

# Convocatoria proceso de selección de **proyectos y/o eventos** presenciales organizados por entidades públicas



**Islas  
Canarias**   
LATITUD DE VIDA

## ÍNDICE

1.	¿EN QUÉ CONSISTE ESTE PATROCINIO PUBLICITARIO?	4
2.	¿QUÉ ES EL RETORNO PUBLICITARIO?	
3.	¿CUÁL ES EL OBJETIVO DE ESTA CONVOCATORIA?	
4.	¿CUÁLES SON LAS LÍNEAS DE ACTUACIÓN DE LOS EVENTOS A CELEBRAR?	5
5.	¿CUÁL DEBE SER EL ÁMBITO TEMPORAL DE CELEBRACIÓN DE LOS EVENTOS?	6
6.	¿QUÉ REQUISITOS DEBEN CUMPLIR LOS EVENTOS OBJETO DE PATROCINIO?	
7.	¿QUÉ EVENTOS QUEDAN EXCLUIDOS?	7
8.	¿CÓMO SE ARTICULA LA CONVOCATORIA?	8
9.	¿CUÁLES SON LAS FECHAS DE PRESENTACIÓN DE LAS SOLICITUDES?	
10.	¿CUÁLES SON LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN?	9
11.	¿QUÉ ASPECTOS DEBEN SER TRATADOS PARA LA VALORACION DE CADA UNO DE LOS CRITERIOS?	
		12
12.	¿QUÉ ANEXOS DEBO CUMPLIMENTAR PARA LA VALORACIÓN DE CADA CRITERIO? ¿QUÉ DOCUMENTO DEBO REMITIR PARA LA JUSTIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LAS ACCIONES LLEVADAS A CABO?	
		20
13.	PRINCIPALES OBLIGACIONES DEL PATROCINADO	22
14.	POSIBLES FAQ's	23
15.	CORREO ELECTRÓNICO DE CONTACTO	24
16.	ESQUEMA-CRONOLOGÍA PROCEDIMIENTO CONCESIÓN	25

presente contenido se ha elaborado para servir de guía y consulta a los solicitantes para la convocatoria del proceso de selección de proyectos y/o eventos presenciales organizados por entidades públicas, y que generen un retorno publicitario de la marca “Islas Canarias” en el proceso de dinamización turística del archipiélago canario.

En todo caso, se ha de advertir que este contenido tiene un carácter meramente informativo. Se ruega a los solicitantes que participen en esta convocatoria que, previamente, **lean íntegra y detenidamente las bases generales que rigen la convocatoria** del proceso de selección de proyectos y/o eventos presenciales.



## 1. ¿EN QUÉ CONSISTE ESTE PATROCINIO PUBLICITARIO?

Es el procedimiento por el que el patrocinado, a cambio de una contraprestación económica para la realización de su evento cultural, deportivo, de negocios/científicos/académicos, gastronómico y turístico, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador

**Su naturaleza jurídica es la de un convenio y/o contrato según la naturaleza de la entidad solicitante.**

## 2. ¿QUÉ ES EL RETORNO PUBLICITARIO?

El patrocinador a cambio de contraprestación económica recibe la notoriedad y la relevancia de la actividad que desarrolla el patrocinado, con el fin de incrementar entre el público el conocimiento de la marca “Islas Canarias” y de favorecer su imagen. **Dado el carácter obligatorio de la presencia de la marca y de la procedencia de los fondos en la difusión y promoción del evento (reporte publicitario), la no inclusión de estos supondrá la exclusión del proyecto de la presente [convocatoria de patrocinios](#).**

**Este reporte publicitario se garantiza mediante la inclusión de los logotipos de los patrocinadores, y del fondo presupuestario que lo sustenta, en todos los soportes publicitarios y de comunicación utilizados para la promoción del evento en destino.**

## 3. ¿CUÁL ES EL OBJETIVO DE ESTA CONVOCATORIA?

La presente convocatoria tiene como pilar fundamental el retorno publicitario de la marca “Islas Canarias” o “Islas Canarias Latitud de Vida” y de Canarias como destino turístico en sí mismo, seleccionando proyectos de eventos celebrados de manera presencial que sean susceptibles de patrocinio por su capacidad para alcanzar las siguientes metas:

- Lograr una mayor 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.
- Contribuir a la mejora de la resiliencia del modelo turístico canario, constituyendo esta acción un incentivo para que los eventos a celebrar en el territorio canario centren sus esfuerzos en revestir mayor calidad y generar mayor capacidad de atracción turística.
- Impactar en la cadena de valor turístico del Archipiélago, produciendo importantes repercusiones económicas, sociales y turísticas en Canarias.



#### 4. ¿CUÁLES SON LAS LÍNEAS DE ACTUACIÓN DE LOS EVENTOS A CELEBRAR?

Los eventos para celebrar deberán encuadrarse dentro de una de las cinco líneas de actuación que se recogen a continuación:

- **Línea 1: Eventos culturales con incidencia turística y reporte publicitario de la marca “Islas Canarias”**

Eventos culturales con un marcado carácter turístico que consistan en actividades vinculadas a las artes del movimiento, música y arte sonoro, el Cine o Audiovisuales. Se incluirán las Artes escénicas, y la Literatura y el fomento de la lectura solo cuando formen parte de una programación multidisciplinar.

- **Línea 2: Eventos deportivos con incidencia turística y reporte publicitario de la marca “Islas Canarias”**

Eventos vinculados al deporte con un marcado carácter turístico, quedando excluidos de la presente línea los eventos deportivos que formen parte de circuitos deportivos correspondientes a ligas profesionales y/ amateurs, campeonatos, copas y torneos de federaciones deportivas regionales y/ o nacionales.

