



CRITERIOS PATROCINIOS TURISMO DE TENERIFE

1. INTRODUCCIÓN

Los destinos turísticos buscan constantemente oportunidades para fortalecer su imagen, aumentar su visibilidad y atraer a un mayor número de visitantes con mayor poder adquisitivo. El patrocinio de grandes eventos y jornadas profesionales ha adquirido una relevancia significativa como una estrategia efectiva para promover y posicionar no sólo marcas sino también lugares.

El patrocinio ofrece a los destinos turísticos una valiosa oportunidad para promocionarse en diferentes ámbitos y llegar a un público más amplio. Mediante alianzas con empresas, eventos deportivos, culturales o sociales, los destinos pueden aprovechar la exposición y la credibilidad asociada con dichas marcas para crear una imagen positiva y atractiva.

Además, el patrocinio brinda a los destinos turísticos una plataforma para destacar sus atractivos y actividades únicas. A través de la participación en eventos los destinos pueden exhibir su cultura, gastronomía, patrimonio histórico y natural, así como su oferta de ocio y entretenimiento. Esto no solo ayuda a crear una imagen distintiva del destino, sino que también contribuye a la diversificación de la oferta turística y a la captación de segmentos específicos de mercado.

El papel de la Administración Pública en la gestión de los destinos turísticos es clave y debe velar por la transparencia y la optimización de sus recursos. Es por ello, que Turismo de Tenerife, empresa pública responsable de la promoción, desarrollo y potenciación de las actividades económicas vinculadas, especialmente, a la actividad turística cuente con unos **criterios consensuados** que **permitan analizar y evaluar las propuestas de colaboración** en lo que sea de interés promocionar nuestro destino y su marca "Tenerife despierta emociones!" o marcas asociadas. (Tenerife Golf, Tenerife Convention Bureau, Tenerife Film Commission, Why Tenerife o Tenerife Work and Play)

2. OBJETIVOS DEL PATROCINIO

El elemento fundamental del contrato de patrocinio es la **repercusión mediática para la marca Turismo de Tenerife y sus variantes**, fomentando la desestacionalización de la oferta turística y potenciando la notoriedad de la imagen de la isla que permita alcanzar una captación progresiva y equitativa del turismo durante todo el año **según la**

estrategia Turística de Tenerife¹ y el plan de marketing y comunicación de Turismo de Tenerife.

A través del patrocinio Turismo de Tenerife **busca la promoción de nuestro destino y/o sus distintas marcas**, siendo lo esencial la **repercusión mediática para la marca y sus valores asociados** y no el fomento de determinadas actividades que deberán seguir otros instrumentos jurídicos, como puede ser la subvención o los convenios.

Los **objetos específicos** que Turismo de Tenerife persigue a la hora de patrocinar un evento pueden resumirse en los siguientes:

- Generar **notoriedad** y **potenciar** la imagen turística y el **posicionamiento de Tenerife** en los **principales mercados emisores** de turistas.
- Alcanzar un **fuerte impacto mediático** en los **diferentes medios de comunicación** que permita llegar al público en general y trasladar la imagen de Tenerife al exterior.
- Posicionar el destino Tenerife tanto a nivel nacional como internacional como lugar de referencia en el cual se llevan a cabo **grandes eventos** de primeras figuras mundiales durante todo el año.
- Analizar aspectos de la industria turística de la Isla mediante jornadas profesionales
- **Atraer a viajeros** a nuestro destino según los perfiles del plan de Marketing y Comunicación de Turismo de Tenerife.

Establecer las **condiciones para la selección de los beneficiarios** en un entorno empresarial cada vez más competitivo permiten una toma de decisiones fundamentada, minimizan los riesgos asociados y promueven la transparencia y la equidad en el proceso de selección. Además, su publicidad permite que todos aquellos interesados puedan presentar una solicitud de patrocinio para ser evaluada por los técnicos responsables de Turismo de Tenerife. Una vez valorada y con el visto bueno de la dirección de la empresa, se tramitará según las normas de contratación pública y sólo se genera el derecho al patrocinio una vez se formalice el contrato.

