento.

C.v) Remita, a efectos de acreditar la ejecución de acciones promocionales en medios online con presencia de la marca Islas Canarias, capturas de pantalla y enlaces a las publicaciones y/o apariciones en medios online.

C.vi) Presencia de la marca en la web oficial del evento, ruedas de prensa (en caso de haberse llevado a cabo), vallas publicitarias, *muppies* y otros medios de difusión tradicional u offline.

C.vii) Cualquier otra acreditación documental o gráfica de las acciones publicitarias indicadas en la Base núm 19.1. del proceso de selección del que deviene, así como de los Pliegos o documentos análogos y resto de documentación vinculante formalizada.

C.viii) La realización del trámite establecido en la Base núm. 19.4. del proceso de selección de referencia, con respecto a la remisión del paquete de imágenes promocionales a Promotur Turismo Canarias, S.A.

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 RECÁLCULO DEL PATROCINIO

1.- Se podrá admitir en la justificación de los gastos una **variación de $\pm$ 15% del presupuesto justificado respecto del presupuesto inicialmente presentado o reformulado**, sin que sea necesaria la modificación del contrato/convenio ni recálculo del precio del patrocinio formalizado, siempre y cuando se alcance el retorno publicitario inicialmente previsto.

Si para la justificación económica del proyecto objeto de patrocinio, se presentasen unos gastos totales con una **desviación inferior al 15%** en relación con el presupuesto de gastos inicialmente presentado, y, sin embargo, no se justificase la totalidad de los gastos hasta alcanzar el precio del convenio o contrato 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 mayor al 15% y hasta el 40% del gasto justificado respecto del presupuesto inicialmente presentado**, que requerirá la tramitación de procedimiento de modificación del contrato/convenio y del importe del precio 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.

En el caso de que se produzca una variación en los gastos justificados respecto del presupuesto inicialmente presentado y concurren los requisitos legales necesarios para poder modificar el contrato/convenio de patrocinio, se procederá con el procedimiento legalmente previsto, derivando en formalización de la correspondiente Adenda respecto a la cláusula afectada.

Dicha Adenda deberá ser aportada debidamente firmada por la entidad patrocinada en el plazo que se indique al efecto. En caso de que la propuesta de modificación formulada por el patrocinador no sea aceptada por el patrocinado, se podrá acordar la resolución del contrato/convenio de patrocinio conforme a lo establecido en el artículo 211.1.g) de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, al concurrir una causa sobrevenida que imposibilita su cumplimiento.

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

3.- Asimismo, **si existiera una variación superior al 40%** del presupuesto justificado respecto del presupuesto inicialmente presentado o reformulado, **supondrá causa de extinción del contrato/convenio**, salvo que quede justificado, y se valide por parte de esta entidad, que se cumple con la obligación principal del mismo, el retorno

publicitario, establecido en fase de selección, y no se modifique la puntuación otorgada en fase de valoración, en cuyo caso se aplicará lo previsto en el apartado anterior.

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

17.4.- ABONO DEL PATROCINIO

Verificada la correcta atención de la obligación de justificación del patrocinado, el patrocinador procederá al pago de la contraprestación económica del patrocinio.

La contraprestación económica será la estipulada en el contrato/convenio de patrocinio formalizado, no obstante, en caso de minoración de gastos respecto del presupuesto presentado, dicha contraprestación se corresponderá, en su caso, con el importe reajustado de conformidad con la Base núm. 17.2 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 de conformidad con 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 al cobro del 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 esta 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.- ACLARACIONES SOBRE LA JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA DEL EVENTO REALIZADO

18.1.- La **totalidad** de los gastos presentados en fase de justificación deberán corresponder, **de manera inequívoca**, a la naturaleza del evento seleccionado y realizado.

18.2.- Los gastos totales del evento presentados deben tratarse indubitadamente de gastos recogidos que se efectúen en el siguiente marco temporal: **desde los SEIS (6) meses anteriores a la celebración de evento hasta el mes posterior a la celebración del mismo**.

No obstante, los gastos presentados hasta alcanzar la cuantía del importe de patrocinio a percibir, deberán estar abonados en dicho plazo.

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 del presente proceso de selección.

- 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. 18.2.

- c) Informe externo certificado sobre el cumplimiento del plan inicial de sostenibilidad ambiental presentado al presente proceso de selección, así como el cálculo de la medición de la huella de carbono del evento o proyecto.
- 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 manera que podrán formar parte de la

justificación incluso si se han realizado hasta un (1) año antes de la celebración del evento.

18.3.- Gastos sometidos a limitación.