- **Línea 3: Eventos de negocios/científicos/académicos con incidencia turística y reporte publicitario de la marca “Islas Canarias”**

Eventos 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 estas y que se desarrollan en forma de seminarios, congresos y/o ferias.

- **Línea 4: Eventos gastronómicos con incidencia turística y capacidad de generar reporte publicitario a la marca “Islas Canarias”.**

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

- **Línea 5: Eventos turísticos con capacidad de generar reporte publicitario a la marca “Islas Canarias”.**

Eventos vinculados a la actividad del turismo; incluyéndose tanto los eventos que promuevan la realización de actividades turísticas, como aquellos que promuevan la investigación e innovación de estas y que se desarrollan en forma de seminarios, congresos, y/o ferias.



## 5. ¿CUÁL DEBE SER EL ÁMBITO TEMPORAL DE CELEBRACIÓN DE LOS EVENTOS?

El periodo de ejecución de los eventos que se presenten a esta convocatoria de patrocinio será el comprendido **entre el 18 de diciembre de 2023 a 31 de diciembre de 2024, 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 bases. **En caso contrario, procederá la exclusión automática.**

**Los eventos celebrados fuera del marco de estas fechas no serán objeto de la presente convocatoria.**

## 6. ¿QUÉ REQUISITOS DEBEN CUMPLIR LOS EVENTOS OBJETO DE PATROCINIO?

Para que sean admitidos los eventos en la presente convocatoria deben estar sujetos al cumplimiento de los siguientes requisitos de carácter cumulativo:

- ✓ Que se incardinan en cualquiera de las líneas de actuación indicadas en la Base núm. 5.1
- ✓ Que sean eventos presenciales que generen atracción al Archipiélago
- ✓ Que fomenten la llegada de turistas al archipiélago canario e impulsen los eventos y actividades en las Islas, que generen un retorno publicitario en el proceso de dinamización turística.
- ✓ Que se traten de eventos cuyas fechas de celebración se ajusten al período establecido en la presente convocatoria.
- ✓ Que la entidad solicitante de patrocinio esté en disposición de documentación acreditativa de que concurren en él derechos exclusivos para la organización del evento/proyecto que plantea y que, en consecuencia, no existe otro operador económico capaz de llevarlo a cabo, en los términos descritos en la **Base núm. 17.2.2.**
- ✓ **Que, al menos, el 6% del gasto del presupuesto estimado se destine a publicidad, comunicación y/o difusión del evento.**
- ✓ Que fomenten el consumo y la comercialización de productos locales del archipiélago canario.
- ✓ Que implanten protocolos de aforo y de seguridad para eventos celebrados en espacios físicos abiertos o cerrados conforme a la normativa aplicable de seguridad aplicable.
- ✓ Que se esté en disposición en el momento de celebración del evento de un seguro de responsabilidad civil profesional adecuado.
- ✓ Que no fomenten, de ningún modo, el consumo de bebidas alcohólicas en la infancia y adolescencia.
- ✓ Se han de cumplir con las obligaciones medioambientales, sociales y laborales establecidas en la normativa aplicable.
- ✓ Igualmente, se deberá implementar medidas de igualdad de género, en los términos exigibles en la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, así como por el resto de normativa aplicable.
- ✓ Deben tratarse de eventos para cuya organización y realización se prevea la incorporación de alguna medida de carácter social, en los términos descritos en la **Base 5.2**



## 7. ¿QUÉ EVENTOS QUEDAN EXCLUIDOS?

Las exclusiones de carácter objetivo están recogidas en la **Base 5.3** de las que regulan la presente convocatoria.

### ASPECTOS A TENER EN CUENTA:

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

- Aquellas solicitudes que no cuenten con los contenidos mínimos en la **documentación técnica**
- Solicitudes presentadas sin especificación ni denominación de eventos/proyectos.
- Aquellas solicitudes que no documenten su propuesta según los anexos dispuestos y/o modifiquen o alteren sustancialmente el contenido de estos, incluyendo de forma enunciativa y no limitativa los supuestos de omisión de los logos o marcas que se integran en el Modelo y/o de los criterios o aspectos incluidos en el mismo.
- 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.
- **La no presentación de la documentación técnica.**
- La falta de atención o la insuficiencia de esta a los requerimientos de subsanación recibidos en los plazos otorgados.

\*La documentación técnica, **obligatoria y no subsanable** es la siguiente;

- ✓ Memoria descriptiva del evento, atendiendo a los aspectos señalados y que servirán como criterios para la valoración del evento; indicación de lugares de celebración, itinerancia en su caso y calendario de programación, según el modelo **“Anexo II”**.
- ✓ Memoria económica: presupuesto de gastos y plan de financiación; donde se reflejen todos los gastos e ingresos previstos del evento, especificando las aportaciones estimadas tanto de entidades públicas como privadas, así como las aportaciones propias, según el modelo **“Anexo III”**.
- ✓ 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”**.
- ✓ Plan de medios, comunicación y acciones publicitarios y/o de marketing a desarrollar, según el modelo **“Anexo V”**.
- ✓ Plan inicial de sostenibilidad ambiental del evento **Anexo VI - Anexo VII**



## 8. ¿CÓMO SE ARTICULA LA CONVOCATORIA?

Se establece una convocatoria pública y abierta basada en los principios publicidad, transparencia, igualdad, objetividad y eficiencia y que se realiza en virtud de la actividad que le es propia, no en el ejercicio de potestades administrativas. Se divide en 3 fases:

- **1º Fase:** Selección de solicitudes **(Véase Base 17 de la Convocatoria)**
- **2º Fase:** Formalización del patrocinio siguiendo las normas y reglas de la Ley de Contratos del Sector Público **(Véase Base 18 de la Convocatoria)**
- **3º Fase:** Justificación del patrocinio **(Véase Base 19 de la Convocatoria)**

## 9. ¿CUÁLES SON LAS FECHAS DE PRESENTACIÓN DE LAS SOLICITUDES?

Los interesados deberán presentar sus solicitudes **exclusivamente de forma telemática**, a través del aplicativo habilitado para ello en la página de web de Promotur Turismo Canarias SA, como máximo en las fechas específicamente indicadas a continuación:

PERÍODO EN EL QUE SE CELEBRA EL EVENTO	FECHA LÍMITE DE PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES
18/12/2023 - 31/12/2023	31/12/2023
01/01/2024 - 31/01/2024	31/12/2023
01/02/2024 - 29/02/2024	31/12/2023
01/03/2024 - 31/03/2024	31/12/2023
01/04/2024 - 30/04/2024	31/12/2023
01/05/2024 - 31/05/2024	31/01/2024
01/06/2024 - 30/06/2024	29/02/2024
01/07/2024 - 31/07/2024	31/03/2024
01/08/2024 - 31/08/2024	30/04/2024
01/09/2024 - 30/09/2024	31/05/2024
01/10/2024 - 31/10/2024	30/06/2024
01/11/2024 - 30/11/2024	31/07/2024
01/12/2024 - 31/12/2024	31/08/2024





## 10. ¿CUÁLES SON LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN?

Las solicitudes de patrocinio presentadas se evaluarán atendiendo a los criterios de valoración que se especifican en las bases de la convocatoria, distinguiéndose entre **criterios de valoración subjetiva y criterios de valoración objetiva**.

### ASPECTOS A TENER EN CUENTA:

- ✓ Para que el evento presentado al procedimiento pueda ser seleccionado la solicitud deberá alcanzar la cifra mínima de **50 puntos** del total, conforme a los criterios de valoración establecidos en la **Base núm. 14.1**.
- ✓ Se deberá obtener un **mínimo de 18 puntos en la valoración subjetiva para poder pasar a la fase de valoración objetiva**. De no obtener esta puntuación mínima respecto a los criterios de valoración subjetiva, no se continuará con la evaluación de su propuesta de patrocinio, siendo automáticamente excluido de la presente convocatoria.
- ✓ Una vez en la fase de valoración objetiva, únicamente serán seleccionados aquellos eventos que hubieran obtenido **al menos 18 puntos en el criterio uno de los objetivos (Reporte Publicitario)**.

Los proyectos presentados a la convocatoria de selección de proyectos deben dar respuesta de manera clara y concisa a los criterios de valoración propuestos para garantizar un retorno publicitario de la marca Islas Canarias Latitud de Vida, proponiendo para cada aspecto puntuable una serie de acciones concretas y definidas, que materialicen su desempeño.

El cumplimiento de cada una de dichas actuaciones y previsiones en términos de interés y/o repercusión turística del evento, reporte publicitario, proyección del evento, sostenibilidad ambiental e impacto económico generado por el evento deberá ser acreditado **durante la fase de justificación del patrocinio**, mediante la aportación documental de fotografías, vídeos, certificaciones y demás evidencias. **Es el único modo para poder determinar el grado de cumplimiento relativo a cada uno de los criterios inicialmente valorados.**

**En el caso que no se entregue esta información se disminuirá proporcionalmente el importe de patrocinio adjudicado, conforme a la puntuación recibida en cada uno de los criterios.**

CRITERIOS DE VALORACIÓN (100 puntos)	PUNTUACIÓN MÁXIMA
Criterios de valoración subjetiva	34 puntos
1.- Interés y/o Repercusión Turística del evento.	(Puntuación mínima 18 puntos para poder pasar a la valoración objetiva)
1.1.- Definición y descripción del evento, y sus actividades y calendario.	14 puntos
1.2.- Incorporación de otros sectores relacionados que conforman la cadena de valor turística: contratación de empresas locales.	4 puntos
1.3.- Carácter innovador del evento	2 puntos
1.4.- Dimensión social del evento en relación con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) y la agenda Canaria 2030.	6 puntos
1.5.- Plan inicial de sostenibilidad ambiental del evento.	8 puntos
<b>Criterios de valoración objetiva</b>	<b>66 puntos</b>
1.- Reporte publicitario	35 puntos
<b>1.1.- Medios <i>online</i></b>	<b>22 puntos</b>
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: <b>1 punto</b>
	+50.000 usuarios: <b>3 puntos</b>
	+100.000 usuarios: <b>5 puntos</b>
	+500.000 usuarios: <b>7 puntos</b>
1.1.5.- Publicidad online (impresiones pagadas regionales, nacionales e internacionales)	+500.000 impresiones: <b>3 puntos</b>
	+1.000.000 impresiones: <b>5 puntos</b>
	+5.000.000 impresiones: <b>7 puntos</b>
	*Si la pieza publicitaria es vídeo: <b>1 punto (adicional)</b>