¹ Estrategia Turística de Tenerife [Estrategia y planificación](#) | [Investigación turística de Turismo de Tenerife](#) (webtenerife.com)

3. CALIFICACIÓN DEL CONTRATO Y RÉGIMEN JURÍDICO.

En el ámbito de aplicación de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (en adelante, "LCSP"), TURISMO DE TENERIFE tiene la condición de poder adjudicador y no tiene el carácter de Administración Pública.

Por consiguiente, los contratos de patrocinio a formalizar por TURISMO DE TENERIFE tendrán carácter privado, de conformidad con el artículo 26 de la LCSP. Por tanto, su preparación y adjudicación se regirá, en defecto de normas específicas, por el citado texto legal – concretamente, por el Título I del Libro Tercero - y sus disposiciones de desarrollo, rigiéndose sus efectos, cumplimiento y extinción por las normas de derecho privado. En lo que resulte aplicable, se aplicará lo preceptuado en la Ley General de Publicidad.

4. EVENTOS PATROCINABLES

Turismo de Tenerife apoyará únicamente aquellos eventos que:

- Sean eventos de interés público con beneficios demostrables para la sociedad tinerfeña, su economía y el medio ambiente.
- Siguen las líneas establecidas en la Estrategia turística de Tenerife y en su Plan de Marketing y Comunicación.
- Potencien la difusión de nuestro destino y sus marcas, a través de un plan de comunicación a nivel regional (más de una isla), nacional o internacional.
- Persigan la sostenibilidad y la igualdad
- La posibilidad de captación de turistas nacionales e internacionales según nuevos perfiles de viajeros (descubridores, aventureros, con estilo, vitales y familiares)

Los **eventos en lo que se podrá patrocinar** nuestro destino y/o sus marcas serán únicamente los siguientes:

- Eventos culturales
- Eventos deportivos
- Eventos musicales
- Eventos de negocios/científicos/académicos
- Eventos gastronómicos
- Eventos turísticos

Escriba el texto aquí

Las únicas entidades privadas que pueden optar a patrocinios son:

1. Sociedades mercantiles, en cualquiera de su forma jurídica, tamaño y volumen de facturación, quedando incluidas tanto PYMES como grandes empresas.
2. Entidades sin ánimo de lucro (Organizaciones No Gubernamentales, Asociaciones y Fundaciones privadas)
3. Autónomos

Además, deberán presentar la documentación que **acredite que tiene los derechos de titularidad y explotación sobre el evento en cuestión** y que sean los únicos que puedan llevarlo a cabo.

Para poder evaluar las solicitudes de patrocinio, en tiempo y forma, éstas **deberán presentarse con al menos 5 meses antes de la fecha prevista del inicio del evento**. No se podrá garantizar la valoración y tramitación de solicitud de patrocinios que se presenten con un plazo inferior.

La simple solicitud del patrocinio no comporta autorización para el uso de la marca y otros derechos de propiedad intelectual e industrial de Turismo de Tenerife. Su uso, con carácter previo a la adjudicación y formalización del contrato será por cuenta y riesgo del contratista sin perjuicio de las acciones oportunas que pueda ejercitar Turismo de Tenerife a este respecto.

En todo caso la resolución de las solicitudes estará supedita a la disponibilidad presupuestaria de Turismo de Tenerife.

5. CONDICIONES DE SELECCIÓN

Como se ha comentado anteriormente, nuestro compromiso con la promoción y difusión de la isla es inquebrantable, pero siempre desde una perspectiva sostenible, que permitan la conservación de su entorno natural, la preservación de la cultura local y los beneficios económicos equitativos entre todos sus actores.

En Turismo de Tenerife valoramos las oportunidades de colaborar con eventos y acciones que comparten nuestra visión y están alineados con nuestras directrices turísticas y que posicionen a Tenerife como destino turístico de primer nivel.

Si está organizando un evento, proyecto o acción que tenga un enfoque claro en la promoción de Tenerife como un destino turístico sostenible de primer nivel, estudiaremos la posibilidad de nuestra colaboración. Nuestro respaldo de actuación se basa en el rol de “patrocinador”, lo que implica proporcionar una contribución financiera al evento o acción, a cambio de una exposición y promoción publicitaria de la marca Turismo de Tenerife y sus variantes. Con posterioridad al evento, esta exposición publicitaria deberá ser justificada económicamente en un informe donde se cuantifique la presencia de Turismo de Tenerife y sus marcas asociadas.

