

## 2.1 INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE

**NOMBRE EMPRESA ORGANIZADORA:**

CIF de la empresa organizadora:

Dirección del domicilio social:

Municipio:

Provincia:

Código Postal:

Teléfono empresa:

**NOMBRE DIRECTOR/A TÉCNICO/A DEL EVENTO:**

DNI:

Correo electrónico:

Teléfono de contacto:

## 2.2 INFORMACIÓN GENERAL DEL EVENTO

**TÍTULO DEL EVENTO:**

(Se valorará positivamente incluir el nombre de Gran Canaria al nombre del evento)

Fecha inicio:  Fecha finalización:

Lugar de realización:

Presupuesto del evento (sin impuestos):  Presupuesto del evento (con impuestos):

Importe solicitado (sin impuestos):  Importe solicitado (con impuestos):

**Descripción del proyecto:**

(Resumen de actividades necesarias, destacando aspectos que puedan despertar curiosidad e interés)

## 2.3 PARTIDA DE INGRESOS Y GASTOS

(total y desglosado por partidas, con indicación del IVA o IGIC correspondiente o en su caso art. de la Ley del IVA o IGIC por el que está exento)

### INGRESOS

|              | Núm. Partida y descripción | Importe neto | IVA o IGIC | Importe total |
|--------------|----------------------------|--------------|------------|---------------|
| 1            |                            |              |            |               |
| 2            |                            |              |            |               |
| 3            |                            |              |            |               |
| 4            |                            |              |            |               |
| 5            |                            |              |            |               |
| 6            |                            |              |            |               |
| <b>TOTAL</b> |                            |              |            |               |

### GASTOS

|              | Núm. Partida y descripción | Importe neto | IVA o IGIC | Importe total |
|--------------|----------------------------|--------------|------------|---------------|
| 1            |                            |              |            |               |
| 2            |                            |              |            |               |
| 3            |                            |              |            |               |
| 4            |                            |              |            |               |
| 5            |                            |              |            |               |
| 6            |                            |              |            |               |
| <b>TOTAL</b> |                            |              |            |               |

## 2.4 DETALLE DE CONTRAPRESTACIONES Y SOPORTES

Detalle las contraprestaciones y los soportes en los que estará presente la marca. Se valorará positivamente todas aquellas contraprestaciones que vayan más allá de dar visibilidad al logotipo de la marca. Piense en contraprestaciones relacionadas con contenidos multimedia donde se promocionen de manera clara los valores y atributos clave de Gran Canaria.

Por favor, especifique con el máximo detalle la cantidad, medidas, formatos y características de cada una de contraprestaciones. Fíjese en los ejemplos de ayuda que encontrará en el Anexo I de este documento.

| Contraprestaciones y soportes | Cantidad | Medidas/Formatos/Duración | Características |
|-------------------------------|----------|---------------------------|-----------------|
|                               |          |                           |                 |

| Contraprestaciones y soportes | Cantidad | Medidas/Formatos/Duración | Características |
|-------------------------------|----------|---------------------------|-----------------|
|                               |          |                           |                 |
|                               |          |                           |                 |
|                               |          |                           |                 |
|                               |          |                           |                 |
|                               |          |                           |                 |
|                               |          |                           |                 |
|                               |          |                           |                 |
|                               |          |                           |                 |

**2.5 ESTIMACIÓN DEL IMPACTO PUBLICITARIO Y LA COBERTURA MEDIÁTICA QUE TENDRÁ GRAN CANARIA COMO DESTINO TURÍSTICO**

Cuantifique a continuación los resultados que se esperan conseguir. Es imprescindible contar con una estimación lo más realista posible, detallando de manera muy precisa su valoración económica y un ROI Estimado. Téngase en cuenta que una vez concluido el evento será necesario presentar junto a la factura, un informe justificativo con un análisis pormenorizado de los resultados y un detalle del ROI Definitivo.

Las contraprestaciones que se ofrecen deben ser medibles y estar cuantificadas económicamente. A modo de ejemplo, ofrecer como una contraprestación la “inserción del logotipo de Turismo de Gran Canaria en la camiseta de los participantes”, “menciones en las notas de prensa” o “menciones en las redes sociales del evento” es insuficiente porque no se refleja ni el número de impactos ni su valoración económica. Por tanto, es necesario que cada una de las contraprestaciones esté perfectamente cuantificada económicamente.