1.1.6.- Brand Content publicado en medios online de alcance regional, nacional o internacional	1 contenido: <b>0,5 puntos</b>
	+3 contenidos: <b>1 punto</b>
	+6 contenidos: <b>1,5 puntos</b>
	+10 contenidos: <b>2 puntos</b>
<b>1.2.- Medios offline</b>	<b>8 puntos</b>
1.2.1.- Difusión en prensa no contemplado en otros apartados (regional, nacional e internacional)	<b>1 punto</b>
1.2.2.- Difusión en radio (regional, nacional e internacional)	<b>1 punto</b>
1.2.3.- Difusión en TV (regional, nacional e internacional)	Canales regionales: <b>1 punto</b>
	Canales nacionales: <b>2 puntos</b>
	Canales nacionales en países europeos distintos de España: <b>3 puntos</b>
<b>1.3.- Acciones de difusión y sensibilización de la sostenibilidad ambiental.</b>	<b>5 puntos</b>
1.3.1.- Publicación de una sección con contenido exclusivo sobre sostenibilidad ambiental, protección y regeneración de ecosistemas en la web propia del evento, con al menos una url.	<b>1 punto</b>
1.3.2.- Proyección de contenidos sobre sostenibilidad ambiental, protección y regeneración de ecosistemas durante la celebración del evento (contenido audiovisual y/o fotográfico en soporte digital).	<b>3 punto</b>
1.3.3.- Publicación de contenidos sobre sostenibilidad ambiental, protección y regeneración de ecosistemas en otros medios digitales del evento como pueden ser redes sociales o publicidad digital. (Al menos 1 publicación)	<b>1 punto</b>
<b>2.- Proyección y consolidación del evento</b>	<b>19 puntos</b>
2.1.- Trayectoria del proyecto	3ª edición: <b>2 puntos</b>
	4ª edición: <b>3 puntos</b>
	5ª edición o más: <b>5 puntos</b>
2.2.- Número de asistentes al evento (se incluyen público asistente y participantes)	Entre 51 a 300 asistentes: <b>2 puntos</b>
	Entre 301 a 500 asistentes: <b>3 puntos</b>
	Entre 501 a 1500 asistentes: <b>5 puntos</b>
	Más de 1.500 asistentes: <b>7 puntos</b>

2.3.- Ejecución del evento en distintas isla	En dos (2) islas: <b>2 puntos</b>
	En tres (3) o más islas: <b>3 puntos</b>
2.4.- Ejecución del evento en islas no capitalinas	<b>4 puntos</b>
<b>3.- Financiación, viabilidad económica e impacto generado por el evento.</b>	<b>12 puntos</b>
3.1.- En el marco de presupuesto de gastos del evento presentado, se valorará la inversión publicitaria por encima de los mínimos establecidos	<b>2 puntos</b>
3.2.- Impacto económico a generar por el evento en el ámbito territorial donde se celebre el evento.	<b>4 puntos</b>
3.3.- Aportación entidades privadas	Del 11 al 20% del presupuesto del evento: <b>1 puntos</b>
	Del 21 al 30% del presupuesto del evento: <b>2 puntos</b>
	Del 31 % del presupuesto del evento en adelante: <b>3 puntos</b>
3.4.- Aportación propia	Del 11 al 20% del presupuesto del evento: <b>1 puntos</b>
	Del 21 al 30% del presupuesto del evento: <b>2 puntos</b>
	Del 31 % del presupuesto del evento en adelante: <b>3 puntos</b>

## 11. ¿QUÉ ASPECTOS DEBEN SER TRATADOS PARA LA VALORACION DE CADA UNO DE LOS CRITERIOS?

La exposición de argumentos y de las actuaciones de la propuesta del evento deberá responder de **forma clara y coherente** a cada uno de los criterios de valoración, aportando información que guarde **relación directa** con el ámbito al que se está dando respuesta. De esta manera, cada memoria o anexo debe ser entendida como un documento en el que debe ser desarrollado y argumentado el proyecto de una manera **concisa y ordenada**, adaptando su contenido a la proyección de objetivos generales y específicos formulados.

**Asimismo, la valoración del proyecto estará caracterizada por la definición y concreción de las actuaciones especificadas, y en relación con cada uno de los criterios de valoración expuestos en las bases generales. Se valorarán positivamente aquellos proyectos que describan y argumenten adecuadamente (o de modo ilustrativo) los siguientes aspectos:**

- ✓ **Qué se va a realizar**
- ✓ **Dónde se va a llevar a cabo**
- ✓ **Cuándo se ejecutará dicha acción**
- ✓ **A quién va dirigida**
  
- ✓ **Y todos aquellos datos que complementen de un modo congruente y objetivo la propuesta de actuación del evento en relación con cada uno de los criterios**

## CRITERIOS DE VALORACIÓN OBJETIVA

### 1. Interés y/o Repercusión Turística del evento.

#### 1.1 Definición y descripción del evento, y sus actividades y calendario.

Las entidades solicitantes deben describir detalladamente su evento, las actividades a desarrollar durante su ejecución, así como el ámbito temporal del mismo, alegando **la capacidad de atracción de demanda en origen e impacto de la celebración de dicho evento en la imagen de la marca Islas Canarias.**

Para ello, es de especial relevancia en este apartado la **definición del segmento estratégico turístico al que se dirige el evento** y, en esta misma línea, la de los **mercados turísticos en los que se realizará la promoción del evento.** Todo ello, reflejando mediante evidencias y argumentos sólidos el interés y repercusión turística del evento.

**Se valorará positivamente la claridad expositiva, los argumentos empleados relacionados con los contenidos y/o programación prevista, así como su vinculación con los criterios de valoración.**

#### 1.2 Incorporación de otros sectores relacionados que conforman la cadena de valor turística: contratación de empresas locales.

Para la valoración de este apartado, las entidades deben indicar una relación de empresas vinculadas al evento que formen parte del tejido empresarial canario, así como el sector de actividad al que pertenecen y su función dentro de la ejecución del evento.