En este apartado se indica los diferentes niveles de apoyo y los requisitos previos correspondientes para su solicitud. El escalado económico definido por Turismo de Tenerife que podrá solicitar el promotor del evento o acción se catalogan en:



Cada categoría establece unos requisitos mínimos obligatorios que el solicitante deberá cumplir dejando un apartado de requisitos libres y voluntarios en donde se podrán indicar aspectos que no se encuentren reflejados en este documento y sean importantes, siempre y cuando estén alineados con los objetivos de promoción de Turismo de Tenerife.

5.1. Descripción general de requisitos

Se identificarán dos categorías de requisitos, unos asociados con las acciones de marketing y comunicación del evento destinados a posicionar nuestro destino en los principales mercados emisores de turistas y otros concernientes a la sostenibilidad intrínseca del evento. Este enfoque estratégico permitirá no solo maximizar la visibilidad del destino en mercados clave, sino también garantizar que el evento se desarrolle de manera ambiental y socialmente responsable, contribuyendo así a la preservación de los recursos y valores culturales locales a lo largo del tiempo.

Relación de requisitos que están presente en los modelos de escalados de patrocinios (ver anexo I de este documento). Cuanto mayor sea la cuantía económica solicitada mayor será el número y el rango de requisitos para solicitar.

Cada tipo de patrocinio tiene sus propios requisitos con valores mínimos predefinidos. La valoración de la solicitud de patrocinio se estudiará siempre de forma global, teniendo en cuenta tanto los asociados a acciones de marketing y comunicación como a los requisitos de sostenibilidad.

5.1.1. Requisitos asociados a acciones de marketing y comunicación del evento

- **COBERTURA DE REPERCUSION PUBLICITARIA GEOGRÁFICA:** Corresponde al ámbito geográfico local, insular, provincial, autonómico, nacional o internacional que alcance las acciones publicitarias o soportes usados para la promoción, difusión y comunicación del evento que incluya la presencia de Turismo de Tenerife y sus marcas asociadas.
- **EXCLUSIVIDAD DEL EVENTO: documento oficial** en el que se haga constar la **titularidad/propiedad evento**, como por ejemplo el REGISTRO DE PATENTES Y MARCAS.
- **CESION DE DERECHOS:** Se deberá ceder a Turismo de Tenerife material gráfico o audiovisual del evento o acción para su uso promocional. Será proporcional a la categoría del patrocinio económico.
- **NOTAS DE PRENSA:** Se asegurará la correcta comunicación del evento o acción a los medios de comunicación.
- **NUMERO DE PARTICIPANTES:** Cálculo aproximado del público (aforo) en eventos culturales o musicales. Inscritos en pruebas deportivas o público asistente.
- **OTROS PARTNER:** Relación de otros patrocinadores que se incluyan en el evento o acción.
- **INCLUSION DE TURISMO DE TENERIFE Y SUS MARCAS ASOCIADAS:** Se adjunta una relación de medios y soportes mínimos donde se indicará si estará presente Turismo de Tenerife y sus marcas asociadas.

- **OTROS:** Requisito de libre uso para incluir aspectos nos recogidos en los definidos vinculados a la promoción de Turismo de Tenerife.
- **MEDICIÓN Y REPORTE:** Informe ROI: presentar un informe detallado sobre el retorno económico publicitario obtenido, basándose en los criterios y formato definidos en la "Guía de Obtención de retorno publicitario" (ver anexo II) facilitado por Turismo de Tenerife.

5.1.2. Requisitos concernientes a la sostenibilidad

➤ **PRÁCTICAS AMBIENTALES:**

- Gestión de Residuos: evaluación si el evento tiene un plan claro para gestionar residuos de manera sostenible, como reciclaje y reducción de desechos.
- Eficiencia Energética: valorar si se utilizan prácticas eficientes en el consumo de energía, como iluminación LED, equipos energéticamente eficientes, etc.

➤ **TRANSPORTE SOSTENIBLE:**

- Accesibilidad: análisis de cómo se fomenta el transporte público y otras formas de movilidad sostenible para los asistentes.
- Compensación de Emisiones: verificar si el evento tiene un plan para compensar las emisiones de carbono asociadas con los viajes de los participantes.