**LAS TABLAS NUMÉRICAS QUE A CONTINUACIÓN SE RELACIONAN ESTÁN DISPONIBLES EN EL EXCEL ADJUNTO. PODRÁN CUMPLIMENTARSE EN EL EXCEL DIRECTAMENTE O VOLCAR LOS DATOS EN ESTE FORMULARIO.**

Detalle a continuación el número de personas que va a movilizar el evento:

|                               | Locales | Nacionales | Extranjeros | TOTAL |
|-------------------------------|---------|------------|-------------|-------|
| Nº de participantes           |         |            |             |       |
| Nº de espectadores            |         |            |             |       |
| Nº de periodistas acreditados |         |            |             |       |

\*Podrán cumplimentarse en el Excel adjunto directamente o volcar los datos en este formulario.

Detalle a continuación los días de duración del evento:

|                     | Nº de días |
|---------------------|------------|
| Campaña Pre evento  |            |
| Evento              |            |
| Campaña Post Evento |            |

\*Podrán cumplimentarse en el Excel adjunto directamente o volcar los datos en este formulario.

La repercusión en medios es el activo más importante que puede ofrecer un evento. En este sentido, es recomendable contar con un buen gabinete de comunicación que tenga llegada nacional e internacional. De la misma forma, es necesario contar con buen material gráfico y audiovisual para hacer llegar a los diferentes medios.

Detalle a continuación los recursos disponibles para asegurar la cobertura informativa del evento. Se valorará la contratación de agencias de PR nacionales e internacionales porque ofrecen garantías de una repercusión mediática de gran calidad.

| Gabinete de Prensa  |    |    |
|---|----|----|
|   | SI | No |
| ¿El evento tiene gabinete de prensa propio?                 |    |    |
| ¿El evento tiene gabinete de prensa externo?                |    |    |
| ¿El gabinete de prensa externo tiene sucursal en Europa?    |    |    |
| ¿El gabinete de prensa externo tiene sucursal en Península? |    |    |

\*Podrán cumplimentarse en el Excel adjunto directamente o volcar los datos en este formulario.

Detalle a continuación si el evento contará con campaña de publicidad de pago. En caso afirmativo, señale el medio donde se realizará la inversión, así como la cuantía y la zona geográfica donde impactará esa campaña publicitaria.

| Campaña de publicidad en medios             |    |    | Medios | inversión | País |
|---|----|----|--------|-----------|------|
|   | SI | No |        |           |      |
| ¿Hay prevista campaña de pago?              |    |    |        |           |      |
| En caso afirmativo, medio, inversión y país |    |    |        |           |      |
| En caso afirmativo, medio, inversión y país |    |    |        |           |      |
| En caso afirmativo, medio, inversión y país |    |    |        |           |      |
| En caso afirmativo, medio, inversión y país |    |    |        |           |      |
| En caso afirmativo, medio, inversión y país |    |    |        |           |      |

\*Podrán cumplimentarse en el Excel adjunto directamente o volcar los datos en este formulario.

Detalle a continuación los activos digitales propios que estarán al servicio del evento.

| Activos digitales                 | ¿Cuenta con estos activos digitales? |    | Señale visitas mes de la web; nº de seguidores en RRSS y nº de suscriptores a la lista de mail |
|-----------------------------------|--------------------------------------|----|--|
|                                   | SI                                   | No |  |
| Activos digitales propios (web)   |                                      |    |  |
| Activos digitales propios (RRSS)  |                                      |    |  |
| Activos digitales propios (Email) |                                      |    |  |

\*Podrán cumplimentarse en el Excel adjunto directamente o volcar los datos en este formulario.

En función de las contraprestaciones ofertadas, detalle a continuación la cobertura mediática que tendrá el evento. Este detalle será la base para el cálculo del ROI estimado.

| Televisión Nacional |                                   |  |    |                               |                       |  |   |   |
|---------------------|-----------------------------------|--|----|-------------------------------|-----------------------|--|---|---|
| Cadena              | Señalar nombre de la Cadena de TV | Hay Presencia clara de la marca Gran Canaria |    | Tiempo de emisión en segundos | Día y hora de emisión | (*) Precio del spot publicitario de 20" en la franja horaria que se ha conseguido la emisión | Cuantificación económica (tiempo de emisión a precio de publicidad) | (***)Factor corrector. Consideremos que la repercusión informativa tiene triple valor |
|                     |                                   | SI   | No |                               |                       |  |   |   |
| Cadena              |                                   |  |    |                               |                       |  |   |   |
| Cadena              |                                   |  |    |                               |                       |  |   |   |
| Cadena              |                                   |  |    |                               |                       |  |   |   |
| Cadena              |                                   |  |    |                               |                       |  |   |   |

\*Podrán cumplimentarse en el Excel adjunto directamente o volcar los datos en este formulario.