**Se valorará positivamente la enumeración de los proveedores de servicios, colaboradores que van a intervenir en la ejecución del evento.**

#### 1.3 Carácter innovador del evento.

Debe indicar aquellas acciones y propuestas que se llevarán a cabo durante la celebración del evento y que, dado su carácter innovador y original, conseguirán captar la atención de nuevos segmentos de clientes o mercados o que mejoren la experiencia de cliente u operativa.

## Se valorará positivamente la claridad expositiva y la concreción de las actuaciones en materia de innovación propuestas.

### 1.4 Dimensión social del evento en relación con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) y la Agenda Canaria 2030.

Las entidades solicitantes deben reflejar de manera integral y detallada las acciones que tienen previsto llevar a cabo con respecto a una o varias de las metas vinculadas a los ODS de ámbito social.

En particular, y a modo de ejemplo, se proponen una serie de actuaciones concretas y ligadas a diferentes metas de las anteriormente mencionadas:

#### ODS 5. IGUALDAD DE GÉNERO

**Meta 5.1** Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo

- ✓ **Ejemplo de actuación concreta:** Inclusión de puntos violetas durante la ejecución y desarrollo del evento, garantizando un espacio de información, prevención y acompañamiento ante la violencia de género y el acoso sexual.

#### ODS 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

**Meta 8.9.** De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales

- ✓ **Ejemplo de actuación concreta:** La promoción de productos kilómetro 0 durante la ejecución del evento, instalando puestos gastronómicos de empresas locales.

#### ODS 10. REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES

**Meta 10.2** De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.

- ✓ **Ejemplo de actuación concreta:** La utilización de la Interpretación de Lengua de Signos durante la ejecución y desarrollo del evento, eliminando las barreras con las que se puedan encontrar las personas con discapacidad auditiva, garantizando una accesibilidad integral e inclusiva al evento.

✓

Puede acceder a información sobre los ODS, las metas vinculadas a cada uno de ellos y la Agenda Canaria 2023 en los siguientes enlaces:

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>  
<https://www.gobiernodecanarias.org/agendacanaria2030/dimensiones/personas/>

### 1.5 Plan previo e inicial de sostenibilidad ambiental del evento.

Turismo de Canarias, como parte de su compromiso con la neutralidad climática, en consonancia con los ODS, la Agenda 2030 y la Declaración de Glasgow por la Acción Climática en el Turismo, debe incrementar progresivamente su compromiso con la reducción de las emisiones de carbono de las actividades vinculadas al turismo.

Es por ello por lo que en esta convocatoria todos los eventos susceptibles de ser patrocinados por Turismo de Canarias **deben de presentar obligatoriamente el plan de sostenibilidad ambiental como parte de la documentación técnica solicitada.**

La elaboración de este Plan de sostenibilidad ambiental puede ser realizada por una empresa externa a la organización del evento, siendo este gasto un gasto patrocinable, tal y como se indica en las bases reguladoras del evento.

#### 1. Eventos con presupuesto inferior a 375.000 €

Se debe cumplimentar y seleccionar del Anexo VI, al menos un objetivo de los establecidos para cada línea de actuación (movilidad, energía, agua, compras, infraestructuras y residuos), de manera obligatoria. Si desea añadir más objetivos, simplemente debe duplicar la página de la línea de actuación a la que pertenece dicho objetivo.

Asimismo, para cada objetivo seleccionado, se deberán fijar dos indicadores cuantificables que permitan evaluar el grado de consecución de los objetivos establecidos y las evidencias que se pretenden aportar tras la realización del evento para verificar su cumplimiento.

**Este documento se valorará con una puntuación máxima de 8 puntos, conforme a lo establecido en las bases generales de esta convocatoria y se debe presentar en formato PDF, firmado electrónicamente por el representante de la entidad solicitante.**

#### 2. Eventos con presupuesto igual o superior a 375.000 €

Se debe cumplimentar el Anexo VII, y se valorará con una puntuación máxima de 8 puntos, que se otorgará según el grado de adecuación del plan de sostenibilidad presentado a la información solicitada en dicho anexo.

**Se debe presentar en formato PDF, firmado electrónicamente por el representante de la entidad solicitante.**

## CRITERIOS DE VALORACIÓN OBJETIVA

### 1.- Reporte publicitario.

#### 1.1.1. Medios online.

##### 1.1.1. Web propia del evento disponible en español.

- **¿Qué aspectos deben ser tratados para la valoración de este criterio?**

En el caso de que el evento tenga web propia en idioma español, la persona o entidad interesada tiene que aportar la URL de la web.

**Se define como web propia aquella que se ha creado exclusivamente con la finalidad de proporcionar información a los usuarios sobre el evento en cuestión.**

**Se tendrá en cuenta a la hora de la valoración y asignación de la puntuación, distinguiendo si la web corresponde exclusivamente al proyecto o evento en cuestión, o si no es exclusiva, pero es una que contiene información del evento.**

##### 1.1.2. Web propia del evento disponible en inglés.

En el caso de que el evento tenga web propia en idioma inglés, la persona o entidad interesada **tiene** que aportar la URL de la web.

**Se define como web propia en inglés aquella donde todo el contenido de la misma esté disponible en ese lenguaje.**

**Se tendrá en cuenta a la hora de la valoración y asignación de la puntuación, distinguiendo si la web corresponde exclusivamente al proyecto o evento en cuestión, o si no es exclusiva, pero es una que contiene información del evento.**

##### 1.1.3. Web propia del evento disponible en otros idiomas adicionales al inglés y al español.

En el caso de que el evento tenga web propia en otros idiomas, la persona o entidad interesada tiene que aportar la URL de la web.

