

CONTRATO PARA EL PATROCINIO DEL EVENTO “XLII COPA S.M. LA REINA DE BALONMANO”

EAJ 0112/21NSP

DENTRO DEL MARCO DE LA CONVOCATORIA PARA LA CONCESIÓN DE PATROCINIOS, CON ENTIDADES PRIVADAS PARA EVENTOS PRESENCIALES QUE GENEREN UN RETORNO PUBLICITARIO EN EL PROCESO DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA EN EL ARCHIPIÉLAGO CANARIO

REUNIDOS

DE UNA PARTE:

D^a. YAIZA CASTILLA HERRERA, mayor de edad, con N.I.F. **43.830.106H**, en su calidad de Consejera Delegada de la entidad **PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.**, con CIF número **A- 35.845.593**, y con domicilio social y a efectos de notificaciones en la calle **Eduardo Benot, 35, bajo, C.P. 35008**, en **Las Palmas de Gran Canaria** y dirección de correo electrónico **asesoriajuridica@turismodecanarias.com**, en virtud de las facultades conferidas en escritura con número de protocolo **1813** otorgada ante Notario de la ciudad de **Las Palmas de Gran Canaria, D. Guillermo Croissier Naranjo** con fecha de **17 de octubre de 2019**, en la misma ciudad e inscrita con fecha de **03 de diciembre de 2019**, con los siguientes datos registrales: Tomo **2119**, Libro **0**, Folio **156**, Hoja: **GC34913** Inscripción **39^a**. (de ahora en adelante **PROMOTUR**).

DE OTRA PARTE, D. ANTONIO JESÚS MORENO GONZÁLEZ, en representación del CLUB DEPORTIVO BALONMANO REMUDAS ISLA DE GRAN CANARIA provista de C.I.F. G35051739 y domicilio a efectos de notificaciones que puedan dimanar del presente contrato en Calle Mesonero Romano s/n 35200 Telde, Gran Canaria, según se acredita en el Registro de entidades deportivas de Canarias, con n^o REDC: 174-1679/85^a de fecha 02 de enero de 1985, en adelante **“EL PATROCINADO”**;

Reconociéndose ambas partes respectivamente competencia y capacidad legal suficientes e interviniendo cada una de ellas en la representación que ostentan, acuerdan otorgar el presente CONTRATO DE PATROCINIO, cuyos antecedentes y cláusulas son:

ANTECEDENTES

I.- LA ENTIDAD CONRATANTE es una sociedad mercantil pública adscrita a la Consejería de Turismo, Industria y Comercio del Gobierno de Canarias que tiene la condición de medio propio y servicio técnico instrumental de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias, y tiene por objeto social, según el artículo 5 de sus vigentes Estatutos

FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL

sociales, las actividades relacionadas con el estudio, promoción, fomento, difusión y comercialización de los distintos productos y servicios turísticos de Canarias y potenciación de la oferta turística del archipiélago.

II. - En virtud de Resolución de la Consejera Delegada de Promotur Turismo Canarias, S.A, de 22 de Febrero de 2021, se aprueba y promueve la Convocatoria para la concesión de patrocinios, destinados a entidades privadas, de eventos presenciales, de diversa índole celebrados en el ámbito territorial de las Islas Canarias que generen un retorno publicitario en el proceso de dinamización turística en el Archipiélago Canario, cuyos objetivos se enmarcan dentro de la actividad social de la mercantil pública y se alinea con la estrategia genérica de la marca “Turismo de Islas Canarias” en cuanto al patrocinio de acciones de estas características.

III.- Una vez resueltos o adjudicados los patrocinios por Resolución de la Consejera Delegada de fecha de 17 de junio de 2021, y resultando que el evento denominado “XLII Copa S.M La Reina de Balonmano” que se desarrolla por la entidad citada es susceptible de patrocinio, como se constata en Anexo II a dicha Resolución; se procede a la instrumentalización y formalización del mismo con arreglo a lo dispuesto en la cláusula 12.4 de las Bases que regulan la antedicha convocatoria, y cumpliendo al efecto los trámites procedimentales exigidos, de conformidad con la normativa de aplicación, resultando que obra en el expediente la Memoria justificativa de necesidad e idoneidad del patrocinio, el Informe que acredita la existencia de financiación para el mismo y las Condiciones de Contratación.

IV. - El presente patrocinio se efectúa con cargo a la dotación presupuestaria destinada a la antedicha convocatoria que asciende a la cantidad total de SETECIENTOS SESENTA MIL EUROS (760.000,00 euros) y que está contemplada en las siguientes aportaciones que recibe Promotur Canarias S.A.:

- 50,66% de la dotación (385.000 euros) “Desarrollo de la actividad Promocional” por Orden de la Consejera de Turismo, Industria y Comercio de la Comunidad Autónoma de Canarias para y previa aprobación del gasto afecto a dicha contratación en informe del Departamento de Planificación y Control Financiero de Promotur Turismo Canarias, S.A.

- 49,34% de la dotación (375.000 euros) a través del convenio por el que se determinan las condiciones de concesión de una subvención nominativa de la Secretaría de Estado de Turismo (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo) a la Comunidad Autónoma de Canarias, prevista en el Real Decreto-Ley 12/2019, de 11 de octubre (BOE 12/0/2019), por el que se adoptan medidas urgentes para paliar los efectos de apertura de procedimientos de insolvencia del grupo empresarial “Thomas Cook”, publicado en el Boletín Oficial de Canarias de 19 de febrero de 2020.

CLÁUSULAS

PRIMERA. - OBJETO.

El objeto del contrato es el patrocinio del evento “XLII Copa S.M La Reina de Balonmano” a celebrar el mes de mayo en la isla de Gran Canaria.

El PATROCINADO, además de lo estipulado en este contrato, deberá cumplir fielmente con lo establecido en los siguientes documentos, que forman parte del contrato e integran el contenido obligacional del mismo:

(i) El **Pliego de Condiciones Administrativas Particulares**, que se adhiere al presente Contrato.

(ii) El **Pliego de Prescripciones Técnicas**, que también se incorpora a este contrato.

(iii) Las **Memorias y Anexos** presentadas por el PATROCINADO y anexadas igualmente al presente contrato: Anexo II. Dichas Memorias y anexos comprometen a dicho PATROCINADO a su cumplimiento en todas y cada una de las condiciones y especificaciones de carácter económico y técnico detalladas, y durante toda la vigencia del contrato.

SEGUNDA. - NORMATIVA APLICABLE

Las partes prestan su conformidad al Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares y al de Prescripciones Técnicas que se incorporan como parte integrante del presente contrato y a las cláusulas contenidas en el mismo, y en las Bases reguladores de la convocatoria de la que deviene el presente contrato y para cuanto no se encuentre expresamente previsto, se atienen a las disposiciones contenidas en la Ley de Contratos del Sector Público (LCSP), al Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas (RGLCSP), en tanto continúe vigente y sea de aplicación, y a las demás disposiciones reglamentarias de desarrollo, y así, las dictadas por la Comunidad Autónoma de Canarias en el marco de sus respectivas competencias, y supletoriamente, las restantes normas de derecho administrativo así como, en su caso, las normas de derecho privado, y particularmente, las reglas generales de Código Civil, sin perjuicio del resto de normativa privada que resulte de aplicación por razón de materia y sujeto.

Las referencias aquí realizadas a cualquier normal legal o reglamentaria, o disposición de las mismas, deben entenderse realizadas a las normas o preceptos que puedan modificarlas o sustituirlas en el futuro.

TERCERA. - PRECIO Y FORMA DE PAGO

El PATROCINADOR se compromete a abonar al PATROCINADO la cantidad de VEINTIOCHO MIL QUINIENTOS NOVENTA Y OCHO EUROS CON TRECE CÉNTIMOS DE EUROS (28.598,13 €), más el 7% en concepto de IGIC, resultando un total de (30.600,00 €).

En esta contraprestación económica se incluyen aquellos conceptos establecidos en el objeto del contrato, particularmente, los gastos susceptibles de patrocinio y establecidos en la Base 9 de las Bases reguladoras de la convocatoria de la que deviene este patrocinio, y en el Pliego de cláusulas

administrativas según lo expuesto en la cláusula 22 sobre “Gastos patrocinables y abonos al contratista”.

Cualquier otro tipo de impuestos, tasas, arbitrios distintos de la imposición indirecta que se ocasione con motivo del desarrollo del objeto del presente contrato quedan incluidos en el precio del contrato, por lo que el PATROCINADO no tendrá derecho a ninguna cantidad adicional a la pactada en este contrato.

El abono de la contraprestación económica por el patrocinio se realizará en la forma señalada en la Cláusula núm. 15 de las Bases reguladoras de la Convocatoria y con sujeción, en todo caso, a la previa justificación a través de la documentación contenida en las Cláusulas núm. 14 de dichas Bases y núm. 23 del Pliego de cláusulas administrativas, y la emisión de factura de acuerdo con la normativa aplicable al efecto, de acuerdo con los plazos previstos en la normativa que resulta de aplicación y previo informe favorable o conformidad de los Servicios que reciben o supervisen el expediente de patrocinio, o en su caso, del designado por el órgano de contratación como responsable del mismo.

La justificación documental deberá estar estrictamente vinculada con los gastos considerados patrocinables, según la Cláusula núm. 9 de las Bases reguladoras de la convocatoria, entendiéndose por tales aquellos que de manera inequívoca respondan a la naturaleza de la actividad y se realicen desde el 01 de abril de 2021 hasta treinta (30) días naturales después de la fecha de finalización de la actividad patrocinada.

El patrocinado, previa solicitud presentada por escrito formal podrá presentar una única certificación parcial por un máximo del 50% del patrocinio concedido, dentro del plazo de cinco (5) días naturales a la formalización del presente Contrato. La justificación parcial se condicionará, de acuerdo con lo anteriormente indicado, a la presentación de la justificación documental indicada en las citadas Cláusulas núm. 14 de las Bases reguladoras de la convocatoria y núm. 23 del Pliego. En el caso de que el patrocinado no presentase la certificación parcial indicada, se procederá al pago total del patrocinio concedido al término de la realización de la actividad, bajo la modalidad de abono, previa justificación en plazo y forma indicada antes señalada.

El patrocinado deberá presentar las facturas, en virtud de la disposición adicional trigésima segunda de la LCSP, en el registro de la entidad patrocinadora en las Oficinas de las Palmas de Gran Canaria, o en las oficinas de Santa Cruz de Tenerife, en los términos establecidos en la normativa vigente aplicable, sin perjuicio de que por la entidad patrocinadora, en cumplimiento de los principios de celeridad y simplicidad administrativa, se admita la remisión de la factura y/o facturas correspondientes por medios electrónicos.

Si la documentación justificativa a que hace referencia las Cláusulas núm. 14 de las Bases reguladoras de la convocatoria y núm. 23 de este Pliego se ha recibido de conformidad, la entidad patrocinadora deberá abonarla dentro del plazo legalmente establecido siguiente a la fecha del acto de conformidad de la factura. Si el patrocinado incumpliera el plazo fijado legalmente para la presentación de la factura, o, llegado a la unidad o departamento correspondiente en estas funciones, se indicará la devolución de dicha factura por no reunir los requisitos exigidos, el plazo

para efectuar el abono se contará desde la fecha de la correcta presentación de la factura, previa conformidad por la unidad tramitadora.

En caso de demora por la entidad patrocinadora en el pago del precio, ésta deberá abonar al patrocinado, a partir del cumplimiento de los plazos señalados, los intereses de demora y la indemnización por los costes de cobro en los términos previstos en la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales.

Entregada y revisada la documentación, y/o cumplido el trámite de subsanación, el PATROCINADOR procederá al pago de la contraprestación económica del patrocinio. No obstante, **la ausencia de justificación total, 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 proyecto.**

En caso de que una vez recibida la justificación del evento en los términos aprobados en la base 14 de la convocatoria, dicho evento deviniera en una baja ejecución presupuestaria, el importe del patrocinio se adaptará teniendo en consideración las condiciones establecidas en las bases reguladoras de la convocatoria y principalmente, los criterios para la obtención de la puntuación y porcentaje de patrocinio respecto al presupuesto ejecutado.

El pago se realizará mediante **transferencia bancaria** al número de cuenta que figure en la memoria o documentación técnica presentada para el patrocinio y/o, en su caso, el Certificado de Titularidad bancaria que se le exija, que será en todo caso titularidad del patrocinado.

Entregada y revisada la documentación, y/o cumplido el trámite de subsanación, el PATROCINADOR procederá al pago de la contraprestación económica del patrocinio. No obstante, **la ausencia de justificación total, 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 proyecto.**

CUARTA. - EJECUCION

El plazo de ejecución de los eventos es entre el 1 de abril y el 30 de junio de 2021 conforme a lo establecido en la Base 7 de la convocatoria.

No se admite prórroga en virtud del artículo 29.8 de la LCSP.

La vigencia del presente contrato será desde el día de su firma hasta la finalización de los torneos deportivos objeto de patrocinio, y como máximo, de un (1) mes, sin que se admita prórroga.

QUINTA. - OBLIGACIONES DE LAS PARTES

Las partes se comprometen al cumplimiento de las obligaciones respectivas que se derivan del presente contrato:

V.1. - EL PATROCINADO se obliga, además de las obligaciones establecidas en las Bases reguladoras de la Convocatoria, en los Pliegos, así como las que devengan de las memorias y anexos presentados, a:

- Colaborar en la publicidad del patrocinador del Gobierno de Canarias y de 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. En el caso de la inclusión del logotipo o imagen institucional del Gobierno de Canarias, se deberán seguir las instrucciones indicadas en el Manual de Identidad Corporativa del Gobierno de Canarias. Para la publicidad de Promotur Turismo Canarias S. A, a través de la incorporación de su imagen o logotipos institucionales se empleará su marca “Turismo de Islas Canarias”.

Los logotipos, marcas, imágenes y anagramas que el patrocinado debe insertar en toda la publicidad generada estarán disponibles en la página web corporativa de la entidad convocante.

Además, la entidad beneficiaria dará la adecuada publicidad al carácter público de la financiación haciéndose constar que es un proyecto financiado por la Secretaría de Estado de Turismo (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo), en el marco del Convenio por el que se determinan las condiciones de concesión de una subvención nominativa a la Comunidad Autónoma de Canarias, prevista en el Real Decreto-Ley 12/2019, de 11 de octubre (BOE 12/10/2019), por el que se adoptan medidas urgentes para paliar los efectos de la apertura de procedimientos de insolvencia del grupo empresarial “Thomas Cook”, publicado en el Boletín Oficial de Canarias de 19 de febrero de 2020, incluyendo su imagen institucional.

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 del 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. A este respecto, el patrocinado deberá indicar en el Plan de Medios o Comunicación que presente con las solicitudes de 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

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 mismo y sean de titularidad del patrocinador.

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

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

Al objeto de incluir el evento patrocinado en la agenda de la web promocional de la marca Islas Canarias (<https://holaislascanarias.com/agenda/>), los responsables del mismo deben enviar a la dirección de correo electrónico que se les facilite al efecto 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, con una extensión entre 80-100 palabras y traducido al menos obligatoriamente el español y el inglés.
- Coordenadas del lugar de celebración del evento para posibilitar su geolocalización.
- Página web del evento.

Para que el evento patrocinado sea publicado en la mencionada agenda, los responsables del mismo deben enviar toda la información anteriormente detallada con la suficiente antelación.

- Realizar la actividad y/o proyecto presentado, tal y como se ha previsto en este documento, en el lugar y fecha señalado, salvo la concurrencia de causas de fuerza mayor no imputables al patrocinado; aplicando la diligencia específica que corresponda a los usos profesionales del sector de su actividad.

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 todos los casos, que dicho evento se celebra en las Islas Canarias.

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

Los responsables del evento patrocinado deben proporcionar varias fotografías del mismo, cuyo destino es el archivo fotográfico de Promotur que se aloja en el Brand Centre de las Islas Canarias (<https://brandcentre.hellocanaryislands.com/>), al cual deberán acceder los propios responsables del evento para incluir dichas imágenes.

Todos estos recursos gráficos, y/o audiovisuales si los hubiera, deberán estar acompañados de sus respectivos documentos que acrediten la cesión de los derechos de la propiedad intelectual por parte del autor de las fotografías, o de cualquier otro material gráfico y/o audiovisual, a Promotur Turismo Canarias S.A., y cuyo fin es la promoción turística de la marca Islas Canarias y/o del mismo evento. Igualmente, se deberá incluir, en su caso, la cesión de derechos de imagen de todas las personas que aparezcan en cualquiera de estos recursos gráficos y audiovisuales.

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

-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.

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

-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.

-Cumplir con la normativa de prevención de riesgos laborales 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 otro 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 toda responsabilidad y/o reclamación.

-Cumplir, en su caso y si procede, con las disposiciones del texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual 1/1996, de 12 de abril, modificada por la Ley 2/2019, de 1 de marzo, y a estos efectos, contar con la preceptiva autorización de la Fundación SGAE en lo relativo a la reproducción y comunicación pública de las obras si, en su caso, están incorporados a su actividad, eximiendo al

patrocinado de toda responsabilidad por las posibles acciones civiles y penales que pudieran emprenderse debido a su incumplimiento.