(\*) Para realizar la cuantificación económica utilice el precio de un spot publicitario de 20" de cada una de las cadenas.

(\*\*) El valor de la cuantificación económica lo multiplicamos por 3

| Televisión Internacional |   |  |    |                   |                       |   |   |   |
|--------------------------|---|--|----|-------------------|-----------------------|---|---|---|
| Cadena/País              | Señalar nombre de la Cadenas de TV y país | Presencia clara de la marca Gran Canaria |    | Tiempo de emisión | Día y hora de emision | (*) Precio del spot publicitario de 20" | Cuantificación económica (tiempo de emisión a precio de publicidad) | (**) Factor corrector. Consideremos que la repercusión informativa tiene triple valor |
|                          |   | SI                                       | No |                   |                       |   |   |   |
| Cadena/País              |   |  |    |                   |                       |   |   |   |
| Cadena/País              |   |  |    |                   |                       |   |   |   |
| Cadena/País              |   |  |    |                   |                       |   |   |   |
| Cadena/País              |   |  |    |                   |                       |   |   |   |

\*Podrán cumplimentarse en el Excel adjunto directamente o volcar los datos en este formulario.

(\*) Para realizar la cuantificación económica utilice el precio de un spot publicitario de 20" de cada una de las cadenas.

(\*\*) El valor de la cuantificación económica lo multiplicamos por 3

| Emisión en streaming |                              |  |    |                   |                       |                               |                  |   |
|----------------------|------------------------------|--|----|-------------------|-----------------------|-------------------------------|------------------|---|
| Plataforma           | Señalar nombre de plataforma | Presencia clara de la marca Gran Canaria |    | Tiempo de emisión | Día y hora de emision | Precio del CPV de youtube (*) | Nº de visionados | Cuantificación económica (tiempo de emisión a precio de publicidad) |
|                      |                              | SI                                       | No |                   |                       |                               |                  |   |
| Plataforma           |                              |  |    |                   |                       |                               |                  |   |
| Plataforma           |                              |  |    |                   |                       |                               |                  |   |
| Plataforma           |                              |  |    |                   |                       |                               |                  |   |
| Plataforma           |                              |  |    |                   |                       |                               |                  |   |
| Plataforma           |                              |  |    |                   |                       |                               |                  |   |

\*Podrán cumplimentarse en el Excel adjunto directamente o volcar los datos en este formulario.

| Prensa digital nacional |                              |  |    |                       |                                       |   |   |
|-------------------------|------------------------------|--|----|-----------------------|---------------------------------------|---|---|
| Medio                   | Señalar nombre de cada medio | Presencia clara de la marca Gran Canaria |    | Espacio de la noticia | (*) Precio de un banner en cada medio | Cuantificación económica (espacio de la noticia a precio de publicidad) | (**) Factor corrector. Consideremos que la repercusión informativa tiene triple valor |
|                         |                              | SI                                       | No |                       |                                       |   |   |
| Medio                   |                              |  |    |                       |                                       |   |   |
| Medio                   |                              |  |    |                       |                                       |   |   |
| Medio                   |                              |  |    |                       |                                       |   |   |
| Medio                   |                              |  |    |                       |                                       |   |   |

\*Podrán cumplimentarse en el Excel adjunto directamente o volcar los datos en este formulario.

| Activos digitales propios (Web) |               |                                   |                             |                          |  |
|---------------------------------|---------------|-----------------------------------|-----------------------------|--------------------------|--|
| Rendimiento actual              |               | Detalle de las contraprestaciones |                             |                          |  |
| Nº paginas vistas por mes       | Nº de idiomas | Contraprestaciones                | Estimación de páginas vista | (*) Valoración económica |  |
| WEB                             |               |                                   |                             |                          |  |
|                                 |               |                                   |                             |                          |  |
|                                 |               |                                   |                             |                          |  |
|                                 |               |                                   |                             |                          |  |

\*Podrán cumplimentarse en el Excel adjunto directamente o volcar los datos en este formulario.

| Activos digitales propios (Redes Sociales) |                                       |   |  |                          |  |
|--|---------------------------------------|---|--|--------------------------|--|
| Rendimiento actual                         |                                       | Detalle de las contraprestaciones                         |  |                          |  |
| Nº de seguidores                           | Nº de impresiones/ visionados por mes | Nº de Post con presencia clara de Turismo de Gran Canaria | Nº impresiones. / visionados estimadas | (*) Valoración económica | (**) Factor corrector. Consideremos que tiene triple valor |
| Facebook                                   |                                       |   |  |                          |  |
| Instagram                                  |                                       |   |  |                          |  |
| YouTube                                    |                                       |   |  |                          |  |
| Tik Tok                                    |                                       |   |  |                          |  |