**Se define como web propia en otros idiomas aquella donde todo el contenido de la misma esté disponible en ese lenguaje.**

**Se tendrá en cuenta a la hora de la valoración y asignación de la puntuación, distinguiendo si la web corresponde exclusivamente al proyecto o evento en cuestión, o si no es exclusiva, pero es una que contiene información del evento.**

##### 1.1.4. Difusión en RRSS (alcance de las publicaciones regional, nacional e internacional)

Los solicitantes deben aportar **certificado emitido por una o varias de las plataformas de redes sociales** en relación con una publicación, en la que se difunda el evento a celebrar. En este criterio, se tendrá en cuenta el informe anteriormente mencionado para valorar el **alcance** previsto de las publicaciones emitidas para la promoción del evento.



**Definimos como alcance la métrica que identifica el número de usuarios (personas) que han visto una publicación en una red social.**

A modo de ejemplo se facilita una captura de pantalla de la plataforma comercial de META (Facebook e Instagram) de la métrica que se solicita para la valoración



Asimismo, se podrá tener en consideración la acreditación de la contratación de una campaña publicitaria realizada por una entidad externa con el siguiente contenido mínimo:

- ✓ Fecha de ejecución de la campaña.
- ✓ Importe destinado a la misma.
- ✓ Mercado al que se dirige / Segmentación del público objetivo.
- ✓ Plataformas en las que se va a ejecutar dicha campaña.
- ✓ Impresiones a alcanzar por la campaña.

A la misma, se podrá acompañar la documentación que justifique la contratación de la campaña.

### 1.1.5. Publicidad online (impresiones pagadas regionales, nacionales e internacionales)

En este apartado, las entidades susceptibles de patrocinio deberán aportar **un informe expedido por una o varias plataformas de anuncios donde figure la métrica a valorar (y que muestre el retorno o rendimiento de la inversión -ROI- de la publicidad)**, en relación con la previsión de **impresiones** a alcanzar durante la promoción del evento **y el tipo de pieza publicitaria a utilizar.**

**Definimos como impresiones la métrica que identifica el número de veces que una pieza publicitaria es mostrada en una pantalla mientras es visualizada por un usuario. Una impresión es por tanto un impacto publicitario.**

Podrán incluirse en el citado plan todas las impresiones a lanzar en anuncios de búsqueda (SEM), display, publicidad nativa, branded content, email marketing, remarketing, video en pre-roll, mid-roll o post-roll y formatos de naturaleza análoga a los expuestos anteriormente. **\*En este apartado NO se incluyen redes sociales**

A modo de ejemplo se facilita una captura de pantalla de la plataforma de anuncios de GOOGLE ANALYTICS, señalando la métrica que se solicita para la valoración:

Tipo de campaña	CPV medio	CPM medio	Impresiones	Interacciones	Tasa de interacción	Coste medio	Coste
-	-	-	0	0	-	-	0,00 €
-	-	-	0	0	-	-	0,00 €
-	-	-	0	0	-	-	0,00 €
-	-	-	0	0	-	-	0,00 €

Asimismo, se podrá tener en consideración la acreditación de la contratación de una campaña publicitaria realizada por una entidad externa con el siguiente contenido mínimo:

- ✓ Fecha de ejecución de la campaña.
- ✓ Importe destinado a la misma.
- ✓ Mercado al que se dirige / Segmentación del público objetivo.
- ✓ Plataformas en las que se va a ejecutar dicha campaña.
- ✓ Impresiones a alcanzar por la campaña.

### **1.1.6. Brand Content publicado en medios de comunicación online de alcance regional, nacional o internacional**

En este apartado se valorarán como Brand content aquellos artículos y/o menciones en contenidos de carácter informativo (periodismo de marca) cuyo contenido esté directamente relacionado con el evento y que hayan sido publicados en medios de comunicación online. **La difusión y publicación de notas de prensa no se valorará como tal.**

✓ **Ejemplo de actuación concreta:** Contenido en plataformas como Youtube, podcast, influencers o Brand content en un periódico de ámbito nacional.

## **1.2. Medios offline (medios convencionales)**

### **1.2.1.- Difusión en prensa no contemplada en otros apartados (nacional, internacional, canaria). 1 punto.**

Se valorará con un punto la inclusión de uno o varios medios de prensa en el plan de medios, indicando la relación de soportes utilizados.

✓ **Ejemplo de actuación concreta:** Publicación de publicidad en prensa o revistas como faldones

### **1.2.2.- Difusión en radio (nacional, internacional, canaria). 1 punto.**

Se valorará con un punto la inclusión de uno o varios medios de radio difusión en el plan de medios, indicando la relación de emisoras utilizadas para la promoción del evento.

✓ **Ejemplo de actuación concreta:** Difusión de anuncio (cuña) publicitario en un programa de radio.

### **1.2.3.- Difusión en TV (nacional, internacional, canaria).**

Se valorará la inclusión de uno o varios medios televisivos en el plan de medios, mencionando el alcance y medios televisivos empleados.

✓ **Ejemplo de actuación concreta:** Difusión de anuncio (spot) publicitario en televisión.

## **1.3. Acciones de difusión y sensibilización de la sostenibilidad ambiental. 5 puntos**

Los solicitantes deben indicar de manera detallada **las acciones** que se van a llevar a cabo para la difusión de la sostenibilidad ambiental, **el medio y la fase del evento en la que se desarrollará, así como el público objetivo.**

1.3.1.- Publicación de una sección con contenido exclusivo sobre sostenibilidad ambiental, protección y regeneración de ecosistemas en la web propia del evento, con al menos una url.