V.2- EL PATROCINADOR se obliga a

-Abonar al PATROCINADO la cantidad estipulada en la Cláusula Tercera del contrato, previo cumplimiento de las condiciones y requisitos de justificación por parte del PATROCINADO en ella referido.

SEXTA. -MODIFICACIÓN

Podrán llevarse a cabo modificaciones del contenido de las Cláusulas en el presente Contrato cuando concurra alguna de las circunstancias a que se refiere el apartado 2 del artículo 205 de la LCSP, siempre y cuando no alteren las condiciones esenciales de la licitación y adjudicación del contrato y debiendo limitarse a introducir las variaciones estrictamente indispensables para atender la causa objetiva que las haga necesarias.

Estas modificaciones deberán ser acordadas por el órgano de contratación, siendo obligatorias para el PATROCINADO cuando impliquen, aislada o conjuntamente, una alteración en su cuantía que no exceda del 20 por ciento del precio inicial del contrato, IGIC excluido. Cuando, de acuerdo con lo anteriormente señalado, la modificación no resulte obligatoria para el contratista, la misma solo será acordada por el órgano de contratación previa conformidad por escrito del mismo, resolviéndose el contrato, en caso contrario, de conformidad con lo establecido en la letra g) del apartado 1 del artículo 211.

Las modificaciones deberán ser realizadas necesariamente por escrito y firmadas por ambas partes, con arreglo a los cauces esenciales señalados en el artículo 191 y observando las especialidades procedimentales del artículo 207.2, ambos de la LCSP/2017; careciendo de toda validez hasta que no se cumplan estos requisitos.

SÉPTIMA. - SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL OBJETO DE CONTRATO.

El seguimiento y control del objeto de contrato se realizará por el responsable del contrato (Dº Juan Armas Puentes, Director del Departamento de Proyectos de Relaciones Institucionales y de Servicios Generales de la entidad patrocinadora) que será responsable de la supervisión y seguimiento en la ejecución del patrocinio, así como de dictar las instrucciones que se estimen oportunas para el correcto cumplimiento de las obligaciones derivadas del mismo, sin perjuicio del resto de facultades y actuaciones atribuidas en virtud de la Cláusula núm. 9 del Pliego de Prescripciones Técnicas que rige este contrato.

Asimismo, EL PATROCINADO designa como coordinador del contrato a los efectos del presente patrocinio al suscribiente del mismo o al que éste delegue, a efectos de canalizar la comunicación y facilitar los trabajos de seguimiento del responsable del contrato designado por

la entidad patrocinadora, así como realizar cuantas actuaciones resulten necesarias a este respecto.

OCTAVA. - CAUSAS DE EXTINCIÓN Y PÉRDIDA DEL PATROCINIO

Serán causas de extinción del contrato y, en su caso, pérdida del derecho al cobro del patrocinio las previstas en la Base 16 de las Bases reguladoras de la convocatoria de la que deviene este contrato, así como lo establecido en la Cláusula Quinta de este Contrato en cuanto a la ausencia de la presentación de la justificación preceptiva o resistencia, excusa, obstrucción o negativa a las actuaciones de comprobación y control financiero; y para lo que se instará el procedimiento que se señala en la Base 16 bis de dichas Bases que rigen la mentada convocatoria.

El incumplimiento parcial o cumplimiento defectuoso, será penalizado de acuerdo con lo previsto en la citada Base núm. 24 del Pliego que rige el presente contrato.

NOVENA. - PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

En cumplimiento 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 (RGPD), adaptado 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 contrato, así como los que se generen con motivo de la relación contractual 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 se comprometen, especialmente, a no ceder a terceros los datos mencionados 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.

Cualquiera de las partes 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 a las direcciones arriba indicadas.

Sin perjuicio de lo anterior, los datos personales que durante la vigencia del presente contrato sean recogidos por las entidades firmantes del presente documento, 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.

DÉCIMA. - AUTORIZACION DEL USO DE LOS DERECHOS DE IMAGEN

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 deberá hacer entrega, conjuntamente con la documentación justificativa, de las autorizaciones, contratos, acuerdos o cesiones de derecho debidamente firmadas por los asistentes, colaboradores, participantes o cualesquiera otros intervinientes en el evento que se patrocina, con la finalidad de tener prueba documental y fehaciente del cumplimiento de lo establecido en esta cláusula.

El PATROCINADO proporcionará varias fotografías del evento, cuyo destino es el archivo fotográfico de Promotur que se aloja en el Brand Centre de las Islas Canarias (<https://brandcentre.hellocanaryislands.com/>), al cual deberán acceder los propios responsables del evento para incluir dichas imágenes.

Todos estos recursos gráficos, y/o audiovisuales si los hubiera, deberán estar acompañados de sus respectivos documentos que acrediten la cesión de los derechos de imagen por parte del autor de las fotografías, o de cualquier otro material gráfico y/o audiovisual, a Promotur Turismo Canarias S.A., y cuyo fin es la promoción turística de la marca Islas Canarias y/o del mismo evento. Igualmente, se deberá incluir, en su caso, la cesión de derechos de imagen de todas las personas que aparezcan en cualquiera de estos recursos gráficos y audiovisuales.

DÉCIMO SEGUNDA. - RESPONSABILIDAD DEL PATROCINADO

El PATROCINADO será directamente responsable de los daños causados a personas y cosas en las actividades integrantes del proyecto y/o proyecto desarrollado, y en concreto de los daños producidos por los soportes y elementos utilizados para la publicidad, con exención de los supuestos de responsabilidad frente a terceros no imputables a los mismos como consecuencia de la legislación específica aplicable o en supuestos de fuerza mayor.

EL PATROCINADOR queda exonerado de cualquier responsabilidad, directa, indirecta o subsidiaria que pudiera derivarse con motivo del desarrollo del objeto del presente contrato por lo que se refiere a las actuaciones que sean imputables a la otra parte.

DÉCIMO TERCERA. - DECLARACIÓN RESPONSABLE

El PATROCINADO acredita su solvencia económica y profesional al objeto del contrato y declara de forma expresa que se encuentra al corriente en todas sus obligaciones de carácter fiscal, laboral y de seguridad social y que dispone de los certificados y documentación pertinente, así como de todas las autorizaciones, seguros y permisos legales vigentes para la realización del proyecto, eximiendo al PATROCINADOR de las posibles penalizaciones que pudieran surgir de no cumplir con dichas exigencias.

DÉCIMO CUARTA. - INTEGRIDAD DEL CONTRATO

Si alguna de las cláusulas del presente contrato fuere declarada nula o inaplicable, dicha cláusula se considerará excluida del contrato, sin que implique la nulidad del mismo. En este caso las partes harán cuanto esté a su alcance para encontrar una solución equivalente que sea válida y que refleje debidamente sus intenciones.

DÉCIMO QUINTA. - NOTIFICACIONES.

Toda notificación que pueda o deba hacerse conforme este contrato, se hará por cualquier medio que permita dejar constancia de envío, de su recepción efectiva y de su contenido, con preferencia a los medios electrónicos y específicamente a través del Portal de Licitación Electrónica de PROMOTUR.

Tales notificaciones se dirigirán a las señas indicadas en el citado **Portal de Licitación Electrónica** y, en caso de no ser posible, las establecidas en el encabezamiento de este contrato o a los nuevos domicilios que se notifiquen las partes, de manera fehaciente, conforme al párrafo anterior.

Mientras una parte no haya notificado dichos cambios conforme a lo indicado anteriormente, se tendrán por válidas las notificaciones practicadas con arreglo a estas normas y hechas a las señas, direcciones y a las personas de contacto indicadas en el Portal y, en su caso, en el presente contrato.

DÉCIMO SEXTA. - JURISDICCIÓN COMPETENTE

Las partes acuerdan someterse expresamente, para la resolución de todas las cuestiones litigiosas que pudieran surgir respecto a la preparación y adjudicación del presente contrato, como respecto a la interpretación, modificación, resolución y efectos de éste, a la competencia de los Juzgados y Tribunales de Las Palmas de Gran Canaria y según el orden jurisdiccional que deba ser concedor,

con renuncia a cualquier otro foro general o especial que pudiera corresponderles, sin perjuicio de que por las partes se acuerde la resolución de estas controversias por medios extrajudiciales.

Y en prueba de conformidad y aceptación de todo lo establecido, ambas partes firman el presente contrato a un solo efecto en la fecha que consta en su respectiva firma digital.

EL PATROCINADOR

Fdo.: D^a Yaiza Castilla Herrera

EL PATROCINADO

Fdo.: D. Antonio Jesús Moreno González

PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.

PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES QUE HA DE REGIR EL PATROCINIO DEL EVENTO “XLII COPA S.M. LA REINA DE BALONMANO”

Expte.: 0112/2021

Tipo de Tramitación: Ordinaria (art. 116 LCSP/2017)

Tipo de Procedimiento: Negociado sin publicidad en su modalidad de exclusividad (art. 168. Letra a) 2º LCSP/2017)

ANEXO I

PLIEGO DE CLÁUSULAS ADMINISTRATIVAS PARTICULARES QUE HAN DE REGIR EL PATROCINIO DE “XLII COPA S.M. LA REINA DE BALONMANO”, TRAMITADO Y ADJUDICADO MEDIANTE PROCEDIMIENTO NEGOCIADO SIN PUBLICIDAD EN SU MODALIDAD DE EXCLUSIVIDAD POR PROTECCIÓN DE DERECHOS EXCLUSIVOS.

I

DISPOSICIONES GENERALES

1.- OBJETO DEL CONTRATO (arts.17, 28, 99, 123, 124 y D.A Cuarta 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 (LCSP)

1.1.- El objeto del contrato es el patrocinio del evento denominada “XLII Copa S.M. La Reina de Balonmano”, que deviene de la **Convocatoria para la concesión de patrocinios, destinados a entidades privadas, de eventos presenciales, de diversa índole celebrados en el ámbito territorial de las Islas Canarias que generen un retorno publicitario en el proceso de dinamización turística en el Archipiélago Canario (01 de abril-30 de junio de 2021)**, aprobada en virtud de Resolución de la Consejera Delegada de Promotur Turismo Canarias, S.A, de 22 de febrero de 2021, y así, a razón de lo dispuesto en la Cláusula núm. 12.4 de las Bases reguladoras de esta convocatoria, resultando preceptivo la tramitación de expediente de contratación para formalizar el patrocinio.

Dado que objetivamente solo existe una entidad que pueda encargarse de la ejecución del evento objeto de patrocinio, siendo en este caso “CLUB DEPORTIVO BALONMANO REMUDAS ISLA DE GRAN CANARIA” (en adelante, nombrado como “el/ la licitador” o “el/la licitador” del procedimiento, en fase de preparación y adjudicación; y como “el/la patrocinado/a”, en fase de ejecución”), por lo tanto: no existe competencia por la protección de derechos exclusivos

Por todo ello, procede la celebración del contrato de patrocinio, de acuerdo con la meritada Cláusula núm. 12.4 de las Bases reguladoras que rigen la convocatoria de patrocinios con entidades privadas y el art. 168.a) de la LCSP, de modo que Promotur

Turismo Canarias S.A realiza el patrocinio mediante contratación directa con la entidad citada por la existencia de tales derechos exclusivos.

1.2.- No procede la división en lotes del objeto del contrato, ya que, de hacerlo, desvirtuaría propiamente los fines pretendidos con el patrocinio por lo que, en vista de las características de la prestación, no se considera viable, en la medida que al dotarse del apoyo económico adecuado a este evento; se desarrolla una colaboración única por parte del licitador en la publicidad de la acción emprendida por el patrocinador y en concreto de la publicidad y presencia de las marcas de su titularidad.

De este modo, la naturaleza del patrocinio aconseja razonablemente la integridad y unidad en un solo lote de las prestaciones que las constituyen y justifica por tanto que el objeto contractual se realice de manera conjunta, permitiendo lograr una mayor proyección y optimización del pretendido «retorno publicitario», y así, buscando la notoriedad y la resonancia de la actividad que desarrolla el patrocinado, con el fin de incrementar entre el público el conocimiento de la marca antes indicada y favorecer la imagen del destino turístico Islas Canarias, lo que redundará en el impulso y reactivación del turismo del Archipiélago.

1.3.- Tanto el presente Pliego como los demás documentos anexos tienen carácter contractual, por lo que, de existir discordancia entre dichos documentos y el contrato, prevalecerá el Pliego.

El desconocimiento de las cláusulas contenidas en el presente Pliego que rige la presente licitación y la del resto de documentos contractuales, en cualquiera de sus términos, así como de las instrucciones o normativa de aplicación que resulten de aplicación en ejecución de lo pactado, no exime al licitador de la obligación de su estricto cumplimiento.

2.- ÓRGANO DE CONTRATACIÓN (arts. 61, 63, 190 y 347 LCSP)

2.1.- El órgano de contratación, que actúa en nombre de la sociedad mercantil pública **Promotur Turismo Canarias S.A (en adelante, nombrado de forma indistinta en este Pliego como “el/la patrocinador/a” o “la entidad patrocinadora” o “la entidad contratante”)**, es la Consejera Delegada, en virtud de las facultades instituidas por el Consejo de Administración de esta entidad de fecha 03 de octubre de 2019.

2.2.- El mencionado órgano tiene facultad para adjudicar el contrato y ostenta las prerrogativas de interpretarlo, resolver las dudas que ofrezca su cumplimiento, modificarlo por razones de interés público, declarar la responsabilidad imputable al

contratista a raíz de la ejecución del mismo, suspender dicha ejecución, acordar la resolución del contrato y determinar los efectos de ésta, con sujeción a la normativa aplicable.

Igualmente, el órgano de contratación ostenta las facultades de inspección de las actividades desarrolladas por el contratista durante la ejecución del contrato, de conformidad con lo establecido en el párrafo segundo del artículo 190 de la Ley Contratos del Sector Público, en adelante LCSP.

3.- RÉGIMEN JURÍDICO Y JURISDICCIÓN

3.1.- - La contratación a realizar se califica como contrato de patrocinio, definido en el artículo 22 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, modificada por Ley 29/2009, de 30 de diciembre, y, por tanto, tiene la consideración de contrato de carácter privado, según la interpretación mayoritaria de los órganos consultivos de contratación y de conformidad con el artículo 26 de la Ley 9/2017, 8 de noviembre, (LCSP/2017).

En consecuencia, la presente contratación se registrará, en cuanto a su preparación y adjudicación, por lo previsto en las cláusulas contenidas en el presente pliego de cláusulas administrativas particulares y prescripciones técnicas, por la Ley de Contratos del Sector Público vigente y las demás disposiciones estatales que regulan la contratación del sector público, así como las dictadas por la Comunidad Autónoma de Canarias, en el marco de sus respectivas competencias, si bien, respecto a sus efectos y extinción, se someterá a las normas de derecho privado, particularmente, al contenido del Código Civil y demás normativa privada que resulte de aplicación por razón de materia y sujeto.

3.2.- La contratación deberá supeditarse a las disposiciones del Tratado y a los actos fijados en virtud del mismo, y será coherente con las actividades, políticas y prioridades comunitarias en pro de un desarrollo sostenible y mejora del medio ambiente, debiendo promover el crecimiento, la competitividad, el empleo y la inclusión social, así como la igualdad entre hombres y mujeres, todo ello de conformidad con lo dispuesto en el Reglamento (UE) nº 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013.

El patrocinado habrá de cumplir con las medidas de información y publicidad establecidas en el artículo 8 del Reglamento (CE) nº 1828/2006 de la Comisión de 8 de 2 diciembre de 2006, Reglamento de Gestión, modificado por el Reglamento de Ejecución (UE) n.º 1236/2011 de la Comisión, de 29 de noviembre de 2011.

3.3.- Las cuestiones litigiosas que pudieran suscitarse en relación a los actos que se dicten en la presente licitación no podrán ser objeto de recurso especial en materia de contratación al no dar cumplimiento a los requisitos establecidos en el apartado primero del artículo 44 de la LCSP, si bien dichos actos podrán ser impugnados en vía administrativa de conformidad con lo dispuesto en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas ante el titular del departamento, órgano, ente u organismo al que esté adscrita la entidad contratante o al que corresponda su tutela.

No obstante, lo anterior, los acuerdos que adopte el órgano de contratación en los procedimientos relativos a las prerrogativas establecidas en el artículo 190 de la LCSP, pondrán fin a la vía administrativa, y serán inmediatamente ejecutivos, pudiendo ser recurridos ante la Jurisdicción competente, conforme a lo dispuesto en la Ley reguladora de dicha Jurisdicción.

4.- APTITUD PARA CONTRATAR (arts. 65 y ss. LCSP)

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 65 y siguientes de la LCSP, el licitador deberá reunir los requisitos de aptitud relativos a la plena capacidad de obrar, no incurrir en alguna de las causas de prohibición para contratar descritas en el art. 71 del mismo cuerpo legal y la solvencia económica y financiera y técnica o profesional que, en su caso y de proceder, exija la ley.