➤ **APROVISIONAMIENTO RESPONSABLE:**

- Productos Locales y Sostenibles: considerar que los productos utilizados en el evento son locales y/o tienen certificaciones de sostenibilidad.
- Proveedores Sostenibles: evaluar si los proveedores del evento siguen prácticas sostenibles en sus operaciones.

➤ **INCLUSIÓN SOCIAL:**

- Diversidad e Inclusión: el evento debe promover la diversidad y la inclusión en términos de participantes, ponentes y personal.

- Impacto Positivo en la Comunidad: el evento debe tener un impacto positivo en la comunidad local, como la generación de empleo o apoyo a causas locales.

➤ **EDUCACIÓN Y CONCIENCIA:**

- Programas Educativos: el evento incluye programas educativos sobre sostenibilidad para los participantes.
- Campañas de Concienciación: el evento incorpora campañas para aumentar la conciencia sobre prácticas sostenibles.

➤ **MEDICIÓN Y REPORTE:**

- Informe de Impacto: presentar un informe detallado sobre el impacto ambiental y social del evento, incluyendo métricas cuantificables.

5.2. La solicitud del patrocinio

Se podrán solicitar patrocinios en función de distintos niveles económicos, siempre y cuando se cumplan con los requisitos o criterios específicos asociados a cada categoría, ver anexo I del documento.



Cada modelo tiene unos requisitos básicos que deben cumplirse y unos criterios opcionales dependiendo del importe que se solicite como patrocinio.

Como solicitud de patrocinio se deberá presentar un documento, cuya extensión máxima no podrá ser superior a 35 páginas a una sola cara, siguiendo el **siguiente índice**. No pudiendo valorarse las solicitudes que no lo incluyan o no cumplan las indicaciones contempladas en este apartado.

1. **Información del promotor del evento:** En este epígrafe debe contener una breve descripción del promotor, su experiencia en la organización del evento o eventos de similar naturaleza y una declaración de que **tiene los derechos de titularidad y explotación sobre el evento en cuestión y que sean los únicos que puedan llevarlo a cabo.**

2. **Información del evento:** En este apartado se valorará el concepto del evento y su adecuación a la Estrategia Turística de Turismo de Tenerife, así como su **capacidad para reposicionar la imagen de Tenerife en el exterior según nuestro Plan de Marketing y Comunicación.** Se valorará positivamente que se especifique el público objetivo al que se dirige el evento y su adecuación a nuestra estrategia.

Se deberá incluir además los objetivos y resultados que se pretenden conseguir con la organización del evento y su interés para el destino, así como la experiencia del organizador en eventos de similar naturaleza. Valorándose positivamente los eventos consolidados y con posibilidad de desarrollar nuevas ediciones en un futuro.

Deberá detallarse el programa del evento, cartel de artistas invitados, además la estimación del número de participantes en el evento, acciones encaminadas a la captación de participantes de los mercados prioritarios para Tenerife, según se establece en el Plan de Marketing y Comunicación de Turismo de Tenerife y sus actualizaciones. Si existe acuerdo previo con otras empresas para la captación de participantes se deberá entregar un compromiso firmado entre las partes y en la justificación, con posterioridad al evento, se deberá hacer mención a sus resultados.

Se tendrá en cuenta la asistencia al evento de profesionales nacionales y/o internacionales que le confieran una mayor credibilidad y confianza al evento. Además los eventos patrocinados deben fomentar la igualdad de género y no discriminación de trato entre mujeres y hombres.

Turismo de Tenerife no apoyará actividades que no respeten los derechos humanos y en los que se desarrollen actitudes homófobas y/o machistas. Valorándose más positivamente los que incluyan una participación paritaria y los que incluyan criterios de sostenibilidad.

3. **Importe solicitado de patrocinio del evento.** El promotor deberá proporcionar información detallada y convincente que respalde la cantidad solicitada. El promotor deberá incluir el modelo elegido debidamente cumplimentado.

4. **Calendario de reuniones** de coordinación de los responsables de Turismo de Tenerife para supervisión y buena ejecución del patrocinio. Es importante destacar que todas las piezas que se vayan a utilizar para la difusión del evento y donde Turismo de Tenerife y su marca tenga una presencia destacada debe tener el visto bueno de la entidad.