18.3.1.- Limitaciones en relación con los gastos totales del evento

Gastos de **personal** de la entidad solicitante: podrá imputarse hasta un doce por ciento (12%) **de los gastos totales** con gastos de personal fijo propio de la empresa **directamente relacionado con la actividad patrocinada y correspondientes al marco temporal establecido**, 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
- a) 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 mes de celebración de la actividad patrocinada, y debidamente justificado con:
- I. Contrato
 - II. nóminas del personal
 - III. RLC y RNT (anteriormente denominados TC1 y TC2) correspondientes a los seguros sociales de los meses imputados patrocinio
- b) El gasto en materia de publicidad, **comunicación y/o difusión del evento** que tiene un mínimo establecido de un cinco por ciento (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 excluidos de la justificación en el marco de la ejecución del convenio o contrato

No serán computados como gastos incluidos en la justificación económica 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 funciones inherentes al desarrollo del evento en cuestión.
- 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 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.

1. Los gastos que no se correspondan con la naturaleza del evento.
2. Los gastos correspondientes al abono de cuotas, impuestos, y otros tributos.
3. Los intereses deudores de las cuentas bancarias.
4. Los gastos abonados en efectivo.
5. La adquisición de material inventariable y los gastos relacionados con la adquisición y financiación de bienes inmuebles.
6. Los intereses, los recargos y las sanciones administrativas y penales.
7. Los gastos de procedimientos judiciales.
8. En general, los derivados de préstamos y créditos, sin perjuicio del régimen aplicable a los gastos financieros.
9. Los derivados de la apertura y el mantenimiento de cuentas corrientes.

10. Los gastos de publicidad que no indiquen que el programa cuenta con el patrocinio indicado en estas bases.
11. Gastos de cualquier tipo imputables al titular de la entidad interesada.
12. Los que supongan duplicidad de un gasto, sin que se justifique la inexistencia de esta duplicidad.
13. Los gastos de amortización o financieros que no cumplan los requisitos establecidos en este proceso de selección.
14. Los gastos de las actividades del evento que se celebren fuera de las Islas Canarias.
15. 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

Será en el contrato/convenio de patrocinio donde se formalice la licencia de uso de la marca a favor del patrocinado por tiempo limitado a la celebración del evento de manera no exclusiva.

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 la marca que corresponda según lo indicado a continuación, debiendo cumplir con las instrucciones establecidas en las presentes bases sobre el uso de esta marca:

- **En eventos B2B (Business to Business)** deberá utilizarse el logotipo “**Turismo de Islas Canarias**”, asegurando una adecuada representación institucional en entornos de carácter sectorial y estratégico.
- **En eventos B2C (Business to Consumer)** deberá utilizarse el logotipo “**Islas Canarias**”, cuya presencia se orienta a reforzar la visibilidad del destino y establecer una conexión emocional con los residentes y los visitantes.

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 convenio o 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 este 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 realizar una rueda de prensa promocional, garantizar la presencia de la marca.

A.ii) Garantizar la presencia de la marca en las redes sociales utilizadas para la difusión del evento.

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.

B.ii) Garantizar, al menos, la proyección de uno de los vídeos promocionales que se encuentran disponibles para su descarga en la web institucional de Turismo de Islas Canarias.

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.- Al objeto de incluir el evento patrocinado en la **agenda de la web promocional** de la marca Islas Canarias (<https://www.holaislascanarias.com/agenda/>), los

responsables del mismo deben enviar a la dirección de correo electrónico agenda@turismodecanarias.com, autorizando a Promotur Turismo Canarias, S.A., a 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 a la marca Islas Canarias y/o al 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/>). A tal fin se utilizará el modelo de Anexo XIII.

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

1. Cesión no exclusiva durante cinco (5) años a contar desde la fecha de realización del evento.
2. Cesión de derechos de reproducción, transformación, distribución y comunicación pública de la obra.
3. 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 haya 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 deberá enviar la información de las distintas convocatorias de actos con al menos catorce (14) días naturales de

antelación a su celebración, con el fin de facilitar la adecuada planificación y 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, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, modificado parcialmente por la Ley 2/2019, de 1 de marzo, así como por el Real Decreto-ley 26/2020, de 7 de julio, por la Ley 14/2021, de 11 de octubre, y por el Real Decreto-ley 24/2021, de 2 de noviembre; 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 formalizar los contratos, convenios, 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.

12.- Cumplir la condición especial de ejecución relativa a poseer **sede u oficina permanente en la Comunidad Autónoma de Canarias**, de acuerdo con lo dispuesto en la Base 6.4.