Estas circunstancias o condiciones de aptitud se acreditaron oportunamente en cumplimiento de la Cláusula núm. 12.1 de las Bases reguladoras de la convocatoria de la que resulta este patrocinio, por lo que, en virtud del principio de una sola vez, no será preceptivo la aportación de la documentación o medios en este procedimiento, a salvo de la presentación de declaración responsable al efecto en el que se manifieste dicha aportación en tiempo y forma.

Asimismo, y según dicha Cláusula núm. 12.1 en remisión al artículo 11 del Reglamento de Contratación de las Administraciones Públicas, en tanto continúe vigente y resulte de aplicación, el licitador de este procedimiento estará, además, exento de acreditar la solvencia económica y financiera y la solvencia técnica o profesional al ser el valor de la adjudicación definitiva del patrocinio inferior al umbral económico establecido en las Bases.

Sin perjuicio de lo anterior, la entidad patrocinadora podrá recabar del licitador aclaraciones sobre los certificados y documentos presentados o requerirle para la presentación de otros complementarios.

5.- PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN (art. 100 y 309 y D.A 33 LCSP)

5.1.- El presupuesto base de licitación asciende a la cantidad total de treinta mil seiscientos euros **(30.600,00 €), impuestos incluidos.**

5.2.- Dada la naturaleza y característica del presente contrato, no resulta procedente la realización del desglose del presupuesto en los términos exigidos en el artículo 100 de la LCSP.

6.- EXISTENCIA DE CRÉDITO PRESUPUESTARIO (art. 35.1 LCSP)

6.1.- Existe el crédito presupuestario preciso para atender a las obligaciones económicas que se deriven de la contratación, con cargo a la dotación presupuestaria que se destina a la convocatoria de la que deviene este patrocinio y que está contemplada en las siguientes aportaciones que recibe Promotur Canarias S.A.:

- “Desarrollo de la actividad Promocional” por Orden nº 224/2021, de fecha 21 de mayo de 2021, de la Consejera de Turismo, Industria y Comercio de la Comunidad Autónoma de Canarias, previa aprobación del gasto afecto a dicha contratación en informe del Departamento de Planificación y Control Financiero de Promotur Turismo Canarias, S.A.
- A través del convenio por el que se determinan las condiciones de concesión de una subvención nominativa de la Secretaría de Estado de Turismo (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo) a la Comunidad Autónoma de Canarias, prevista en el Real Decreto-Ley 12/2019, de 11 de octubre (BOE 12/0/2019), por el que se adoptan medidas urgentes para paliar los efectos de apertura de procedimientos de insolvencia del grupo empresarial “Thomas Cook”, publicado en el Boletín Oficial de Canarias de 19 de febrero de 2020.

7.- VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO.

7.1.- El valor estimado del contrato asciende a veintiocho mil quinientos noventa y ocho euros y trece céntimos **(28.598,13€), sin incluir la tributación indirecta que resulte de aplicación.**

7.2.- El método aplicado para calcularlo es el que se señala a continuación:

El método aplicado para calcular el valor estimado del patrocinio es el siguiente: es el resultado de la aplicación de los criterios objetivos de adjudicación establecidos en la

cláusula número 10.3 de las bases reguladoras de la convocatoria antedicha y considerando los costes del presupuesto presentado a patrocinar.

8.- PRECIO DEL CONTRATO (art. 102 de la LCSP)

8.1.- El precio del contrato es el establecido en la Cláusula núm. 7, e incluirá, como partida independiente, el IGIC.

8.2.- En el precio del contrato se entenderán incluidas, si proceden, otras tasas e impuestos, directos e indirectos, y arbitrios municipales que graven la ejecución del contrato, que correrán de cuenta del licitador.

Asimismo, son de cuenta del patrocinado los gastos de formalización del contrato, si éste se elevare a escritura pública.

9.- REVISIÓN DEL PRECIO DEL CONTRATO Y OTRAS VARIACIONES DEL MISMO (arts. 102.6 103 y ss. y 309 LCSP).

Atendiendo a la propia naturaleza y objeto del patrocinio, y de conformidad con lo establecido en el artículo 103.2 de la LCSP, en la presente contratación no habrá revisión de precios.

10.- PLAZO DE DURACIÓN DEL CONTRATO (arts. 29 y 195 LCSP)

10.1.- La duración del presente contrato será desde el día de su firma hasta la finalización de la actividad objeto de patrocinio, siendo el plazo de ejecución del mismo el que se enmarca en la convocatoria para el patrocinio de estos eventos y que comprende entre el 01 de abril al 30 de junio de 2021.

10.2.- Este contrato no admite prórroga.

II

ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO

10.- PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN (arts. 131.2, 168 y ss. LCSP)

10.1.- A efectos de determinar el procedimiento de adjudicación y las posibles modificaciones posteriores del contrato, la adjudicación del contrato se realizará por la entidad patrocinadora mediante Procedimiento Negociado sin publicidad, con base al artículo 168 letra a) apartado 2º de la vigente LCSP, que indica lo siguiente:

“Los órganos de contratación podrán adjudicar contratos utilizando el procedimiento negociado sin la previa publicación de un anuncio de licitación únicamente en los siguientes casos:

a) En los contratos de obras, suministros, servicios, concesión de obras y concesión de servicios, en los casos en que:

2.º Cuando las obras, los suministros o los servicios solo puedan ser encomendados a un empresario determinado, por alguna de las siguientes razones: que el 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 competencia por razones técnicas; o que proceda la protección de derechos exclusivos, incluidos los derechos de propiedad intelectual e industrial.

La no existencia de competencia por razones técnicas y la protección de derechos exclusivos, incluidos los derechos de propiedad intelectual e industrial solo se aplicarán cuando no exista una alternativa o sustituto razonable y cuando la ausencia de competencia no sea consecuencia de una configuración restrictiva de los requisitos y criterios para adjudicar el contrato”

10.2.- El órgano de contratación cursará invitación a través de medios electrónicos, y por los motivos amparados en el precepto citado, que se justifica debidamente en el expediente obrante, a la entidad, “CLUB DEPORTIVO BALONMANO REMUDAS ISLA DE GRAN CANARIA” por lo que la patrocinadora formaliza directamente con ésta el contrato para el patrocinio evento indicado en este Pliego, previa negociación, siempre y cuando sea posible, de los aspectos del contrato, y dentro de los límites establecidos en el presente documento.

Dicha invitación será remitida a través del Portal de licitación electrónica que emplea Promotur Turismo Canarias S.A (<https://licitacion.turismodeislascanarias.com>).

10.3.- De acuerdo con el artículo 166.2 LCSP, serán objeto de negociación y valoración con el licitador el alcance del patrocinio, en concreto, respecto a las acciones publicitarias a llevar a cabo por parte del mismo en cumplimiento del objeto del contrato, la posición

que se ostentará en los elementos promocionales del evento, así como contraprestaciones específicas que puedan surgir en relación con los eventos que se patrocinan. Estos aspectos se negociarán y acordarán, de ser necesario, en las reuniones que ambas partes concierten, ya sea de forma presencial o por medios telemáticos (videoconferencias).

El resto de los aspectos relativos a este contrato, éstos son, los aspectos económicos y técnicos referidos a las condiciones o requisitos mínimos para la ejecución del patrocinio, no serán negociables ni valorables, y se registrarán conforme a lo establecido en este Pliego. Tampoco serán negociables los criterios de adjudicación, de conformidad con lo señalado en el art. 169.5 de la LCSP.

11.- PRESENTACIÓN DE PROPOSICIONES (arts. 136, 137, 138 y 139 LCSP)

11.1.- El presente procedimiento tiene, **exclusivamente, carácter electrónico**, por lo que la tramitación y adjudicación del contrato de patrocinio se realizará a través del Portal de licitación electrónica que emplea la entidad convocante (<https://licitacion.turismodeislascanarias.com>) y para lo que el licitador de este procedimiento deberá seguir las indicaciones de uso que se describen en la Guía Básica del Licitador y/o en su caso le proporcionen los servicios técnicos de la entidad contratante.

Durante todo el procedimiento licitatorio, el órgano de contratación velará por que al licitador o candidato se otorgue un tratamiento amparado en los principios constitucionales y los que rigen la contratación pública, derivados de los mismos, sin excepciones ni prevalencias por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social del licitador o candidato.

De conformidad con la citada Cláusula núm. 12.4 de las Bases reguladoras de la convocatoria, será preceptivo para el empleo de los servicios electrónicos de la plataforma PLYCA, que el licitador se registre como usuario en dicha plataforma, cumplimentando los datos de alta que se le requieran, según se indica en la Guía Básica del Licitador y/o las indicaciones de uso proporcionadas por los servicios técnicos de la entidad contratante.

Según lo dispuesto en en la Ley 6/2020, de 11 de noviembre, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza, el licitador deberá contar con sistemas de firma electrónica reconocida o cualificada y avanzada basados en certificados de firma electrónica que les permita concurrir al procedimiento de contratación y que asegure la identidad e integridad del documento, la oferta y todos los documentos asociados al

mismo, en cumplimiento de las disposiciones de esta norma. Puede encontrar más información sobre certificados electrónicos reconocidos en el siguiente enlace:

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

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

Si la presentación de la declaración responsable exigible al licitador relativa a la aportación de la documentación administrativa y técnica del patrocinio y/o las aclaraciones o documentos adicionales que se les exigiera fueran documentación en papel que tuviera que ser digitalizada, se podrá aportar garantizando la persona que ostenta la representación con su firma electrónica su fidelidad con el original. La entidad contratante podrá requerir al licitador la exhibición del documento o de la información original

En cualquier caso, no se admitirá la documentación presentada por el licitador que no sea presentada de manera electrónica, resultando automáticamente considerada como no presentada.

Presentada electrónicamente la documentación, ésta no podrá ser retirada salvo que la retirada sea por causa debidamente justificada.

Todas las comunicaciones que se produzcan en este procedimiento de licitación se realizarán a través del mencionado portal de licitación. Sin perjuicio de las solicitudes de consultas y aclaraciones en el marco de este procedimiento de licitación, que se realizarán a través de la siguiente dirección de correo electrónico: contratacion@turismodecanarias.com.

En caso de experimentar incidencias técnicas, se indica que el licitador cuenta con la asistencia del Soporte a empresas de PLYCA, a través del siguiente formulario de contacto: <https://www.nexus-it.es/plyca/soporte-empresas/formulario-de-contacto-empresas/>.

11.3.- La presentación de la declaración y/o documentación adicional o complementaria presume igualmente y con base a la Cláusula núm. 18 de las Bases reguladoras de la convocatoria la aceptación incondicional por el licitador de la totalidad del contenido de las cláusulas y condiciones del presente pliego, sin salvedad alguna y la declaración

responsable de que reúne todas y cada una de las condiciones exigidas para contratar, sin perjuicio de la documentación acreditativa al efecto.

12.- GARANTÍA PROVISIONAL (arts. 106 y 108 LCSP)

De acuerdo con lo establecido en el artículo 106.1 del LCSP, el licitador no constituirá garantía provisional.

13.- CONTENIDO DE LAS PROPOSICIONES (art. 140 LCSP)

13.1.- El licitador de este procedimiento deberá presentar la declaración responsable en la que manifiesta la aportación de la documentación acreditativa del cumplimiento de los requisitos previos y/o las aclaraciones o documentos adicionales o complementarios que se exijan en un único sobre o archivo electrónico, que se habilita a estos efectos.

13.2.- Dicha declaración o documentación a presentar por el licitador habrá de ser redactada en castellano o acompañada de su debida traducción y deberá tratarse de documentación original o bien copias que tengan carácter de auténticas o compulsadas conforme a la legislación vigente. Igualmente, deberán presentarse en formato digital no modificable (Portable Document Format (PDF)).

13.3.- La entidad patrocinadora se reserva la facultad de comprobar en cualquier momento la veracidad de la documentación a que se refiere los anteriores párrafos, bien antes de la adjudicación del contrato, o bien durante su vigencia. La falsedad o inexactitud de tales datos provocará la desestimación de la documentación o, en su caso, la resolución del contrato, así como la exigencia de las responsabilidades e indemnizaciones que de tal hecho se deriven.

14.- EXAMEN DE LA OFERTA Y NEGOCIACIÓN (art. 146, 150 y 169 LCSP)

14.1.- Concluido el plazo para concurrir al procedimiento, la entidad patrocinadora examinará la declaración responsable acreditativa de la documentación presentada por el licitador respecto al cumplimiento de los requisitos previos para contratar y/o las aclaraciones o documentos complementarios que se hubieren solicitado a estos efectos.

Si se observase la falta o incompleta presentación de esta declaración y/o de las aclaraciones o documentos complementarios que acreditan el cumplimiento de los requisitos de participación o defectos materiales en dichos documentos, la entidad patrocinadora lo notificará por medio del portal de licitación que emplea, dejando constancia de dicha notificación en el expediente, concediéndole un **plazo no superior a**

tres (3) días hábiles a contar desde el siguiente día del envío del requerimiento para que lo subsane.

14.2.- De acuerdo con el artículo 170.2 de la LCSP, en la tramitación del procedimiento negociado sin publicidad cuando participe un único candidato, siempre y cuando sea posible deberá negociarse con él los términos según lo preceptuado en el artículo 169.5 del mismo cuerpo normativo, y para dar cumplimiento se negociará y acordará, de ser necesario los aspectos concretos del patrocinio de referencia, según se indica en el apartado 3 de la Cláusula núm. 10 del presente pliego.

La negociación se llevará a término, **en un único día**, desarrollándose por medios presenciales o telemáticos.

14.3.- El área o departamento dependiente del órgano de contratación encargado de la negociación será el de Proyectos Institucionales y Servicios Generales, a través del Director o responsable de dicho departamento.

14.4.- Transcurrida la negociación, el órgano de contratación a través del área o departamento dependiente de él informará de ello al licitador y establecerá un plazo **de un único día hábil** para que, bien el licitador indique que se mantiene o no en los términos originales de los aspectos susceptibles de negociación del patrocinio.

14.5.- Del resultado de la negociación, se levantará acta que deberá ser firmada por el Director o responsable del área o departamento negociador y el licitador, siendo vinculantes para las partes lo recogido en dicha acta.

15.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.

La adjudicación del presente patrocinio se ha fundamentado en los criterios de adjudicación previstos en la Cláusula núm. 10 de las bases que regulan la convocatoria de la que deviene este contrato, y que son los que se reproducen a continuación:

CRITERIOS DE VALORACION	PUNTUACION MÁXIMA (100 puntos)
<u>Criterios de valoración subjetiva</u>	
1. Valor y calidad del evento y coherencia con los objetivos y fines de la convocatoria	50 puntos
1.1. Atracción de demanda en origen	10 puntos

1.2. Incorporación de otros sectores relacionados o vinculados que conforman la cadena de valor turística, participación de la población y empresario regional	10 puntos
1.3. Impacto en la imagen de Canarias	15 puntos
1.4. Carácter innovador y repercusión social y económica y medioambiental	15 puntos
<u>Criterios de valoración objetiva</u>	50 puntos
1. Financiación y viabilidad presupuestaria ajustada a precios de mercado en referencia a la estructura de costes	25 puntos
1.1. Aportación otras entidades públicas	<p>Si la aportación pública representa:</p> <p>Del 5 a 10% del presupuesto de los eventos: 2 Del 11 al 20% del presupuesto de los eventos: 3 Del 21 al 30% del presupuesto de los eventos: 4 Del 31 al 40% del presupuesto de los eventos: 5</p>
1.2. Aportación otras entidades privadas	<p>Si la aportación privada representa:</p> <p>Del 5 a 10% del presupuesto de los eventos: 6 Del 11 al 20% del presupuesto de los eventos: 8</p>
1.3. Aportación propia	<p>Si la aportación propia representa:</p> <p>Del 5 a 10% del presupuesto de los eventos: 6 Del 11 al 20% del presupuesto de los eventos: 8 Del 21 al 30% del presupuesto de los eventos: 10 Del 31 al 40% del presupuesto de los eventos: 12</p>
2. Proyección y consolidación del evento	25 puntos

2.1. Trayectoria del proyecto:	Nueva creación: 1 punto 1 año: 3 puntos 2 años: 4 puntos 3 años: 5 puntos 4 años: 7 puntos 5 o más años: 8 puntos
2.2 Mayor número de participantes:	Entre 10 a 50 participantes: 2 Entre 51 a 150 participantes: 4 Entre 151 a 300 participantes: 6 Entre 301 a 500 participantes: 8 Entre 501 a 1000 participantes: 10 Más de 1000 participantes: 13
2.3. Ejecución del evento en distintas islas	Si el evento para el que se solicita el patrocinio se desarrolla: En dos (2) islas: 2 En tres (3) islas: 4

15.2.- Obtenida la puntuación respecto a cada uno de los criterios, se suma la puntuación total que obtiene el licitador de este procedimiento.

16.- ADJUDICACIÓN (arts. 150 y 151 LCSP/2017)

16.1.- El órgano de contratación deberá adjudicar el contrato dentro del plazo legalmente establecido, concretando y fijando los términos definitivos del contrato. La adjudicación deberá ser motivada y notificarse al licitador, en los términos establecidos en el artículo 151 de la LCSP.