Se valorará un calendario de reuniones previas al evento para concretar todas las contraprestaciones presentadas, visto bueno a notas de prensa, presencia de nuestra marca en los diferentes soportes. También la participación en la rueda de prensa para dar difusión al evento, presencia en entrega de premios, etc.

5.3. Resultado de la valoración

Una vez valorada la propuesta se le comunicará al promotor del evento su resultado. En el caso que sea positiva se tramitará conforme a la adecuación del procedimiento previsto en Ley 9/2017 de (de noviembre de Contratos del Sector público).

IMPORTANTE: La evaluación favorable no genera ningún derecho en el solicitante del patrocinio, debiendo tramitarse según establece la ley, dado que en todo caso deberá ser aprobado bajo el expediente previo correspondiente por el órgano de contratación competente de acuerdo con los cauces establecidos en la vigente Ley de Contratos del sector público.

En el caso de ser favorable la solicitud de patrocinio a la vista de la aprobación del expediente e inicio del mismo para su licitación, el promotor se comprometerá a presentar cuanta documentación sea necesaria durante su tramitación a los efectos de la futura formalización del contrato.

6. JUSTIFICACIÓN DEL PATROCINIO

A efectos de la debida ejecución del contrato formalizado por las partes el adjudicatario del patrocinio deberá presentar un vez finalizado el mismo, y en el plazo de un mes, una **memoria justificativa de ejecución de evento**, en el que se proporcionen argumentos y detalles que respalden la implementación y realización efectiva de la acción y de las contraprestaciones acordadas.

Esta memoria justificativa debe contener, en este orden, al menos la siguiente información:

1. **Introducción:** Resumen explicativo del evento/s e hitos logrados que justifiquen adecuadamente el mismo. (Asistentes, lugar, hechos más relevantes...etc.). Este primer punto no podrá tener una extensión de más 5 páginas a una sola cara.

2. **Informe de Retorno de la inversión total del Patrocinio (ROI)** elaborado por un experto independiente, especializado y con amplia trayectoria en estos trabajos, a los efectos de justificación de celebración del evento y su impacto económico.

Para tal fin, Turismo de Tenerife ha desarrollado una guía, que se incluye como anexo II, en el que se indica los aspectos y condiciones que se tendrán en cuenta para valorar que el retorno originado pueda considerarse ROI de nuestra marca. El ROI solicitado por Turismo de Tenerife será la cuantía económica generada por el soporte, medio y/o acción realizada en base a las tarifas oficiales de dichos soportes. En este caso, no se trata de un ROI de difusión o audiencia sino de coste económico.

En el informe de retorno se deberá incluir todas las contraprestaciones acordadas con la descripción de soporte, formato o medio con su justificación gráfica, textual o audiovisual así como certificados de emisión, métricas de meta en el caso de Redes Social. Se incluirán pantallazos a las diferentes piezas en las que se observe los materiales en uso y su cuantificación económica y que **incluyan la marca Turismo de Tenerife** o sus variantes (aquellos soportes que no contengan nuestra marca no podrán ser valorados). Se deberán indicar las tarifas oficiales del soporte o medio usado. Turismo de Tenerife podrá comprobar la mismas en el caso de que existan discrepancias.

Deberá incluir además en este informe de retorno un cuadro resumen de los importes económicos generados por los diferentes medios

3. Acciones relacionadas con la **sostenibilidad del evento**. Este punto no podrá tener una extensión de más 10 páginas a una sola cara.

4. **Derechos de imagen:** El consentimiento para la utilización de los derechos de imagen y la cesión de las grabaciones del evento una vez realizado, para que Turismo de Tenerife pueda usarlas con todos los derechos para su material promocional del destino acorde a los criterios de patrocinio.

5. **Conclusiones:** Se requiere en este apartado una breve referencia a la importancia de este patrocinio en el evento/s así como su repercusión. Además, se incluirá cualquier otra información que se considere de interés y que justifique este patrocinio.

En la memoria se incluirá únicamente aquellos documentos, certificados y materiales que hagan referencia al patrocinio en cuestión. Además, todos los documentos, certificados y materiales mencionados en la memoria justificativa que no se presenten de forma gráfica en el documento deberán entregarse en un soporte digital debidamente referenciado.

Si se considera oportuna Turismo de Tenerife podrá solicitar una reunión específica después del evento para que el promotor presente los resultados del patrocinio.