- ✓ **Ejemplo de actuación concreta:** La web del evento dispone de un apartado donde se exponen las medidas de sostenibilidad llevadas a cabo por la misma durante la celebración de este o la certificación de sello medioambiental (norma ISO) de la empresa organizadora.

✓

1.3.2.- Proyección de contenidos sobre sostenibilidad ambiental, protección y regeneración de ecosistemas durante la celebración del evento (contenido audiovisual y/o fotográfico en soporte digital).

- ✓ **Ejemplo de actuación concreta:** En un evento, dar un espacio preeminente a la visualización de vídeos que promuevan la concienciación medioambiental en los asistentes.

1.3.3.- Publicación de contenidos sobre sostenibilidad ambiental, protección y regeneración de ecosistemas en otros medios digitales del evento como pueden ser redes sociales o publicidad digital.

- ✓ **Ejemplo de actuación concreta:** Las redes sociales del evento difunden mensajes en relación con la protección del medioambiente y respetuosos con los recursos naturales del destino turístico Islas Canarias, en relación con las actividades propuestas.

## **2.- Proyección y consolidación del evento.**

La entidad solicitante debe indicar las ediciones celebradas del evento hasta la fecha de presentación de su solicitud y bajo la misma marca o denominación, así como el número de asistentes al evento, incluyéndose asistentes y participantes.

### **2.1.- Trayectoria del proyecto**

### **2.2.- Número de asistentes al evento**

### **2.3.- Ejecución del evento en distintas islas.**

### **2.4.- Ejecución del evento en islas no capitalinas.**

**Solo se valorará este apartado siempre que se especifique la isla y el municipio en el que se desarrollará el evento.**

## **3.- Financiación, viabilidad económica e impacto generado por el evento**

La memoria económica debe ser cumplimentada en base al presupuesto estimado para el evento, señalando el importe total destinado a publicidad, promoción y difusión del evento, así como las aportaciones económicas propias y vinculadas a otras entidades privadas.

### **3.1.- En el marco de presupuesto de gastos del evento presentado, se valorará la inversión publicitaria por encima de los mínimos establecidos.**

### 3.2.- Impacto económico a generar por el evento.

Para la valoración de este criterio, deberá remitirse un **informe emitido por una empresa externa sobre el impacto económico que se espera generar durante la celebración del evento.**

### 3.1.- Aportación entidades privadas

**Se valorará positivamente la relación/enumeración de dichas entidades y su aportación al evento.**

### 3.3.- Aportación propia

**Solo se valorará este apartado siempre que se especifique en que consiste dicha aportación y su traslación económica.**

## 12. ¿QUÉ ANEXOS DEBO CUMPLIMENTAR PARA LA VALORACIÓN DE CADA CRITERIO?

### ¿QUÉ DOCUMENTO DEBO REMITIR PARA LA JUSTIFICACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LAS ACCIONES LLEVADAS A CABO?

**Revisar el contenido de las tablas anexas**

Criterio de valoración objetiva	¿Qué anexo debo cumplimentar para su valoración?	¿Cómo acredito el cumplimiento durante la justificación?
Definición y descripción del evento, y sus actividades y calendario.	Memoria Descriptiva <a href="#">(Anexo II)</a>	Memoria de actuación justificativa elaborada por el solicitante
Incorporación de otros sectores relacionados que conforman la cadena de valor turística: contratación de empresas locales.		Relación que contenga: nombre de la empresa, CIF y actividad realizada.
Carácter innovador del evento.		Memoria de actuación justificativa elaborada por el solicitante.
Dimensión social del evento en relación con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) y la agenda Canaria 2030.	Plan previo e inicial de sostenibilidad ambiental del evento <a href="#">(Anexo VI)</a> – <a href="#">(Anexo VII)</a>	<375.000 €: Facturas, albaranes, fotos o demás documentación que acredite el cumplimiento del plan inicial de sostenibilidad.
Plan previo e inicial de sostenibilidad ambiental del evento		= o >375.000 €: Informe externo certificado sobre el cumplimiento del plan inicial de sostenibilidad ambiental + cálculo de la huella de carbono derivada de la celebración del evento

Criterio de valoración objetiva	¿Qué anexo debo cumplimentar para su valoración?	¿Cómo acredito el cumplimiento durante la justificación?	
Web propia del evento disponible en español / inglés / en otros idiomas	Plan de Medios y Acciones Publicitarias ( <a href="#">Anexo V</a> ) y la Memoria de Retorno Publicitario ( <a href="#">Anexo IV</a> )	Informe ROI	
Difusión en RRSS (alcance de las publicaciones regional, nacional e internacional)			
Publicidad online (impresiones pagadas regionales, nacionales e internacionales)			
Brand Content publicado en medios online de alcance regional, nacional o internacional			
Difusión en prensa / radio / TV			
Acciones de difusión y sensibilización de la sostenibilidad ambiental.		Memoria de actuación justificativa elaborada por el solicitante (aportando una relación de dichos contenidos, incluyendo una captura de pantalla de cada uno y, si fuese el caso, la url donde pueda consultarse el mismo de manera online.)	
Trayectoria del proyecto		Memoria Descriptiva ( <a href="#">Anexo II</a> )	Memoria de actuación justificativa elaborada por el solicitante (carteles de ediciones anteriores, aforo del lugar elegido, etc.)
Número de asistentes al evento (se incluyen público asistente y participantes)			
Ejecución del evento en distintas islas			
Ejecución del evento en islas no capitalinas			
En el marco de presupuesto de gastos del evento presentado, se valorará la inversión publicitaria por encima de los mínimos establecidos.	Memoria Económica ( <a href="#">Anexo III</a> ) e Informe externo sobre la repercusión económico a generar por el evento.	Cuenta justificativa e informe externo en relación con el impacto económico generado por el evento.	
Impacto económico a generar por el evento			
Aportación entidades privadas			
Aportación propia			