16.2.- Antes de formalizar el contrato, el patrocinador podrá renunciar a la celebración del mismo o desistir del procedimiento instado, notificándolo al patrocinado, de conformidad con lo establecido en el artículo 152 de la LCSP.

El desistimiento del procedimiento deberá estar fundado en una infracción no subsanable de las normas de preparación del contrato o de las reguladoras del procedimiento de adjudicación, debiendo justificarse en el expediente la concurrencia de la causa. El desistimiento no impedirá la iniciación inmediata de un procedimiento de licitación.

17.- GARANTÍA DEFINITIVA (arts. 107 Y 108 LCSP)

Dada la naturaleza del objeto del contrato, no será necesario que el adjudicatario constituya garantía definitiva.

III

FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO

18.- FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO (arts. 36, 151 y 153 LCSP/2017)

18.1.- La entidad patrocinadora requerirá al patrocinado para suscribir, dentro del plazo legalmente establecido a la fecha de la notificación de la adjudicación, el documento de formalización del contrato, al que se unirá, formando parte del contrato, un ejemplar del pliego de cláusulas administrativas y técnicas particulares, debidamente firmados.

18.2.- El documento en que se formalice el contrato, con el que éste se perfecciona, será título válido para acceder a cualquier registro público.

IV

EJECUCIÓN DEL CONTRATO

19.- RESPONSABLE SUPERVISOR DEL OBJETO DEL CONTRATO (art. 62 LCSP/2017)

19.1.- El patrocinador deberá designar una persona física o jurídica, vinculada al ente patrocinador o ajena a él, como responsable del contrato, quien supervisará la ejecución del mismo y hará un adecuado seguimiento al patrocinado, comprobando que su realización se ajusta a lo establecido en los pliegos que rigen esta contratación, documentación técnica presentada y el contrato, y, así, para que cualquier incidencia que pudiera surgir pueda ser puesta de manifiesto con la mayor celeridad, a fin de que se adopten las medidas necesarias para el cumplimiento de las obligaciones que devengan

del patrocinio, sin perjuicio del resto de funciones o atribuciones asignadas y descritas en la Cláusula núm. 7 del Pliego de Prescripciones Técnicas.

19.2.- A estos efectos, se designa como responsable del contrato a **D. Juan Armas Puente**, Director del área de Proyectos Institucionales y Servicios Generales de la entidad patrocinadora.

19.3.- Por su parte, el patrocinado se obliga a canalizar la comunicación con la entidad patrocinadora, en todo lo relativo a las cuestiones derivadas del patrocinio.

20.- OBLIGACIONES DEL PATROCINADO (arts. 133.2, 196, 201, 202 y 211.1 LCSP/2017)

20.1.- Obligaciones de cumplimiento general

20.1.1.- El patrocinado está obligado a cumplir fielmente lo establecido en el presente pliego y cumplir todas las condiciones y obligaciones derivadas del presente patrocinio.

20.1.2.- El patrocinado habrá de cumplir 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.

20.1.3.- Respecto de los datos de carácter personal a los que tenga acceso en virtud del contrato, el patrocinado está obligada al cumplimiento de lo dispuesto en la disposición adicional vigesimoquinta de la LCSP, y a lo establecido en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 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, así como atenerse a las prescripciones establecidas en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

20.1.4.- El patrocinado está obligada a suministrar a la entidad patrocinadora, previo requerimiento y en el plazo legalmente establecido, toda la información necesaria para el cumplimiento de las obligaciones establecidas en el artículo 4 de la Ley 12/2014, de 26 de diciembre, de Transparencia y Acceso a la información pública. La información deberá suministrarse por escrito acompañada de una declaración responsable por parte de la adjudicataria en la que se declare, bajo su responsabilidad, que son ciertos los datos aportados.

La presentación podrá realizarse igualmente mediante transmisión por medios electrónicos o telemáticos, siempre que tales medios estén respaldados por procedimientos que garanticen la autenticidad, confidencialidad de los documentos y el reconocimiento de su firma, de acuerdo con la normativa vigente al respecto.

20.2 Obligaciones específicas en relación con la ejecución del contrato

20.2.1.- El patrocinado está obligado a colaborar en la publicidad del patrocinador del Gobierno de Canarias y de 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. En el caso de la inclusión del logotipo o imagen institucional del Gobierno de Canarias, se deberán seguir las instrucciones indicadas en el Manual de Identidad Corporativa del Gobierno de Canarias. Para la publicidad de Promotur Turismo Canarias S. A, a través de la incorporación de su imagen o logotipos institucionales se empleará su marca "Islas Canarias" o "Islas Canarias Latitud de Vida", en las versiones que en su caso procedan de manera adecuada al evento, sin perjuicio de otros logos o marcas que se indiquen expresamente por la entidad patrocinadora.

Así, y en cumplimiento de las obligaciones de información y publicidad derivadas del Programa Operativo FEDER Canarias 2014-2020, la ejecución del patrocinio objeto de contratación quedará sujeta a las disposiciones en esta materia, de conformidad con lo establecido en el artículo 115 y anexo XII del Reglamento (UE) N° 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013, así como a las directrices recogidas en la guía de información y comunicación de las intervenciones cofinanciadas por estos Programas, en la siguiente url: http://www.gobiernodecanarias.org/cmsgobcan/export/sites/hacienda/dgplani/galeria/20160809_Guia-IyP_Canarias-FEDER-y-FSE_V19.pdf, especialmente, con la inserción de los logos que así se comuniquen por parte de la entidad patrocinadora.

Además, la entidad patrocinada dará la adecuada publicidad al carácter público de la financiación haciéndose constar que es un proyecto financiado por la Secretaría de Estado de Turismo (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo), en el marco del Convenio por el que se determinan las condiciones de concesión de una subvención nominativa a la Comunidad Autónoma de Canarias, prevista en el Real Decreto-Ley 12/2019, de 11 de octubre (BOE 12/10/2019), por el que se adoptan medidas urgentes para paliar los efectos de la apertura de procedimientos de insolvencia del grupo empresarial "Thomas Cook", publicado en el Boletín Oficial de Canarias de 19 de febrero de 2020, incluyendo su imagen institucional.

Los logotipos, marcas, imágenes y anagramas que el patrocinado debe insertar en toda la publicidad generada están disponibles en la página web corporativa de la entidad convocante.

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 del 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. A este respecto, el patrocinado deberá indicar en el Plan de Medios o Comunicación que presente con las solicitudes de 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

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 mismo y sean de titularidad del patrocinador.

Así, el uso no autorizado, o para un fin distinto al pactado en el presente pliego por parte del patrocinado o de cualquier signo distintivo protegido por los derechos de propiedad industrial o intelectual del patrocinador, facultará a éste para instar la resolución del contrato resultante, en cuyo caso, el patrocinado se compromete a restituir al patrocinador el importe de las aportaciones realizadas 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, puede descargarse en el Brand Centre de las Islas Canarias (<https://brandcentre.hellocanaryislands.com/>). Para acceder a los contenidos del mismo hay que registrarse previamente pinchando en el botón de “Registro”, el cual dirige a un sencillo formulario que hay que cumplimentar.

Una vez utilizad el registro, se debe iniciar sesión con el usuario y contraseña establecidos para poder acceder y descargar los distintos logotipos de la marca. Para ello, hay que pinchar en “Logos” del menú superior, en cuya página (<https://brandcentre.hellocanaryislands.com/logos>) se ofrece una serie de filtros para facilitar la búsqueda del logotipo deseado, incluso por idiomas.

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

20.2.2.- Al objeto de incluir el evento patrocinado en la agenda de la web promocional de la marca Islas Canarias (<https://holaislascanarias.com/agenda/>), los responsables del mismo deben enviar a la dirección de correo electrónico que se les facilite al efecto 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, con una extensión entre 80-100 palabras y traducido al menos obligatoriamente el español y el inglés.
- Coordenadas del lugar de celebración del evento para posibilitar su geolocalización.
- Página web del evento.

Para que el evento patrocinado sea publicado en la mencionada agenda, los responsables del mismo deben enviar toda la información anteriormente detallada con la suficiente antelación.

El patrocinado se obliga a realizar la actividad y/o proyecto presentado, tal y como se ha previsto en este Pliego, en el lugar y fecha señalado, salvo la concurrencia de causas de fuerza mayor no imputables al patrocinado; aplicando la diligencia específica que corresponda a los usos profesionales del sector de su actividad.

20.2.3- 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 todos los casos, que dicho evento se celebra en las Islas Canarias.

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

20.2.4- Los responsables del evento patrocinado deben proporcionar varias fotografías del mismo, cuyo destino es el archivo fotográfico de Promotur que se aloja en el Brand Centre de las Islas Canarias (<https://brandcentre.hellocanaryislands.com/>), al cual deberán acceder los propios responsables del evento para incluir dichas imágenes.

Todos estos recursos gráficos, y/o audiovisuales si los hubiera, deberán estar acompañados de sus respectivos documentos que acrediten la cesión de los derechos de la propiedad intelectual por parte del autor de las fotografías, o de cualquier otro material gráfico y/o audiovisual, a Promotur Turismo Canarias S.A., y cuyo fin es la promoción turística de la marca Islas Canarias y/o del mismo evento. Igualmente, se deberá incluir, en su caso, la cesión de derechos de imagen de todas las personas que aparezcan en cualquiera de estos recursos gráficos y audiovisuales.

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

- 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.
- Velar por el cumplimiento de las condiciones básicas que garanticen la calidad la programación patrocinada, y en concreto el respeto a la publicidad que, sobre la actividad, proyecto y/o espectáculos se realice, garantizando el ajuste de la información emitida al contenido real del desarrollo del mismo.
- 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.
- Cumplir con la normativa de prevención de riesgos laborales 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 otro 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 toda responsabilidad y/o reclamación.

- Cumplir, en su caso y si procede, con las disposiciones del texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual 1/1996, de 12 de abril, modificada por la Ley 2/2019, de 1 de marzo, y a estos efectos, contar con la preceptiva autorización de la Fundación SGAE en lo relativo a la reproducción y comunicación pública de las obras si, en su caso, están incorporados a su actividad, eximiendo al patrocinado de toda responsabilidad por las posibles acciones civiles y penales que pudieran emprenderse debido a su incumplimiento.
- Adoptar y cumplir estrictamente las acciones y medidas gubernamentales de seguridad y salud establecidas para controlar la transmisión de la pandemia COVID-19, sin perjuicio de aquellos protocolos y guías marcadas por las autoridades sanitarias a fin de ser dispuestos a los distintos sectores de actividad y a la población en su conjunto que, en tal caso, hubiere establecido el patrocinado, mediante su asunción o elaboración de documento interno o equivalente, con respecto a la organización y desarrollo del evento, los organizadores, colaboradores, los propios participantes o jugadores profesionales y asistentes.

El patrocinador queda exonerado de cualquier responsabilidad en relación con los incumplimientos que pudieran derivarse por la ausencia en la aplicación o aplicación parcial de tales medidas, pudiendo ser causa de resolución del contrato resultante.

20 BIS.- CONDICIONES ESPECIALES DE TIPO SOCIAL (art. 1 DECRETO CAC 84/2006 de integración laboral colectivos dificultades de inserción laboral, y Disp. Adic. 28 Ley PG CAC 2016)

De acuerdo con lo dispuesto en la Cláusula núm. 1 de las Bases reguladoras, para la organización y realización del evento o actividad objeto de este patrocinio se ha de prever la incorporación de alguna de las medidas de carácter social relativas a la contratación de un mayor número de empresas o personal para la ejecución del evento programado o la de personas con discapacidad o en situación de especial dificultad para acceder al empleo, según la descripción dada para las personas que se entienden en esta situación y que se contiene en la indicada Cláusula.

La efectiva contratación y adscripción de dicho personal a la ejecución del contrato se considera **obligación contractual esencial**.

21.- FUERZA MAYOR

21.1.- Por «fuerza mayor» se entenderá cualquier situación o acontecimiento imprevisible y excepcional ajeno a la voluntad de las partes que impidiera a cualquiera de ellas cumplir todas o algunas de las obligaciones derivadas del Contrato, que no se deba a error o negligencia por su parte o por parte de un subcontratista y que no haya podido evitarse ni aun actuando con la debida diligencia.

21.2.- *Ad exemplum*, tendrán la consideración de casos de fuerza mayor las siguientes circunstancias:

- a) Los incendios causados por la electricidad atmosférica.
- b) Los fenómenos naturales de efectos catastróficos, como maremotos, terremotos, erupciones volcánicas, movimientos del terreno, temporales marítimos, inundaciones u otros semejantes.
- c) Los destrozos ocasionados violentamente en tiempo de guerra, robos tumultuosos o alteraciones graves del orden público.

La concurrencia y debida acreditación en alguna de las causas de fuerza precedentemente indicadas u otras que, por razón de la naturaleza del contrato y participando de las notas definitorias de imprevisibilidad, excepcionalidad y ajenidad, puedan constituir un supuesto de fuerza mayor; exige el examen previo por parte del órgano contratante de la relación de causalidad entre la causa concreta justificada y los efectos producidos junto con el análisis de la actuación diligente del patrocinado.

21.3.- No podrán invocarse como casos de fuerza mayor los defectos o retrasos en la disponibilidad del equipo o material, cambio de fechas y/o lugar de celebración del evento y/o actividades patrocinadas que no estén debidamente justificadas en esta causa ni tampoco los conflictos laborales, huelgas o problemas financieros que no sean consecuencia directa de una situación real de fuerza mayor.

21.4.- En caso de que el patrocinado se encontrara ante una situación de fuerza mayor, deberá notificarlo inmediatamente de manera formal a la otra Parte, en un plazo máximo de cinco (5) días naturales, precisando la naturaleza, la actividad o actividades del evento afectadas y los posibles efectos. De no cumplir con esta exigencia, se procederá a la extinción del contrato y, en su caso y si se hubiere ya realizado la certificación parcial del pago del patrocinio, a la devolución de dicha cantidad según los términos y plazos indicados en la Cláusula núm. 24bis.

21.5.- El patrocinado que se encontrara ante una situación de fuerza mayor no se considerará incumplimiento de sus obligaciones contractuales cuando no le haya sido posible ejecutarlas por dicha causa. Ante tal circunstancia, el órgano de contratación podrá acordar la ampliación del plazo de ejecución, siempre que se dé cumplimiento a las exigencias y requisitos en la Cláusula que lo regula.

En el supuesto que los eventos patrocinados finalmente no se ejecutasen o no quedase debidamente acreditada la situación de fuerza mayor, justificada con relación a los efectos acaecidos y la actuación del patrocinado; la entidad patrocinadora no vendrá obligada a abonar la contraprestación económica fijada. En caso de haberse hecho efectiva mediante certificación parcial, el patrocinado estará obligado a su devolución, según el procedimiento establecido en el presente Pliego. En todo caso, los costes totales del evento y su producción derivados de la no realización del evento objeto de patrocinio será por cuenta del patrocinado.

22.- GASTOS PATROCINABLES Y ABONOS AL CONTRATISTA (art. 198 LCSP)

22.1.- El patrocinado tendrá derecho al abono de la contraprestación económica derivada de la colaboración en la publicidad del patrocinador en las actividades de referencia.

A tales efectos, podrá ceder a un tercero, por cualquiera de los medios legalmente establecidos, su derecho a cobrar dicha contraprestación económica, si bien, para que dicha cesión surta efectos, y la entidad patrocinadora expida el mandamiento de pago a favor del cesionario, es preciso que se le notifique fehacientemente a ésta última el acuerdo de cesión.

22.2.- El abono de la contraprestación económica por el patrocinio se realizará en la forma señalada en la Cláusula núm. 15 de las Bases reguladoras de la Convocatoria y con sujeción, en todo caso, a la previa justificación a través de la documentación contenida en las Cláusulas núm. 14 de dichas Bases y núm. 23 del presente Pliego y la emisión de factura de acuerdo con la normativa aplicable al efecto, de acuerdo con los plazos previstos en la normativa que resulta de aplicación y previo informe favorable o conformidad de los Servicios que reciben o supervisen el expediente de patrocinio, o en su caso, del designado por el órgano de contratación como responsable del mismo.

La entidad patrocinada tendrá que acreditar, en cualquier caso, el cumplimiento de las condiciones relativas a la presencia de la marca/logotipo del Gobierno de Canarias, de la Secretaría de Estado de Turismo y de Promotur Turismo Canarias y aquellos que se le indique, respectivamente

22.3.- La justificación documental deberá estar estrictamente vinculada con los **gastos considerados patrocinables**, según la Cláusula núm. 9 de las Bases reguladoras de la convocatoria, entendiéndose por tales aquellos que de manera inequívoca respondan a la naturaleza de la actividad y se realizaran desde el 01 de abril de 2021 hasta treinta (30) días naturales después de la fecha de finalización de la actividad patrocinada, citados a continuación:

- Alojamiento y desplazamientos del personal contratado para los eventos a realizar o miembros adscritos a la producción
- Alquiler y transporte de material técnico, estructuras, equipos y/o aquellos otros vinculados al evento.
- Los derivados de marketing, publicidad y comunicación del evento. Los gastos destinados a publicidad, comunicación y/o difusión de los eventos, con un mínimo obligatorio del 10% sujeto a esta partida de gasto sobre el coste total del evento.
- Gastos de Auditoría/Asesoría/Consultoría para la realización de la actividad, así como para la de justificación de los eventos, incluyendo la asesoría jurídica.
- Gastos derivados de la contratación de pólizas de seguro para la cancelación, interrupción temporal y suspensión o aplazamiento de los eventos.
- Informe económico de un auditor de cuentas inscrito como ejerciente en el Registro Oficial.