21.- CAUSAS DE DECAIMIENTO DE SOLICITUDES O EXTINCIÓN DE LA RELACIÓN JURÍDICA

Además de aquellas ya citadas en el cuerpo de las presentes Bases, serán causas de decaimiento de solicitudes o causas de extinción del contrato/convenio y consecuente devolución del precio 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 las presentes Bases y en el contrato o convenio 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 este proceso de selección, entre las que se encuentran actuaciones como la maliciosa dilación del procedimiento o el perjuicio deliberado a terceros de buena fe.
- e) La alteración del objeto del patrocinio cuyo proyecto de evento resultó seleccionado a través del proceso de selección 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/convenio que se formalice al efecto.
- g) La falta o insuficiencia de presentación en plazo de la documentación justificativa preceptiva estipulada en las presentes Bases.
- 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) Cualquier manifestación pública que atente, menoscabe o perjudique la imagen de la marca “Islas Canarias” y del destino turístico Islas Canarias.
- j) 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.
- k) La ausencia o insuficiente atención de cualquier requerimiento de documentación cursado por parte de Promotur Turismo Canarias, S.A., incluido.

El patrocinio está supeditado a la constatación de la observancia por parte del patrocinado de las condiciones exigidas en las Bases y en el convenio o contrato, reservándose PROMOTUR el derecho a resolver la revocación del patrocinio formalizado en caso de incumplimiento de la obligación principal 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.- La penalidad de hasta el cinco por ciento (5%) de la cantidad patrocinada (excluido IGIC).

2.- La no participación en procesos de selección, contratos, convenios y cualquier otra relación jurídica pertinente en relación con servicios análogos 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 trámite de audiencia e 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 el presente proceso de selección, así como los que se generen con motivo de la relación jurídica 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.a).

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 proceso de selección y pertinente convenio/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 este 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 supone la cesión o transmisión de la propiedad de derechos de propiedad intelectual o industrial de su titular al cesionario.

El uso no autorizado o para un fin distinto al pactado en las presentes Bases o en los pliegos o documentos equivalentes que se aprueben en el marco de la tramitación del contrato/convenio de patrocinio correspondiente o de cualquier signo distintivo protegido por los derechos de propiedad intelectual o industrial del patrocinador, facultará a este para instar la resolución del contrato/convenio resultante. En este caso, el patrocinado se obligará a restituir al patrocinador el importe de las aportaciones económicas realizadas y abonadas por este, 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 del presente proceso de selección y la asunción de cuantas obligaciones se deriven de lo dispuesto en las mismas y de lo previsto en cuantas normas resulten de aplicación.

Asimismo, se reitera que la participación en el presente procedimiento, así como la eventual selección de un proyecto mediante la correspondiente Resolución del Director-Gerente de Promotur Turismo Canarias, S.A., no otorga derecho alguno a la entidad solicitante hasta que no se formalice, en su caso, el correspondiente contrato/convenio de patrocinio.

26.- AUDITORÍA DE LOS EXPEDIENTES

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

Las auditorías internas podrán realizarse 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, 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/convenios de patrocinio formalizados no resueltos, cuyos precios alcancen, como mínimo, el veinte por ciento (20%) de la suma total de los contratos/convenios de patrocinio formalizados no resueltos.
2. A los mismos efectos, los gastos seleccionados de cada expediente de patrocinio no podrán ser de importe inferior al treinta por ciento (30%) del precio del convenio/contrato de patrocinio concreto que se audite.

3. El intervalo de muestreo se obtendrá aplicando un porcentaje no inferior al diez por ciento (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 diez por ciento (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.

Tanto si se trata de una auditoría interna como externa, el patrocinado queda sujeto a la obligación de colaboración.

27.- CLÁUSULA RESOLUTORIA

El presente proceso de selección de proyectos de eventos susceptibles de patrocinio publicitario y los convenios/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 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 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.
- Que, la entidad solicitante **no acredite su exclusividad** respecto al contrato/convenio de patrocinio que se vaya a formalizar en los términos establecidos en estas Bases Generales, y/o en su caso de los Pliegos que rijan la contratación del patrocinio, de tal forma que dicho incumplimiento de 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.

28.- FUERO

La resolución de cualquier discrepancia que pudiera surgir en la interpretación, ejecución, efectos, o resolución del presente proceso de selección, se someterá expresamente a la jurisdicción y competencia de los Juzgados y Tribunales de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, y según el orden jurisdiccional que deba ser conocedor, con renuncia a cualquier otro fuero que pudiera corresponder, sin perjuicio de que se acuerde la resolución de estas controversias por medios extrajudiciales.

29.- MEDIO DE IMPUGNACIÓN DE ESTAS BASES

Las presentes Bases, al igual que la Resolución definitiva de solicitudes admitidas y excluidas, y que la Resolución de selección definitiva, únicamente son susceptibles de ser objeto de litigio ante la jurisdicción civil en los términos y con las condiciones que exija la normativa aplicable, teniendo en consideración el fuero establecido en la cláusula núm. 28 de las presentes Bases.