### 13. PRINCIPALES OBLIGACIONES DEL PATROCINADO

- ✓ El patrocinado deberá garantizar **el retorno publicitario** de la marca Islas Canarias y colaborar en la publicidad de los fondos que financian esta convocatoria, así como de la sociedad mercantil pública convocante Promotur Turismo Canarias, S.A.. Todo ello mediante la presencia de los logotipos publicados en la convocatoria **en las acciones de comunicación, publicidad y marketing previstas para el evento.**

**Se debe garantizar el retorno publicitario de la marca y de los fondos.**

- ✓ 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 **con al menos dos meses de antelación a la celebración del evento** y a la dirección de correo electrónico [agenda@turismodecanarias.com](mailto: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.**
- **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.

**Se debe garantizar el retorno publicitario a través de la agenda de la web promocional de la marca Islas Canarias.**

[agenda@turismodecanarias.com](mailto:agenda@turismodecanarias.com)

- ✓ Dentro del plazo de **siete días naturales** desde el siguiente a aquel en el que finalice el evento/ actividad objeto de patrocinio, deberá remitirse a la dirección de correo electrónico [brandcentre@turismodecanarias.com](mailto:brandcentre@turismodecanarias.com) un paquete de imágenes promocionales, con un mínimo de cuatro (4) archivos fotográficos y un máximo de seis (6) que cumpla con las condiciones recogidas en la Base 20.4. de la presente convocatoria.
- ✓ **Se debe garantizar un paquete de imágenes promocionales para el Brand Center.**  
[brandcentre@turismodecanarias.com](mailto:brandcentre@turismodecanarias.com)

Resulta obligatorio que el patrocinado informe 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 debería enviar la información de las distintas convocatorias de actos, con tiempo de antelación suficiente para facilitar la necesaria coordinación a la siguiente dirección: [comunicacioncorporativa@turismodecanarias.com](mailto:comunicacioncorporativa@turismodecanarias.com)

**Se debe garantizar el retorno publicitario a través acciones relativas a los medios de comunicación.**

[comunicacioncorporativa@turismodecanarias.com](mailto:comunicacioncorporativa@turismodecanarias.com)

#### 14. POSIBLES FAQ's

o **¿Se admite la solicitud de manera presencial?**

No, sólo podrán presentar la solicitud a través del aplicativo que encontrará en el siguiente enlace:

<https://turismodeislascanarias.com/es/patrocinos-publicas-2024/?lang=es>

o **¿Qué documentos deben ser firmados por el representante de la entidad?**

Todos los Anexos remitidos por los solicitantes deberán ser firmados por la persona designada como representante, utilizando los sistemas de firma electrónica habilitados al efecto.

o **¿A través de qué medio debe ser presentada la documentación?**

La documentación debe ser presentada únicamente a través del aplicativo que encontrará en la web <https://turismodeislascanarias.com/es/patrocinos-publicas-2024/?lang=es> Los requerimientos efectuados por medios electrónicos deben ser atendidos también a través del aplicativo.

o **¿Se debe comunicar formalmente la reformulación presupuestaria, los cambios de fechas en la celebración del evento o la renuncia del patrocinio?**

Todos estos aspectos deben ser comunicados previamente por correo electrónico a través de la dirección de correo electrónico [patrocinioseventosturisticos@turismodecanarias.com](mailto:patrocinioseventosturisticos@turismodecanarias.com), además de remitir una comunicación formal en los términos establecidos en las bases de la convocatoria y a través del aplicativo dispuesto en la web.

o **¿Cuántas solicitudes puedo presentar?**

Cada entidad interesada podrá presentar a esta convocatoria un máximo de dos (2) solicitudes referidas a dos (2) eventos distintos, de **la forma estipulada en la base 17.1. de la presente convocatoria.**

o **¿Qué requisitos mínimos deben cumplir los eventos?**

Los requisitos que deben cumplir los eventos objeto de patrocinios están recogidos en la **Base 5.2** de las que regulan la presente convocatoria.

o **¿Qué gastos son patrocinables?**

Puede consultar el conjunto de gastos patrocinables en el **apartado 13.1. de las bases que regulan la presente convocatoria de patrocinios.**

o **¿Cuándo comienza el plazo para la justificación del evento patrocinado?**

El plazo para la presentación de la justificación del evento patrocinado será, de forma improrrogable y como máximo, de un mes a contar desde la finalización de este, o en todo caso, en los quince días siguientes a la formalización del convenio o contrato de patrocinio.

o ¿Qué gastos están limitados?

Los gastos de personal fijo podrán imputarse como gastos patrocinables hasta un **8%** de la cuantía del patrocinio.

## 14. CORREO ELECTRÓNICO DE CONTACTO

- ✓ Puede dirigir sus consultas a la dirección de correo electrónico:  
[patrocinioseventosturisticos@turismodecanarias.com](mailto:patrocinioseventosturisticos@turismodecanarias.com)
- ✓ Cualquier cuestión referente a la elaboración de las **memorias vinculadas al área de sostenibilidad ambiental**, puede dirigirse al siguiente correo electrónico  
[sostenibilidad@canariasdestino.com](mailto:sostenibilidad@canariasdestino.com)