Además de los incluidos anteriormente, están **sometidos a limitación** los siguientes gastos:

- Gastos de producción: podrá imputarse hasta un 10% del total del presupuesto con gastos asociados a los conceptos "Dirección, coordinación, gestión, supervisión, monitorización, producción, soporte técnico, asistencia técnica, logística, apoyo técnico" o similares para la actividad o mediante soporte de terceros. Cuando el importe de cualquiera de estos gastos supere la cuantía de 30.000 euros en el supuesto de coste por la realización del evento, o de 12.000 euros en el supuesto de suministro de bienes de equipo o prestación de servicios por empresas de consultoría o asistencia técnica, el beneficiario deberá solicitar como mínimo tres ofertas de diferentes proveedores, con carácter previo a la contratación del compromiso para la prestación del servicio o la entrega del bien. Cuando por las especiales características de los gastos no exista en el mercado suficiente número de entidades que lo suministren o presten, o en los casos en que el gasto se hubiera

realizado con anterioridad a la solicitud, deberán justificarse fehacientemente estos extremos. La obligación de presentar tres ofertas de diferentes proveedores deberá constar de forma expresa en la resolución de concesión.

- Gastos de personal del empresario individual y de la entidad solicitante: podrá imputarse hasta un 8% de la cuantía del patrocinio con gastos de personal directamente relacionados con la actividad patrocinada aportando lo siguiente:
 - Nóminas del personal
 - TC1 y TC2 correspondientes a los seguros sociales de los meses imputados patrocinio

Por su parte, **no resultan patrocinables** los siguientes gastos:

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 beneficiaria y sus socios o partícipes.
 - La entidad beneficiaria y sus consejeros y/o administradores, salvo en lo correspondiente a la retribución por el ejercicio de sus funciones.
 - La entidad beneficiaria 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 beneficiaria y otra entidad que pertenezca a un mismo grupo empresarial.
 - La entidad beneficiaria y los consejeros o administradores de otra entidad, cuando ambas entidades pertenezcan a un mismo grupo empresarial.
 - La entidad beneficiaria y otra entidad participada por la primera indirectamente en, al menos, el 25% del capital social o de los fondos propios.
 - La entidad beneficiaria 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 beneficiaria residente en territorio español y sus establecimientos permanentes en el extranjero.
2. Los que se hayan realizado y/o pagado después de la finalización del plazo otorgado.

3. Los intereses deudores de las cuentas bancarias.
4. La adquisición de material inventariable y los gastos relacionados con la adquisición y financiación de bienes inmuebles.
5. Los intereses, los recargos y las sanciones administrativas y penales.
6. Los gastos de procedimientos judiciales.
7. En general, los derivados de préstamos y créditos, sin perjuicio del régimen aplicable a los gastos financieros.
8. Los derivados de la apertura y el mantenimiento de cuentas corrientes.
9. Los gastos de publicidad que no indiquen que el programa cuenta con el patrocinio del Gobierno de Canarias y de Promotur Turismo Canarias S.A.
10. Gastos de cualquier tipo imputables al titular de la entidad beneficiaria.
11. Los que supongan duplicidad de un gasto, sin que se justifique la inexistencia de esta duplicidad
12. Los gastos de amortización o financieros que no cumplan los requisitos establecidos en esta convocatoria
13. Los gastos de las actividades del festival evento que se celebren fuera de las Islas Canarias.

22.4.- El patrocinado, previa solicitud presentada por escrito formal, podrá presentar una única certificación parcial por un máximo del 50% del patrocinio concedido, dentro del plazo de cinco (5) días naturales a la formalización del Contrato.

La justificación parcial se condicionará, de acuerdo con lo anteriormente indicado, a la presentación de la justificación documental indicada en las citadas Cláusulas núm. 14 de las Bases reguladoras de la convocatoria y núm. 23 de este Pliego.

En el caso de que el patrocinado no presentase la certificación parcial indicada, se procederá al pago total del patrocinio concedido al término de la realización de la actividad, bajo la modalidad de abono, previa justificación en plazo y forma indicada antes señalada.

22.5.- El patrocinado deberá presentar las facturas, en virtud de la disposición adicional trigésima segunda de la LCSP, en el registro de la entidad patrocinadora en las Oficinas de las Palmas de Gran Canaria, o en las oficinas de Santa Cruz de Tenerife, en los términos establecidos en la normativa vigente aplicable, sin perjuicio de que por la entidad patrocinadora, en cumplimiento de los principios de celeridad y simplicidad administrativa, se admita la remisión de la factura y/o facturas correspondientes por medios electrónicos.

22.6.- Si la documentación justificativa a que hace referencia las Cláusulas núm. 14 de las Bases reguladoras de la convocatoria y núm. 23 de este Pliego se ha recibido de

conformidad, la entidad patrocinadora deberá abonarla dentro del plazo legalmente establecido siguiente a la fecha del acto de conformidad de la factura. Si el patrocinado incumpliera el plazo fijado legalmente para la presentación de la factura, o, llegado a la unidad o departamento correspondiente en estas funciones, se indicará la devolución de dicha factura por no reunir los requisitos exigidos, el plazo para efectuar el abono se contará desde la fecha de la correcta presentación de la factura, previa conformidad por la unidad tramitadora.

En caso de demora por la entidad patrocinadora en el pago del precio, ésta deberá abonar al patrocinado, a partir del cumplimiento de los plazos señalados, los intereses de demora y la indemnización por los costes de cobro en los términos previstos en la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales.

23.- DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL PATROCINIO ADJUDICADO.

23.1.- A efectos de justificar el patrocinio adjudicado, y según Resolución de la Consejera Delegada de fecha 13 de agosto de 2021, el patrocinado deberá entregar al patrocinador en el plazo máximo de cinco (5) días hábiles a contar desde el siguiente a aquel en que se formalice el contrato la documentación justificativa señalada en la Cláusula núm. 14 de las Bases reguladoras de la convocatoria de patrocinio.

- 1) Memoria de Actuación justificativa de los eventos realizados, con indicación de los resultados obtenidos.
- 2) Memoria económica justificativa del coste de los eventos realizadas, acompañándose de los siguientes documentos:
 - Respecto al importe del patrocinio, los justificantes de pagos efectivamente realizados junto con las facturas asociadas a estos pagos relativos a los gastos efectivamente abonados y que están relacionados con el proyecto.

Los documentos justificativos del pago deben permitir, en todo caso, determinar a qué factura y proveedor corresponde el pago efectuado.

No se admitirán facturas que no estén debidamente cumplimentadas ni gastos abonados en efectivo.

- La relación detallada y firmada de otros ingresos, subvenciones o recursos que ha financiado la actividad patrocinada con indicación del importe y su procedencia.

- 3) Cuenta Justificativa de Patrocinio.
- 4) Material publicitario original que justifique la presencia del logotipo o marca de titularidad de Promotur Turismo Canarias S.A en los eventos patrocinados.
- 5) Declaración responsable de justificación del proyecto y/o actividad patrocinada.

23.2.- La documentación a que se refiere el anterior párrafo deberá estar debidamente firmada por el representante de la entidad y acompañada de la correspondiente factura y/o facturas, cumpliendo los requisitos y condiciones previstos en la normativa aplicable sobre facturación.

23.3.- El patrocinado podrá solicitar una prórroga adicional de cinco (5) días naturales mediante escrito en el que se contengan las causas y razones que motivan dicha solicitud y con cinco (5) días naturales de antelación a la expiración del plazo inicial de justificación dirigido a la Dirección- Gerencia de Promotur Turismo de Canarias S.A.

Examinado el escrito en cuanto al cumplimiento de estas exigencias, y si resultara adecuadas o procedentes las razones alegadas, la Dirección- Gerencia elevará la propuesta a la Consejera Delegada que emitirá Resolución al efecto.

No podrá ser objeto de prórroga el plazo si estuviere vencido.

23.4.- La entidad patrocinadora examinará la documentación presentada, comprobando que la actividad y/o proyecto patrocinado se ha realizado según lo previsto, y en su caso, otorgando un plazo de cinco (5) días hábiles al patrocinado para que proceda a la corrección de los defectos subsanables en dicha justificación. En el caso de no proceder a la subsanación requerida se entenderá que la patrocinada renuncia al patrocinio concedido.

Se podrá admitir en la justificación de las inversiones una variación del $\pm 10\%$ en relación a las correspondientes cuantías aprobadas por conceptos patrocinables, sin que sea necesaria la modificación de la resolución de concesión.

23.5.- Entregada y revisada la documentación justificativa, y/o cumplido el trámite de subsanación, la entidad patrocinadora podrá proceder al pago de la cantidad estipulada.

No obstante, la ausencia de justificación en el plazo inicial previsto o prorrogado, o la resistencia, excusa, obstrucción o negativa a presentarla o respecto a las actuaciones de comprobación y control administrativo y financiero, así como los incumplimientos

derivados del patrocinio o concurrencia de alguna de las causas de extinción serán motivo para denegar el abono del patrocinio adjudicado y conllevará la pérdida del derecho de cobro de la cantidad aprobada y otorgada con destino al patrocinio del evento o actividad.

23.BIS.- PROCEDIMIENTO DE DEVOLUCIÓN DE LA CONTRAPRESTACIÓN ECONÓMICA ABONADA MEDIANTE CERTIFICACIÓN PARCIAL.

En el supuesto de abono de certificación parcial, según lo establecido en la Cláusula núm. 16 bis de las Bases reguladoras de la convocatoria de patrocinio y el presente Pliego, procederá la devolución de la contraprestación económica abonada si el patrocinado incurre en alguno de los supuestos indicados en las Cláusulas núm. 16 de las Bases reguladoras de la indicada convocatoria y núm. 27 de este Pliego, o en cualquiera que el órgano de contratación aprecie en virtud de la prerrogativa de interpretación que ostenta.

El procedimiento de devolución se iniciará de oficio mediante acuerdo del órgano contratante en el que se determine la causa que determina su inicio, las causas o supuestos que lo justifican y el importe del patrocinio afectado, notificándolo oportunamente y por medios electrónicos al patrocinado y concediéndose al efecto audiencia por un plazo improrrogable de tres (3) días hábiles para que alegue o presente los documentos que funden sus pretensiones a través de cualquier medio admitido en derecho.

Cumplido este trámite, y examinadas las alegaciones o documentos presentados, la entidad patrocinadora dictará resolución estimando o desestimando la pretensión, en cuyo caso otorgará un plazo de cinco (5) días naturales para la devolución de la cantidad. La devolución comportará la totalidad del importe de fondos abonados por la entidad patrocinadora.

En el supuesto que el patrocinado no realice la devolución en el plazo indicado comenzará a computarse los intereses legales de demora al efecto, reservándose la entidad patrocinadora el derecho judicial a la reclamación de indemnización por daños y perjuicios que pudiera derivarse de esta actuación.

24.- INCUMPLIMIENTOS DEL CONTRATO (art. 192 LCSP/2017)

24.1.- Cumplimiento defectuoso o incumplimiento parcial de la ejecución del objeto del contrato

24.1.1.- En el caso de que el contratista realizase defectuosamente el objeto del contrato, o incumpliera los compromisos adquiridos en virtud del presente contrato, o las

condiciones especiales de ejecución establecidas en este pliego, la entidad patrocinadora impondrá una penalización económica por importe máximo del 5% del precio del patrocinio, IGIC excluido, así como la no participación en contratos, convenios y cualquier otra relación jurídica pertinente durante un periodo ni inferior a tres años con la entidad patrocinadora.

24.1.2.- La entidad patrocinadora podrá también aplicar las penalizaciones previstas en la presente cláusula cuando el patrocinador, por causas a él imputables, hubiere incumplido parcialmente la ejecución de la actividad y/o proyecto patrocinado, y no se hubiere comunicado debidamente ello a la entidad patrocinadora.

Siguiendo lo establecido en la Cláusula núm. 16 bis de las Bases reguladoras de la convocatoria de patrocinios, en el supuesto de que el patrocinado hubiere solicitado el abono del importe concedido en patrocinio mediante certificación parcial y se acreditará un incumplimiento defectuoso o cumplimiento parcial del proyecto patrocinado, le serán aplicables, además de la exigibilidad de la devolución de la cantidad concedida en patrocinio correspondiente al 5%, la no participación en contratos, convenios y cualquier otra relación jurídica pertinente durante un periodo ni inferior a tres años con la entidad patrocinadora.

V

MODIFICACIÓN DE CONTRATO

25.- MODIFICACIÓN DEL CONTRATO (arts. 190, 203, 204, 205 LCSP/2017)

25.1.- Una vez perfeccionado, el contrato sólo podrá modificarse por razones de interés público, con arreglo a lo establecido en los apartados siguientes y en los artículos 203 a 207 de la LCSP.

25.2.- No se prevén modificaciones convencionales del contrato, sin perjuicio de que se puedan llevar a cabo modificaciones de carácter legal cuando concurra alguna de las circunstancias a que se refiere el apartado 2 del artículo 205 de la LCSP, siempre y cuando no alteren las condiciones esenciales de la licitación y adjudicación del contrato, debiendo limitarse a introducir las variaciones estrictamente indispensables para atender la causa objetiva que las haga necesarias.

25.3.- Estas modificaciones deberán ser acordadas por el órgano de contratación, siguiendo en su caso el procedimiento establecido en el artículo 191 de la LCSP y teniendo en cuenta, asimismo, lo dispuesto en el artículo 207.2 de dicha Ley.

Dichas modificaciones serán obligatorias para el patrocinado cuando impliquen, aislada o conjuntamente, una alteración en su cuantía que no exceda del 20 por ciento del precio inicial del contrato, IGIC excluido.

Cuando, de acuerdo con lo anteriormente señalado, la modificación no resulte obligatoria para el contratista, la misma solo será acordada por el órgano de contratación previa conformidad por escrito del mismo, resolviéndose el contrato, en caso contrario, de conformidad con lo establecido en la letra g) del apartado 1 del artículo 211.

25.4.- La conclusión del procedimiento de modificación contractual devendrá en la formalización de Adenda que se adherirá al contrato, y formará parte del contenido del mismo como documento con vinculación contractual para las partes. El patrocinador deberá publicar en todo caso un anuncio de modificación en el Portal de licitación PLYCA en el plazo de cinco (5) días desde la aprobación de la misma.

VI

FINALIZACIÓN DEL CONTRATO

26.- CUMPLIMIENTO DEL CONTRATO (arts. 111.3 y 210 de la LCSP/2017)

26.1.- El contrato se entenderá cumplido por el patrocinado cuando éste haya realizado la actividad objeto de patrocinio, conforme a la propuesta inicial o reformulada presentada, cumpliendo las obligaciones específicas establecidas en este Pliego y con la previa conformidad de la entidad contratante.

Si las obligaciones de publicidad y promoción en la actividad y/o proyecto del patrocinado se ha cumplido correctamente, la entidad patrocinada, a la presentación de la certificación por el patrocinado, hará constar de forma expresa su conformidad, de haberse producido la realización total del objeto del contrato.

26.2.- Si dichas obligaciones no se adecúan a lo previsto en la propuesta inicial o reformulada presentada por el patrocinado, como consecuencia de vicios o defectos imputables a la misma, la entidad patrocinadora podrá rechazarla, quedando exenta de la obligación de pago.

27.- RESOLUCIÓN Y EXTINCIÓN DEL CONTRATO

27.1.- Concluida la vigencia del contrato, y cumplidas por el patrocinado las obligaciones

derivadas del contrato, este se considerará extinguido a todos los efectos.

27.2.- Además de por su cumplimiento, el contrato se extinguirá por las causas o motivos establecidos en la Cláusula núm. 16 de las Bases reguladoras de la convocatoria:

- a) La falsedad de los datos aportados.
- b) La extinción de la personalidad jurídica de la entidad patrocinada.
- c) El incumplimiento total o parcial de todas o alguna de las condiciones establecidas en las Bases reguladoras de la convocatoria, en los Pliegos contractuales devinientes y en el contrato formalizado al efecto.
- d) La realización por parte del patrocinado, de actuaciones que, a juicio del órgano de contratación sean contrarias a los objetivos y finalidad de la convocatoria de patrocinios a la que concurrió.
- e) La alteración del objeto del patrocinio concedido.
- f) La no ejecución total o parcial de la actividad patrocinada en los términos indicados en las Bases, los Pliegos contractuales y el contrato que se suscriba.

27.3.- El patrocinio está supeditado a la constatación de la observancia por el patrocinador de las exigencias señaladas en las Bases y los Pliegos que rigen este patrocinio. En todo caso, la ejecución parcial de la obligación no excluye el ejercicio de la acción resolutoria, no distinguiéndose entre inexecución total o parcial.

D^a Catalina Suárez Romero
Jefa de Área de Personal y Contratación
Promotur Turismo Canarias S. A

D^a Yaiza Castilla Herrera
Consejera Delegada
Promotur Turismo Canarias S.A

PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A.

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HA DE REGIR EL PATROCINIO DE “XLII COPA S.M. LA REINA DE BALONMANO”

Expte.: 0112/21

Tipo de Tramitación: Ordinaria (art. 116 LCSP/2017)

Tipo de Procedimiento: Negociado sin publicidad por exclusividad
(art. 168 letra a) 2º LCSP/2017)

ANEXO II

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HA DE REGIR EL PATROCINIO DEL EVENTO “XLII COPA S.M. LA REINA DE BALONMANO”, TRAMITADO Y ADJUDICADO MEDIANTE PROCEDIMIENTO NEGOCIADO SIN PUBLICIDAD EN SU MODALIDAD DE EXCLUSIVIDAD POR PROTECCIÓN DE DERECHOS EXCLUSIVOS.

0.- ANTECEDENTES

El Gobierno de Canarias para dar respuesta a los desafíos y consecuencias económicas y de empleo derivados del Covid-19 y del procedimiento de insolvencia del grupo empresarial británico Thomas Cook ha puesto en marcha una serie de medidas de apoyo al sector. Entre estas medidas, se ha articulado la convocatoria de concesión de patrocinios, destinados a entidades privadas, de eventos presenciales, de diversa índole celebrados en el ámbito territorial de las Islas Canarias que generen un retorno publicitario en el proceso de dinamización turística en el Archipiélago Canario. La acción patrocinadora persigue, transversalmente, garantizar el desarrollo económico del Archipiélago, preservar y reactivar la continuidad de la actividad, la creación de empleo, lo que se hace más indispensable un apoyo a este sector en todos ámbitos

Este tipo de actividades a patrocinar coincide con el objeto social de Promotur Turismo Canarias, S.A. que se materializa en las actividades relacionadas con el estudio, promoción, fomento, difusión y comercialización de los distintos productos y servicios turísticos de Canarias y con la potenciación de la oferta turística del archipiélago. Se alinea, por tanto, con la estrategia genérica de la marca “Turismo de Islas Canarias” en cuanto al patrocinio de acciones de estas características (foros, seminarios, congresos, eventos, etc.) ya que las actividades patrocinadas propician la difusión y la promoción de la marca mediante, persiguiéndose los siguientes objetivos: mejorar el conocimiento turístico y el impacto de la actividad turística en la economía canaria; aumentar la implicación de la sociedad canaria, de los agentes económicos y de los canales directos de comunicación y comercialización en la difusión de la marca.

Y todo ello con base a la Convocatoria para la concesión de patrocinios, destinados a entidades privadas, de eventos presenciales, de diversa índole celebrados en el ámbito territorial de las Islas Canarias que generen un retorno publicitario en el proceso de dinamización turística en el Archipiélago Canario, aprobada en virtud de Resolución de la Consejera Delegada de Promotur Turismo Canarias, S.A, de 22 de Febrero de 2021.

Resueltos o adjudicados los patrocinios por Resolución de la Consejera Delegada de fecha de 17 de junio de 2021, se procede a la instrumentalización y formalización del mismo en documento jurídico en el que constarán las obligaciones de ambas partes, la contraprestación y la forma de justificar el patrocinio, teniendo siempre presente la legislación aplicable, los requisitos indicados en estos Pliegos y como lo dispuesto en la cláusula 12.4 de las Bases.

1.- OBJETO DEL CONTRATO

1.1.- El objeto del contrato es el patrocinio del evento denominado “XLII Copa S.M. La Reina de Balonmano”, que deviene de la **Convocatoria para la concesión de patrocinios, destinados a entidades privadas, de eventos presenciales, de diversa índole celebrados en el ámbito territorial de las Islas Canarias que generen un retorno publicitario en el proceso de dinamización turística en el Archipiélago Canario (01 de abril-30 de junio de 2021)**, aprobada en virtud de Resolución de la Consejera Delegada de Promotur Turismo Canarias, S.A, de 22 de febrero de 2021, y así, a razón de lo dispuesto en la Cláusula núm. 12.4 de las Bases reguladoras de esta convocatoria, resultando preceptivo la tramitación de expediente de contratación para formalizar el patrocinio.

Dado que objetivamente solo existe una entidad que pueda encargarse de la ejecución del evento objeto de patrocinio, siendo en este caso “CLUB DEPORTIVO BALONMANO REMUDAS ISLA DE GRAN CANARIA” (en adelante, nombrado como “el/ la licitador” o “el/la licitador” del procedimiento, en fase de preparación y adjudicación; y como “el/la patrocinado/a”, en fase de ejecución”), por lo tanto: no existe competencia por la protección de derechos exclusivos

Por todo ello, procede la celebración del contrato de patrocinio, de acuerdo con la meritada Cláusula núm. 12.4 de las Bases reguladoras que rigen la convocatoria de patrocinios con entidades privadas y el art. 168.a) de la LCSP, de modo que Promotur Turismo Canarias S.A realiza el patrocinio mediante contratación directa con la entidad citada por la existencia de tales derechos exclusivos.

1.2.- No procede la división en lotes del objeto del contrato, ya que, de hacerlo, desvirtuaría propiamente los fines pretendidos con el patrocinio por lo que, en vista de las características de la prestación, no se considera viable, en la medida que al dotarse del apoyo económico adecuado a este evento; se desarrolla una colaboración única por parte del licitador en la publicidad de la acción emprendida por el patrocinador y en concreto de la publicidad y presencia de las marcas de su titularidad.

De este modo, la naturaleza del patrocinio aconseja razonablemente la integridad y unidad en un solo lote de las prestaciones que las constituyen y justifica por tanto que el objeto contractual se realice de manera conjunta, permitiendo lograr una mayor proyección y optimización del pretendido «retorno publicitario», y así, buscando la notoriedad y la resonancia de la actividad que desarrolla el patrocinado, con el fin de incrementar entre el público el conocimiento de la marca antes indicada y favorecer la imagen del destino turístico Islas Canarias, lo que redundará en el impulso y reactivación del turismo del Archipiélago.

1.3.- Tanto el presente Pliego como los demás documentos anexos tienen carácter contractual, por lo que, de existir discordancia entre dichos documentos y el contrato, prevalecerá el Pliego Administrativo.

El desconocimiento de las cláusulas contenidas en el presente Pliego que rige la presente licitación y la del resto de documentos contractuales, en cualquiera de sus términos, así como de las instrucciones o normativa de aplicación que resulten de aplicación en ejecución de lo pactado, no exime al patrocinado de la obligación de su estricto cumplimiento.

2.- ÓRGANO DE CONTRATACIÓN

2.1.- El órgano de contratación, que actúa en nombre de la sociedad mercantil pública **Promotur Turismo Canarias S.A (en adelante, nombrado de forma indistinta en este Pliego como “el/la patrocinador/a” o “la entidad patrocinadora” o “la entidad contratante”)**, es la Consejera Delegada, en virtud de las facultades instituidas por el Consejo de Administración de esta entidad de fecha 03 de octubre de 2019

2.2.- El mencionado órgano tiene facultad para adjudicar el contrato y ostenta las prerrogativas de interpretarlo, resolver las dudas que ofrezca su cumplimiento, modificarlo por razones de interés público, declarar la responsabilidad imputable al contratista a raíz de la ejecución del mismo, suspender dicha ejecución, acordar la resolución del contrato y determinar los efectos de ésta, con sujeción a la normativa aplicable.

Igualmente, el órgano de contratación ostenta las facultades de inspección de las actividades desarrolladas por el contratista durante la ejecución del contrato, de conformidad con lo establecido en el segundo párrafo del artículo 190 de la LCSP.

3.- CONDICIONES Y REQUISITOS DEL PATROCINIO

3.1.- Condiciones de la concesión de licencia de marca "Islas Canarias" o "Islas Canarias Latitud de vida" para las acciones objeto de patrocinio

La ejecución del contrato comprende la colaboración por parte del patrocinado en la promoción y difusión del destino turístico Islas Canarias a través de la utilización de la o las marcas que la entidad patrocinadora indique en la actividad desarrollada por el patrocinado y que resulta objeto de este patrocinio.

La entidad patrocinadora concede una licencia al patrocinador, sobre las marcas que se relacionan a continuación para que éste pueda hacer uso de ella al cumplimiento del objeto del contrato, sobre la que la entidad patrocinadora ostenta la única titularidad.

Las marcas a utilizar serán:

Tipo de Marca	Número de Registro	Denominación de la marca
Marca Comunitaria	nº 009658956	Islas Canarias
Marca Española	Nº 3.045.712	Islas Canarias, Latitud de Vida

Así, el otorgamiento de la licencia para ejecutar las acciones publicitarias por parte del patrocinado se rige por las siguientes condiciones:

- Se otorga una **licencia simple**, ya que el objeto de la licencia es exclusivamente las marcas.
- Se otorga una **licencia no exclusiva para la entidad patrocinadora**, por cuanto ésta se reserva la posibilidad de conceder a otros la facultad de utilizar sus marcas, así como el derecho a usarlas directamente en el desarrollo de su objeto social.
- Se otorga una **licencia territorial**, sin ámbito territorial limitado.
- Se otorga una **licencia gratuita**, en virtud del patrocinio publicitario acordado por las partes.
- Se otorga una **licencia parcial**: sólo para el objeto de contrato de patrocinio publicitario.
- Se otorga una licencia no susceptible de **sublicencia** de la misma a terceros.
- Se otorga una **licencia temporal** por el plazo de vigencia establecida en el contrato, este es, como máximo, de un (1) año, sin que se admita prórroga.

Las condiciones anteriormente señaladas se aplicarán igualmente a las inserciones de publicidad a que se obliga el patrocinado en el marco del Programa Operativo FEDER Canarias 2014-2020 y de la financiación otorgada por subvención nominativa que se instrumentaliza mediante Convenio entre la Secretaría de Estado de Turismo (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo) y la Comunidad Autónoma de Canarias, de conformidad con lo dispuesto en el Real Decreto-Ley 12/2019, de 11 de octubre (BOE 12/10/2019), por el que se adoptan medidas urgentes para paliar los efectos de la apertura de procedimientos de insolvencia del grupo empresarial “Thomas Cook”, publicado en el Boletín Oficial de Canarias de 19 de febrero de 2020.

3.2.- Condiciones o medidas específicas del patrocinio: retorno publicitario

3.2.1.- El patrocinado está obligado a colaborar en la publicidad del patrocinador del Gobierno de Canarias y de 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. En el caso de la inclusión del logotipo o imagen institucional del Gobierno de Canarias, se deberán seguir las instrucciones indicadas en el Manual de Identidad Corporativa del Gobierno de Canarias. Para la publicidad de Promotur Turismo Canarias S. A, a través de la incorporación de su imagen o logotipos institucionales se empleará su marca “Islas Canarias” o “Islas Canarias Latitud de Vida”, en las versiones que en su caso procedan de manera adecuada al evento, sin perjuicio de otros logos o marcas que se indiquen expresamente por la entidad patrocinadora.

Así, y en cumplimiento de las obligaciones de información y publicidad derivadas del Programa Operativo FEDER Canarias 2014-2020, la ejecución del patrocinio objeto de contratación quedará sujeta a las disposiciones en esta materia, de conformidad con lo establecido en el artículo 115 y anexo XII del Reglamento (UE) N° 1303/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de diciembre de 2013, así como a las directrices recogidas en la guía de información y comunicación de las intervenciones cofinanciadas por estos Programas, en la siguiente url: http://www.gobiernodecanarias.org/cmsgobcan/export/sites/hacienda/dgplani/galeria/20160809_Guia-IyP_Canarias-FEDER-y-FSE_V19.pdf, especialmente, con la inserción de los logos que así se comuniquen por parte de la entidad patrocinadora.

Además, la entidad patrocinada dará la adecuada publicidad al carácter público de la financiación haciéndose constar que es un proyecto financiado por la Secretaría de Estado de Turismo (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo), en el marco del Convenio por el que se determinan las condiciones de concesión de una subvención nominativa a la

Comunidad Autónoma de Canarias, prevista en el Real Decreto-Ley 12/2019, de 11 de octubre (BOE 12/10/2019), por el que se adoptan medidas urgentes para paliar los efectos de la apertura de procedimientos de insolvencia del grupo empresarial “Thomas Cook”, publicado en el Boletín Oficial de Canarias de 19 de febrero de 2020, incluyendo su imagen institucional.

Los logotipos, marcas, imágenes y anagramas que el patrocinado debe insertar en toda la publicidad generada están disponibles en la página web corporativa de la entidad convocante.

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 del 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. A este respecto, el patrocinado deberá indicar en el Plan de Medios o Comunicación que presente con las solicitudes de 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

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 mismo y sean de titularidad del patrocinador.

Así, el uso no autorizado, o para un fin distinto al pactado en el presente pliego por parte del patrocinado o de cualquier signo distintivo protegido por los derechos de propiedad industrial o intelectual del patrocinador, facultará a éste para instar la resolución del contrato resultante, en cuyo caso, el patrocinado se compromete a restituir al patrocinador el importe de las aportaciones realizadas 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, puede descargarse en el Brand Centre de las Islas Canarias (<https://brandcentre.hellocanaryislands.com/>). Para acceder a los contenidos del mismo hay que registrarse previamente pinchando en el botón de “Registro”, el cual dirige a un sencillo formulario que hay que cumplimentar.

Una vez utilizad el registro, se debe iniciar sesión con el usuario y contraseña establecidos para poder acceder y descargar los distintos logotipos de la marca. Para ello, hay que

pinchar en “Logos” del menú superior, en cuya página (<https://brandcentre.hellocanaryislands.com/logos>) se ofrece una serie de filtros para facilitar la búsqueda del logotipo deseado, incluso por idiomas.

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

3.2.2.- Al objeto de incluir el evento patrocinado en la agenda de la web promocional de la marca Islas Canarias (<https://holaislascanarias.com/agenda/>), los responsables del mismo deben enviar a la dirección de correo electrónico que se les facilite al efecto 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, con una extensión entre 80-100 palabras y traducido al menos obligatoriamente el español y el inglés.
- Coordenadas del lugar de celebración del evento para posibilitar su geolocalización.
- Página web del evento.

Para que el evento patrocinado sea publicado en la mencionada agenda, los responsables del mismo deben enviar toda la información anteriormente detallada con la suficiente antelación.

El patrocinado se obliga a realizar la actividad y/o proyecto presentado, tal y como se ha previsto en este Pliego, en el lugar y fecha señalado, salvo la concurrencia de causas de fuerza mayor no imputables al patrocinado; aplicando la diligencia específica que corresponda a los usos profesionales del sector de su actividad.

3.2.3.- 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 todos los casos, que dicho evento se celebra en las Islas Canarias.

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

3.2.4.- Los responsables del evento patrocinado deben proporcionar varias fotografías del mismo, cuyo destino es el archivo fotográfico de Promotur que se aloja en el Brand Centre

de las Islas Canarias (<https://brandcentre.hellocanaryislands.com/>), al cual deberán acceder los propios responsables del evento para incluir dichas imágenes.

Todos estos recursos gráficos, y/o audiovisuales si los hubiera, deberán estar acompañados de sus respectivos documentos que acrediten la cesión de los derechos de la propiedad intelectual por parte del autor de las fotografías, o de cualquier otro material gráfico y/o audiovisual, a Promotur Turismo Canarias S.A., y cuyo fin es la promoción turística de la marca Islas Canarias y/o del mismo evento. Igualmente, se deberá incluir, en su caso, la cesión de derechos de imagen de todas las personas que aparezcan en cualquiera de estos recursos gráficos y audiovisuales.

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

- 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.
- Velar por el cumplimiento de las condiciones básicas que garanticen la calidad la programación patrocinada, y en concreto el respeto a la publicidad que, sobre la actividad, proyecto y/o espectáculos se realice, garantizando el ajuste de la información emitida al contenido real del desarrollo del mismo.
- 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.
- Cumplir, en su caso y si procede, con las disposiciones del texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual 1/1996, de 12 de abril, modificada por la Ley 2/2019, de 1 de marzo, y a estos efectos, contar con la preceptiva autorización de la Fundación SGAE en lo relativo a la reproducción y comunicación pública de las obras si, en su caso, están incorporados a su actividad, eximiendo al patrocinado de toda responsabilidad por las posibles acciones civiles y penales que pudieran emprenderse debido a su incumplimiento.

- Adoptar y cumplir estrictamente las acciones y medidas gubernamentales de seguridad y salud establecidas para controlar la transmisión de la pandemia COVID-19, sin perjuicio de aquellos protocolos y guías marcadas por las autoridades sanitarias a fin de ser dispuestos a los distintos sectores de actividad y a la población en su conjunto que, en tal caso, hubiere establecido el patrocinado, mediante su asunción o elaboración de documento interno o equivalente, con respecto a la organización y desarrollo del evento, los organizadores, colaboradores, los propios participantes o jugadores profesionales y asistentes.

El patrocinador queda exonerado de cualquier responsabilidad en relación con los incumplimientos que pudieren derivarse por la ausencia en la aplicación o aplicación parcial de tales medidas, pudiendo ser causa de resolución del contrato resultante.

3.3.- Medios materiales y técnicos adscritos al evento objeto de patrocinio

3.3.1.- Todos los materiales, equipos y medios técnicos necesarios y adecuados para la ejecución del evento objeto de patrocinio, incluida la gestión u obtención de los permisos, licencias y autorizaciones preceptivas para el inicio y ejecución de dicha actividad patrocinada, será por cuenta del patrocinado, eximiendo al patrocinador de las posibles penalizaciones que pudieran surgir de no cumplir con dichas exigencias.

3.3.2.- El patrocinado habrá de velar por que los medios técnicos y materiales destinados al desarrollo de la actividad patrocinada cumplan las normativas de seguridad e higiene en el trabajo y la normativa vigente en materia medioambiental.

3.4. Medios humanos y profesionales adscritos al evento objeto de patrocinio

3.4.1.- Corresponde exclusivamente a la patrocinada la selección del personal que formará parte del equipo de trabajo adscrito a la ejecución de la actividad objeto de este contrato de patrocinio.

3.4.2.- El patrocinado asume la obligación de ejercer de modo real, efectivo y continuo, sobre el personal integrante del equipo de trabajo encargado de la ejecución de la actividad patrocinada, el poder de dirección inherente a todo empresario. En particular, asumirá la negociación y pago de los salarios, la concesión de permisos, licencias y vacaciones, la sustituciones de los trabajadores en casos de baja o ausencia, las obligaciones legales en materia de Seguridad Social, incluido el abono de cotizaciones y el pago de prestaciones cuando proceda, las obligaciones legales en materia de prevención de riesgos laborales, el ejercicio de la potestad disciplinaria, así como cuantos derechos y obligaciones se deriven de la relación contractual entre empleado y empleador.

3.4.3.- El patrocinado deberá cumplir, bajo su exclusiva responsabilidad, las obligaciones sociales y laborales establecidas en el derecho de la Unión Europea, el derecho nacional, los convenios colectivos o las disposiciones de derecho internacional social y laboral que vinculen al Estado, así como de las que se promulguen durante la ejecución del contrato.

3.4.4.- El patrocinado en todo caso deberá realizar la correspondiente evaluación de riesgos laborales y además estará obligado a poner a disposición del contrato los recursos preventivos adecuados, conforme al artículo 22.bis del Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de Servicios de Prevención.

A la extinción del contrato deviniente del patrocinio, no podrá producirse en ningún caso la consolidación de las personas que hayan participado y/o realizado los trabajos que comprende la actividad objeto de patrocinio como el personal de la entidad patrocinadora.

3.5.- Fecha y lugar de realización de la actividad patrocinada

La/s fecha/s y lugar/es de realización o ejecución del evento objeto de patrocinio es el determinado por el patrocinado en la documentación o memoria descriptiva del proyecto presentado, y se ajusta al período de ejecución señalado en la Cláusula núm- 7 de las Bases reguladoras de la convocatoria de patrocinios a que concurre el presente y que comprende desde el 01 de abril al 30 de junio de 2021.

4.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN (arts. 145, 146 Y 147 LCSP/2017)

4.1.- Los criterios que sirven de base para la adjudicación del patrocinio, son los siguientes:

- Criterios evaluables automáticamente: hasta 50 puntos.
- Criterios evaluables mediante juicios de valor: hasta 50 puntos.

La adjudicación del presente patrocinio se ha fundamentado en los criterios de adjudicación previstos en la Base núm. 10 de las bases que regulan la convocatoria, y que son los que se reproducen a continuación:

CRITERIOS DE VALORACION (100 puntos)	PUNTUACION MÁXIMA
<u>Criterios de valoración subjetiva</u>	
1. Valor y calidad del evento y coherencia con los objetivos y fines de la convocatoria	50 puntos

1.1. Atracción de demanda en origen	10 puntos
1.2. Incorporación de otros sectores relacionados o vinculados que conforman la cadena de valor turística, participación de la población y empresario regional	10 puntos
1.3. Impacto en la imagen de Canarias	15 puntos
1.4. Carácter innovador y repercusión social y económica y medioambiental	15 puntos
Crterios de valoración objetiva	50 puntos
1. Financiación y viabilidad presupuestaria ajustada a precios de mercado en referencia a la estructura de costes	25 puntos
1.1.Aportación otras entidades públicas	Si la aportación pública representa: Del 5 a 10% del presupuesto de los eventos: 2 Del 11 al 20% del presupuesto de los eventos: 3 Del 21 al 30% del presupuesto de los eventos: 4 Del 31 al 40% del presupuesto de los eventos: 5
1.2.Aportación otras entidades privadas	Si la aportación privada representa: Del 5 a 10% del presupuesto de los eventos: 6 Del 11 al 20% del presupuesto de los eventos: 8
1.3.Aportación propia	Si la aportación propia representa: Del 5 a 10% del presupuesto de los eventos: 6 Del 11 al 20% del presupuesto de los eventos: 8 Del 21 al 30% del presupuesto de los eventos: 10 Del 31 al 40% del presupuesto de los eventos: 12
2. Proyección y consolidación del evento	25 puntos

2.1. Trayectoria del proyecto:	Nueva creación: 1 punto 1 año: 3 puntos 2 años: 4 puntos 3 años: 5 puntos 4 años: 7 puntos 5 o más años: 8 puntos
2.2 Mayor número de participantes:	Entre 10 a 50 participantes: 2 Entre 51 a 150 participantes: 4 Entre 151 a 300 participantes: 6 Entre 301 a 500 participantes: 8 Entre 501 a 1000 participantes: 10 Más de 1000 participantes: 13
2.3. Ejecución del evento en distintas islas	Si el evento para el que se solicita el patrocinio se desarrolla: En dos (2) islas: 2 En tres (3) islas: 4

4.2.- Obtenida la puntuación respecto a cada uno de los criterios, se suma la puntuación total que obtiene el licitador de este procedimiento.

5.- DOCUMENTACIÓN JUSTIFICATIVA DEL PATROCINIO ADJUDICADO.

5.1.- A efectos de justificar el patrocinio adjudicado, y según Resolución de la Consejera Delegada de fecha 13 de agosto de 2021, el patrocinado deberá entregar al patrocinador en el plazo máximo de cinco (5) días hábiles a contar desde el siguiente a aquel en que se formalice el contrato la documentación justificativa señalada en la Cláusula núm. 14 de las Bases reguladoras de la convocatoria de patrocinio.

- 1) Memoria de Actuación justificativa de los eventos realizados, con indicación de los resultados obtenidos.
- 2) Memoria económica justificativa del coste de los eventos realizadas, acompañándose de los siguientes documentos:
 - Respecto al importe del patrocinio, los justificantes de pagos efectivamente realizados junto con las facturas asociadas a estos pagos relativos a los gastos efectivamente abonados y que están relacionados con el proyecto.

Los documentos justificativos del pago deben permitir, en todo caso, determinar a qué factura y proveedor corresponde el pago efectuado.

No se admitirán facturas que no estén debidamente cumplimentadas ni gastos abonados en efectivo.

- La relación detallada y firmada de otros ingresos, subvenciones o recursos que ha financiado la actividad patrocinada con indicación del importe y su procedencia.
- 3) Cuenta Justificativa de Patrocinio.
- 4) Material publicitario original que justifique la presencia del logotipo o marca de titularidad de Promotur Turismo Canarias S.A en los eventos patrocinados.
- 5) Declaración responsable de justificación del proyecto y/o actividad patrocinada.

5.2.- La documentación a que se refiere el anterior párrafo deberá estar debidamente firmada por el representante de la entidad y acompañada de la correspondiente factura y/o facturas, cumpliendo los requisitos y condiciones previstos en la normativa aplicable sobre facturación.

5.3.- El patrocinado podrá solicitar una prórroga adicional de cinco (5) días naturales mediante escrito en el que se contengan las causas y razones que motivan dicha solicitud y con cinco (5) días naturales de antelación a la expiración del plazo inicial de justificación dirigido a la Dirección- Gerencia de Promotur Turismo de Canarias S.A.

Examinado el escrito en cuanto al cumplimiento de estas exigencias, y si resultara adecuadas o procedentes las razones alegadas, la Dirección- Gerencia elevará la propuesta a la Consejera Delegada que emitirá Resolución al efecto.

No podrá ser objeto de prórroga el plazo si estuviere vencido.

5.4.- La entidad patrocinadora examinará la documentación presentada, comprobando que la actividad y/o proyecto patrocinado se ha realizado según lo previsto, y en su caso, otorgando un plazo de cinco (5) días hábiles al patrocinado para que proceda a la corrección de los defectos subsanables en dicha justificación. En el caso de no proceder a la subsanación requerida se entenderá que la patrocinada renuncia al patrocinio concedido.

Se podrá admitir en la justificación de las inversiones una variación del $\pm 10\%$ en relación a las correspondientes cuantías aprobadas por conceptos patrocinables, sin que sea necesaria la modificación de la resolución de concesión.

5.5.- Entregada y revisada la documentación justificativa, y/o cumplido el trámite de subsanación, la entidad patrocinadora podrá proceder al pago de la cantidad estipulada.

No obstante, la ausencia de justificación en el plazo inicial previsto o prorrogado, o la resistencia, excusa, obstrucción o negativa a presentarla o respecto a las actuaciones de comprobación y control administrativo y financiero, así como los incumplimientos derivados del patrocinio o concurrencia de alguna de las causas de extinción serán motivo para denegar el abono del patrocinio adjudicado y conllevará la pérdida del derecho de cobro de la cantidad aprobada y otorgada con destino al patrocinio del evento o actividad.

6.- CONFIDENCIALIDAD Y DERECHOS DE PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL.

6.1.- El patrocinado deberá respetar el carácter confidencial de aquella información a la que se tenga acceso con ocasión de la ejecución del contrato a la que se hubiese dado dicho carácter por la patrocinadora, o que por su propia naturaleza deba ser tratada como tal y estará obligado a guardar sigilo respecto a los datos o antecedentes que, no siendo públicos o notorios, estén relacionados con el objeto del contrato, de los que tenga conocimiento con ocasión de su ejecución.

El patrocinado adquiere el compromiso de custodiar el material publicitario que, en su caso se le entregue para la realización del contrato y la obligación de que ni la documentación ni la información en ella contenida o a la que acceda como consecuencia de la ejecución del contrato llegue a poder de terceras personas.

6.2.- El patrocinado está obligado a respetar la normativa nacional y de la Unión Europea en materia de protección de datos y su incumplimiento será causa de resolución del contrato, de conformidad con lo dispuesto en el Pliego de Condiciones Administrativas Particulares.

El patrocinado queda obligado al cumplimiento de lo dispuesto en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, 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 y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (RGPD), en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, especialmente en lo indicado en sus artículos 5, 28 y 33, y en el Reglamento que desarrolla la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, aprobado por Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, en cuanto no se oponga o resulte incompatible con lo dispuesto en el mencionado Reglamento (UE) y en la Ley Orgánica 3/2018.

Asimismo, son de aplicación las previsiones relativas a la protección de datos de carácter personal contenidas en la disposición adicional vigésima quinta de la LCSP.

7.- PROTECCIÓN DE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL

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

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

El uso no autorizado, o para un fin distinto al pactado en el presente pliego o de cualquier signo distintivo protegido por los derechos de propiedad intelectual o industrial del patrocinador, facultará a éste para instar la resolución del contrato resultante. En este caso, el patrocinado se obligará a restituir al patrocinador el importe de las aportaciones económicas realizadas y abonadas por éste, todo ello, sin perjuicio de la correspondiente indemnización de daños y perjuicios a que hubiere lugar.

8.- PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE IMAGEN.

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 patrocinador deberá hacer entrega, conjuntamente con la documentación justificativa a que refiere la Cláusula núm. 22 del Pliego de Condiciones Administrativas Particulares, de las autorizaciones, contratos, acuerdos o cesiones de derecho debidamente firmadas por los asistentes, colaboradores, participantes o cualesquiera otros intervinientes en el evento que se patrocina, con la finalidad de tener prueba documental y fehaciente del cumplimiento de lo establecido en esta cláusula.

9.- RESPONSABLE DEL CONTRATO: SEGUIMIENTO Y CONTROL EN CUANTO A LA APLICACIÓN DE LA MARCA

De conformidad con lo establecido en el artículo 62 de la LCSP/2017 y la Cláusula núm. 19 del Pliego de Condiciones Administrativas que rige este procedimiento, se designa, como responsable del contrato, a **Dº Juan Armas Puente**, Director de Relaciones Institucionales y Servicios Generales, de la sociedad mercantil pública Promotur Turismo de Canarias S.A.

Dº Juan Armas Puente
Dtor. de Relaciones Institucionales
y Servicios Generales
Promotur Turismo Canarias S.A

Dª Yaiza Castilla Herrera
Consejera Delegada
Promotur Turismo Canarias S.A



XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA DE BALONMANO

GRAN CANARIA
21 - 23 MAYO

Islas
Canarias 
LATITUD DE VIDA



Copa de S.M. la Reina



PABELLÓN INSULAR RITA HERNÁNDEZ
TELDE



XLII COPA DE S.M. LA REINA DE BALONMANO

HISTORIA

La Copa de la reina es la segunda competición para clubes femeninos de balonmano más importante de España.

Se comenzó a celebrar desde la temporada 1979/1980 en la ciudad andaluza de Huelva.

El primer equipo en ganar la competición fue el BM Rancho Casteldefels contra el C. BM Íber Valencia, y este último después se convertiría en el equipo que hasta día de hoy es el club más laureado de la competición, con un total de 20 títulos.

DATOS DE INTERÉS

Nuestro equipo actualmente cuenta con dos campeonatos y dos subcampeonatos.





XLII COPA DE S.M. LA REINA DE BALONMANO



¿QUIENES SOMOS?

Comenzamos nuestra andadura en noviembre del año 1978, y durante estos cuarenta y tres años que cumpliremos próximamente, se ha ido consolidando como el club de balonmano canario que más años ha participado, y de manera continuada, en la máxima categoría del balonmano nacional.

El que más títulos ha logrado en España a nivel de campeonatos y, posiblemente, el que más jugadoras ha aportado a la Selección Nacional dentro de la comunidad en cualquier modalidad deportiva.

Ascendimos a División de Honor en la temporada 87/88 y no la hemos abandonado desde entonces.

En estos años la supremacía de nuestro Club en el archipiélago ha sido más que notable, con el objetivo constante de formar a jóvenes jugadoras que han participado en Juegos Olímpicos, como son el caso de Rita Hernández (Barcelona 92) y Marta Mangué (Atenas 2004, Londres 2012 y Río 2016).

Actualmente, el club pertenece a la Asociación de Clubes de Élite de Gran Canaria (ACEGC) desde la fundación de esta en el año 2012.

En la temporada 2018/19 ganamos tanto la Liga Guerreras Iberdrola como la Women's EHF Challenge Cup (tercera competición europea) y en la temporada 2019/20 disputaremos la Women's EHF Champions League (primera competición europea).





XLII COPA DE S.M. LA REINA DE BALONMANO

PALMARÉS Y DATOS DEL CLUB

- *32 años en la máxima categoría del balonmano español.*
- *Equipo más antiguo de la categoría.*
- *Campeón Liga Guerreras Iberdrola 18/19*
- *Campeón Copa de S.M. La Reina temporada 14/15 y 16/17*
- *Campeón – Women´s Challenge Cup 15/16 y 18/19*
- *Campeón - Supercopa de España 17/18, 19/20*
- *2º Clasificado de liga en las temporadas 13/14, 14/15, 15/16*
- *3er clasificado de liga en la temporada 91/92, 16/17, 17/18*
- *4º clasificado de liga en la temporada 93/94.*
- *12 jugadoras aportadas a la selección española absoluta.*
- *22 jugadoras aportadas a la selección española junior.*
- *35 jugadoras aportadas a la selección española juvenil.*
- *3 veces campeón de España infantil.*
- *6 veces campeón de España cadete.*
- *5 veces campeón de España juvenil.*
- *Aporta cada año el 50% de las jugadoras de las selecciones canarias.*
- *Campeón del mundo Sub-18.*
- *En los últimos 25 años campeón de canarias en 20 de ellos.*
- *Subcampeón de la XXXIV Copa de S. M. La Reina. 12/13, 13/14*
- *Medalla de Oro del Gobierno de Canarias*



XLII COPA DE S.M. LA REINA DE BALONMANO

INFORMACIÓN

La Copa de S.M. La Reina de Balonmano, va a ser uno de los mayores eventos deportivos del año 2021 en Canarias. Donde participarán los mejores equipos del panorama nacional.

La competición estará compuesta por 8 equipos, y el sistema de competición será a eliminatoria directa.

El evento deportivo contará con grupo de animación, formado por Dj, Speaker y Cheerleaders, que harán que el público asistente vibre y disfrute con el mejor espectáculo de balonmano.

El campeonato será organizado por el C.B. Rocasa Remudas Gran Canaria, con la colaboración de la Real Federación Española de Balonmano.

Su finalidad es fomentar la práctica del deporte femenino de manera especial en nuestras islas y una mejora en la calidad de vida de las jugadoras.



FECHAS

El campeonato se llevará a cabo entre el 21 y el 23 de mayo de 2021, en el Pabellón Insular Rita Hernández del municipio de Telde.



XLII COPA DE S.M. LA REINA DE BALONMANO

INSTALACIONES

Pabellón Insular Rita Hernández

- 1.000 m²
- Capacidad 2.000 personas
- Focos LED
- Vestuarios masculino y femenino
- Baños públicos
- Parking





XLII COPA DE S.M. LA REINA DE BALONMANO

ANIMACIÓN



DJ TONY ROJAS

Para nosotros es muy importante la parte de animación, ya que uno de nuestros objetivos es que el público asistente también pueda disfrutar del mejor espectáculo posible. Esta sección estará lidera por el Dj Tony Rojas, con una gran experiencia en eventos deportivos. En los que se encuentran los Juegos Olímpicos de Atenas y Río de Janeiro, Campeonatos del Mundo (Balonmano, Voleibol, Voley Playa, Futbol Playa, etc.), Copas del Rey de Baloncesto, Gran Canaria Maratón, e infinidad de eventos.



JAIMÉ GARCÍA

También contaremos con la extraordinaria voz del Speaker Jaime García, que actualmente está siendo la sensación en un gran número de eventos deportivos en Canarias.



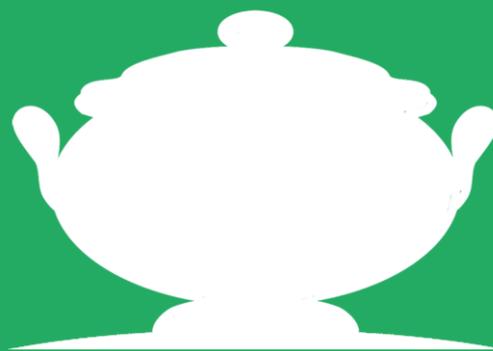
Copa de S.M. la Reina

Get
your dreams





XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA DE BALONMANO GRAN CANARIA 21 - 23 MAYO



Copa de S.M. la Reina

Plan de medios, comunicación y acciones publicitarias

PRESENTACIÓN

XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA





La presentación de la XLII Copa de S.M. La Reina y su cartel oficial tendrá lugar en la sala de prensa del Gran Canaria Arena, el próximo mes de mayo.

Donde acudirán todos los medios de comunicación y los representantes de las diferentes instituciones públicas insular y regional.

El compromiso desde las propias instituciones es apoyar y apostar por el balonmano, un deporte muy arraigado a las islas, y que transmite muchos valores.

XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA



SORTEO

XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA





LUGAR

- Gran Canaria Arena
Las Palmas de Gran Canaria



FECHA

- Mayo 2021



STREAMING

- Retransmitido en directo a través del canal de YouTube de la RFEBM.

XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA



RECEPCIÓN OFICIAL

XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA





LUGAR

- Hotel Abora Interclub Lopesan
- San Agustín



FECHA

- 20 de mayo 2021
- 20.00h.



REPRESENTANTES

- Representación de los 8 equipos participantes en la Fase Final.

XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA



PRENSA Y ZONA MIXTA

XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA



Para esta XLII edición de la Copa de S.M. la Reina 2021 llegarán al departamento de comunicación de la RFEBM alrededor de un centenar de solicitudes de solicitudes de acreditaciones de prensa, con las siguientes categorizaciones:

- * acreditados TV con derechos
- * acrditados TV sin derechos
- * acreditados fotógrafos
- * acreditados redactoras

Dadas las excepcionales circunstancias, no sabemos si se podrá dar cabida a todos estos profesionales de la comunicación.

Se instalará una infraestructura necesaria para el trabajo de los medios de comunicación.

Dicha instalación contará con sillas, mesas, dotación eléctrica, acceso a red WiFi y material de trabajo.



XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA





La zona mixta se ubicará en la pista, para que la circulación de jugadoras y el personal autorizado sea acorde al protocolo aprobado por las autoridades competentes.

Además, se colocarán catenarias y marcas en el suelo para delimitar la posición del personal autorizado y de las deportistas.

Dadas las circunstancias, cabe destacar el uso de pértiga y spray desinfectante a la hora de realizar las entrevistas.

7 metros lineales de lona y 2,5 metros de altura, junto a un equipamiento de iluminación de primera magnitud, que permitirá ofrecer imágenes de total calidad a todos los medios de comunicación, tanto asistentes como aquellos que lo sigan desde sus redacciones.

XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA



ACCIONES PUBLICITARIAS

XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA



Los soportes publicitarios gozarán de una enorme visibilidad en el Polideportivo Insular Rita Hernández de Telde, en todo el recinto de juego.

Promotour tendrá presencia en:

- * Cartelería
- * Acreditaciones
- * Sorteo
- * Recepción oficial
- * Revista RFEBM (Balonmanía)
- * Pabellón
 - Speedtime
 - Fondos porterías
 - TV
 - Zona mixta



XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA



LA COPA EN DATOS

XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA



52

personas organización

17

proveedores

**RECURSOS
HUMANOS**

30

voluntarios

22

operativo TV

XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA



AUDIENCIA TELEVISIVA

1.320.000

AUDIENCIA ACUMULADA EN DIRECTO

790.000

AUDIENCIA ACUMULADA EN DIFERIDOS Y REDIFUSIONES

XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA



* DATOS ÚLTIMA COPA REALIZADA

INSTAGRAM

+31 MILLONES
impresiones

+69.000
interacciones



+140.000
cuentas alcanzadas

XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA



TWITTER

+ 190.000
interacciones

+ 4,5 MILLONES
impresiones



+ 110.000
visitas al perfil

XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA



FACEBOOK

+ 21 MIL
visitas al perfil



+ 850 MIL
impresiones



XLII EDICIÓN COPA S.M. LA REINA

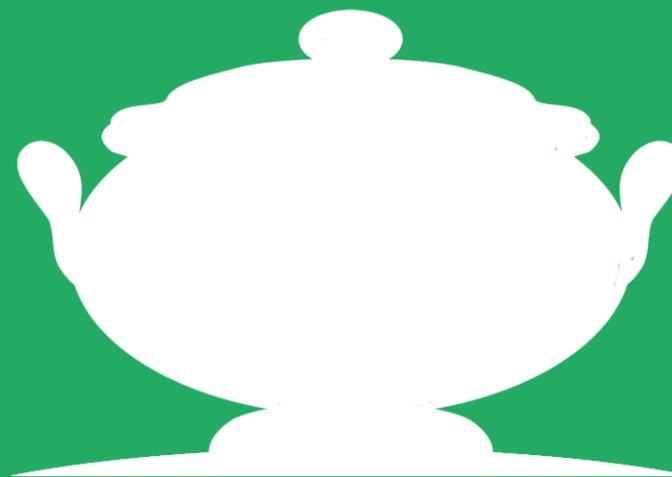




Islas
Canarias 
LATITUD DE VIDA

COPA DE LA REINA 2021

RETORNO PUBLICITARIO (*)



Copa de S.M. la Reina

*XLI Copa de S.M. La Reina

ÍNDICE DE CONTENIDOS

METODOLOGÍA	Pág. 3
CIFRAS CLAVE	Pág. 4
DATOS TOTALES POR SOPORTE	Pág. 5
DATOS TOTALES POR RETRANSMISIÓN TELEVISIVA	Pág. 6
EJEMPLOS DE PRESENCIA DE SOPORTES CON MAYOR IMPACTO	Pág. 10

METODOLOGÍA

El objeto de este informe es analizar el impacto mediático de la marca Canarias Latitud de Vida como patrocinador de la Copa de la Reina de balonmano 2021.

Se analizaron las noticias generadas del 1 al 15 de septiembre de 2020 por el evento en radio, televisión, prensa, medios online, retransmisiones y redifusiones emitidas por televisión.

INDICADORES

Referencias: número de veces que aparece la marca en pantalla.

Impactos de audiencia: acumulado del número de espectadores de cada referencia. Fuentes: Kantar (TV), EGM (prensa y radio), comScore (Internet)

Valoración económica neta: estimación en euros del valor publicitario de la presencia de la marca ponderado en base a ratios de impacto/visibilidad Kantar Sport asignados a cada uno de los soportes de patrocinio.

CIFRAS CLAVE

4.176 referencias

102.027.700 impactos de audiencia

456.438 € valoración económica neta

REFERENCIA CON MAYOR VALORACIÓN ECONÓMICA

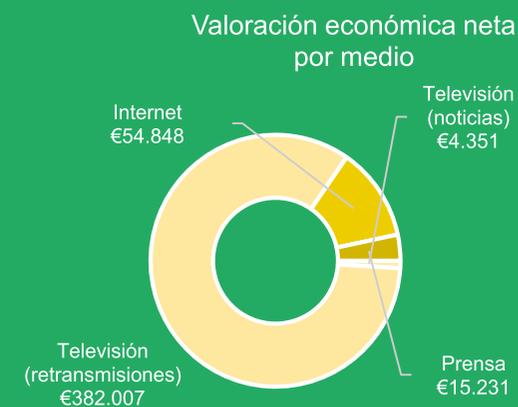
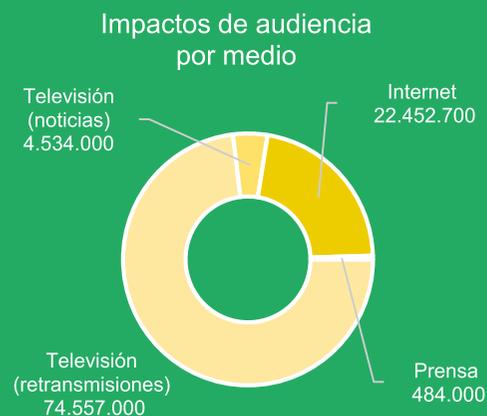
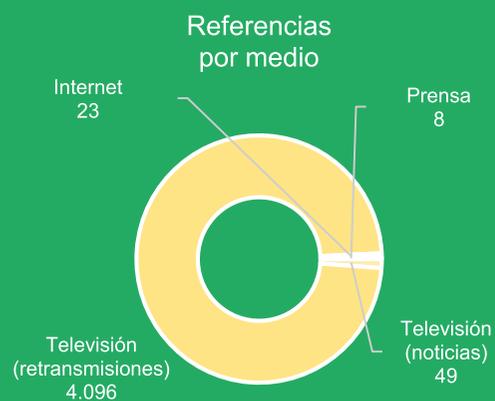
Medio: internet

Fecha: 6 septiembre 2020

Publicación: Marca.com

Impactos de audiencia: 5.190.600

Valoración económica neta: 12.977 €



DATOS TOTALES POR SOPORTE

SOPORTE	REFERENCIAS	IMPACTOS DE AUDIENCIA	VALORACIÓN ECONÓMICA NETA
Cartel	2	291.900	3.308 €
Cartel campeonas	27	12.629.500	39.512 €
Leds Speed-Time	506	11.791.700	38.670 €
Lona	1.408	31.876.100	44.061 €
Mención	5	534.800	90 €
Panel de prensa	7	986.000	1.948 €
Pantalla gala	1	22.000	16 €
Vinilo suelo pista	2.220	43.895.700	328.832 €

DATOS TOTALES POR RETRANSMISIÓN TELEVISIVA (I)

RETRANSMISIÓN/SOPORTE	REFERENCIAS	IMPACTOS DE AUDIENCIA	VALORACIÓN ECONÓMICA NETA
AULA VALLADOLID-ATLÉTICO GUARDES	1.194	6.445.000	84.658 €
Leds Speed-Time	141	737.000	7.432 €
Lona	410	2.363.000	4.165 €
Vinilo suelo pista	643	3.345.000	73.061 €
BERA BERA-ELCHE	263	2.902.000	17.676 €
Leds Speed-Time	29	301.000	1.550 €
Lona	83	771.000	1.726 €
Vinilo suelo pista	151	1.830.000	14.401 €

DATOS TOTALES POR RETRANSMISIÓN TELEVISIVA (II)

RETRANSMISIÓN/SOPORTE	REFERENCIAS	IMPACTOS DE AUDIENCIA	VALORACIÓN ECONÓMICA NETA
CIUDAD DE MALAGA-GRAN CANARIA	445	9.949.000	53.464 €
Leds Speed-Time	52	1.209.000	4.465 €
Lona	133	2.896.000	2.276 €
Vinilo suelo pista	260	5.844.000	46.724 €
ELCHE-AULA VALLADOLID	476	10.114.000	44.392 €
Leds Speed-Time	61	1.414.000	4.524 €
Lona	141	2.658.000	2.882 €
Vinilo suelo pista	274	6.042.000	36.986 €

DATOS TOTALES POR RETRANSMISIÓN TELEVISIVA (III)

RETRANSMISIÓN/SOPORTE	REFERENCIAS	IMPACTOS DE AUDIENCIA	VALORACIÓN ECONÓMICA NETA
ELCHE-MALAGA	705	27.971.000	80.492 €
Cartel campeonas	7	356.000	618 €
Leds Speed-Time	93	3.729.000	6.514 €
Lona	224	8.712.000	5.225 €
Vinilo suelo pista	381	15.174.000	68.136 €
GIJON-GRANOLLERS	430	5.485.000	49.092 €
Leds Speed-Time	54	700.000	4.782 €
Lona	176	2.213.000	3.037 €
Vinilo suelo pista	200	2.572.000	41.273 €

DATOS TOTALES POR RETRANSMISIÓN TELEVISIVA (y IV)

RETRANSMISIÓN/SOPORTE	REFERENCIAS	IMPACTOS DE AUDIENCIA	VALORACIÓN ECONÓMICA NETA
LA CALZADA-MALAGA	583	11.691.000	52.232 €
Leds Speed-Time	69	1.488.000	4.461 €
Lona	228	4.494.000	4.774 €
Pantalla gala	1	22.000	16 €
Vinilo suelo pista	285	5.687.000	42.980 €

EJEMPLOS DE PRESENCIA DE SOPORTES CON MAYOR IMPACTO



Vinilo suelo pista



Lona

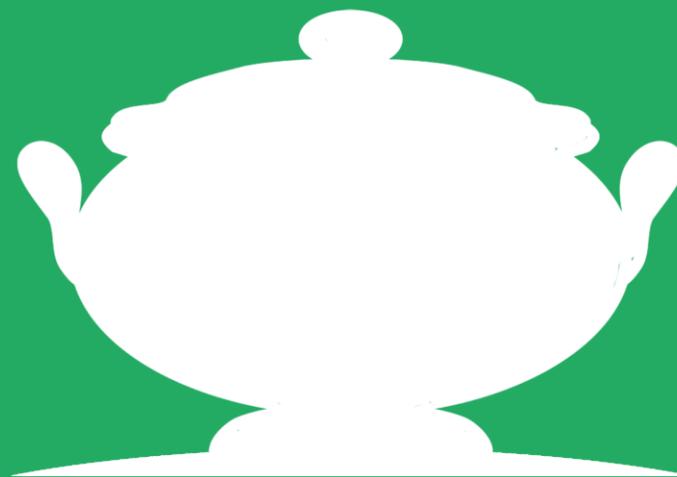


Cartel de campeonas



COPA DE LA REINA 2021

RELACIÓN DE INGRESOS
Y GASTOS



Copa de S.M. la Reina



PRESUPUESTO ESTIMADO DE GASTOS

<i>Canon Real Federación Española de Balonmano</i>	<i>33.000</i>
<i>Hotel equipos participantes</i>	<i>45.000</i>
<i>Hotel árbitros y personal RFEBM</i>	<i>5.000</i>
<i>Traslados internos equipos</i>	<i>15.000</i>
<i>Traslados internos árbitros y personal RFEBM</i>	<i>1.500</i>
<i>Producción Televisión (7 partidos Teledeporte)</i>	<i>25.000</i>
<i>Gastos arbitrales</i>	<i>7.000</i>
<i>Protocolo, catering y seguridad</i>	<i>5.000</i>
<i>Animación y megafonía</i>	<i>5.000</i>
<i>Actos oficiales (presentación, cena oficial, etc.)</i>	<i>7.500</i>
<i>Cartelería, publicidad y marketing</i>	<i>4.000</i>
<i>Total</i>	<i>153.000</i>



PRESUPUESTO ESTIMADO DE INGRESOS

<i>Instituto Insular de Deportes del Cabildo de Gran Canaria</i>	<i>80.000</i>
<i>Promotur Gobierno de Canarias</i>	<i>20.000</i>
<i>Dirección General de Deportes del Gobierno de Canarias</i>	<i>10.000</i>
<i>M.I. Ayuntamiento de Telde</i>	<i>15.000</i>
<i>Rocasa S.L.</i>	<i>10.000</i>
<i>Televisión Canaria</i>	<i>8.000</i>
<i>Zumos Libby's</i>	<i>5.000</i>
<i>Ticketing</i>	<i>5.000</i>
<i>Total</i>	<i>153.000</i>