\*Podrán cumplimentarse en el Excel adjunto directamente o volcar los datos en este formulario.

| Activos digitales (Influencers) |                   |   |                          |                          |                       |
|---------------------------------|-------------------|---|--------------------------|--------------------------|-----------------------|
| Rendimiento actual              |                   | Detalle de las contraprestaciones                         |                          |                          |                       |
| Nº de seguidores                | Nº de impresiones | Nº de Post con presencia clara de Turismo de Gran Canaria | Nº impresiones estimadas | (*) Valoración económica | (**) Factor corrector |
| Facebook                        |                   |   |                          |                          |                       |
| Instagram                       |                   |   |                          |                          |                       |

\*Podrán cumplimentarse en el Excel adjunto directamente o volcar los datos en este formulario.

| Activos digitales propios (Email marketing) |                  |  |              |                          |
|---|------------------|--|--------------|--------------------------|
| Rendimiento actual                          |                  | Detalle de las contraprestaciones                        |              |                          |
| Nº de suscriptores                          | Tasa de apertura | Nº de mailcon presencia clara de Turismo de Gran Canaria | Nº Aperturas | (*) Valoración económica |
| Emailing                                    |                  |  |              |                          |

\*Podrán cumplimentarse en el Excel adjunto directamente o volcar los datos en este formulario.





## 2.8 FIRMADO

(Nombre y apellidos)

(DNI)

### **NOTA IMPORTANTE:**

**A LA FINALIZACIÓN DEL EVENTO, EL ORGANIZADOR DEBERÁ INCLUIR EN SU INFORME FINAL, UNA EVALUACIÓN DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS POR EL EVENTO (ROI) ELABORADA POR PARTE DE UNA ENTIDAD INDEPENDIENTE, REPUTADA Y ACREDITADA.**

### CLÁUSULA PROTECCIÓN DE DATOS

Turismo de Gran Canaria va a tratar y guardar los datos aportados en la solicitud y en la documentación que la acompaña para la realización de actuaciones administrativas y de gestión.

#### Información básica sobre protección de datos

Responsable Turismo de Gran Canaria

Dirección: C/ Triana, N. 93, 35002 Las Palmas De Gran Canaria

CIF: P8500008A

Datos de contacto del Delegado de Protección de Datos [dpd@turismograncanaria.com](mailto:dpd@turismograncanaria.com)

Finalidad Tramitar y evaluar la solicitud de patrocinio aportada por la persona solicitante.

Legitimación Cumplimiento de una misión realizada en interés público o en el ejercicio de poderes públicos otorgados a esta Entidad. Cumplimiento de una obligación legal, recogida en la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno (Ley básica estatal) y en Ley 12/2014, de 26 de diciembre, de transparencia y de acceso a la información pública (Ley Autonómica Canaria)

La persona solicitante asegura la veracidad de la información aportada.

#### Destinatarios

Se cederán datos, en su caso, a otras Administraciones Públicas, en los casos necesarios. No hay previsión de transferencias a terceros países.

Derechos Acceder, rectificar y suprimir los datos, así como otros derechos, tal y como se explica en la información adicional.

#### Información Adicional

Puede consultar la información adicional y detallada sobre Protección de Datos en la siguiente dirección

<https://turismograncanaria.sedelectronica.es/privacy>

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 28 de la Ley 39/2015 de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, en ausencia de oposición expresa por parte del interesado, el órgano gestor del procedimiento estará autorizado para obtener directamente los datos de los documentos elaborados por cualquier administración.

## EJEMPLOS DE AYUDA PARA CUMPLIMENTAR LA SECCION CONTRAPRESTACIONES Y SOPORTES (A MODO ORIENTATIVO)

**Ejemplo 1:** Evento deportivo que se celebra al aire libre. Se trata del Gran Canaria Mountain Bike Challenge

| Contraprestaciones y soportes   | Cantidad   | Medidas/Formatos/Duración  | Características  |
|---|--|--|--|
| Logotipo en las banderolas y photocall                                | 35 banderolas<br>1 photocall                           | Serán banderolas de 1X3 mts en las que de manera exclusiva estará el logo Gran Canaria. El Photocall de 2 x 3 mts tendrá logo de GC en exclusiva | Las banderolas estarán situadas estratégicamente para que entren en los tiros de cámara de la TV. El photocall se utilizará para entrevistas de los participantes. |
| Streaming del evento que incluye videos promocionales de Gran Canaria | 5 horas de streaming + 10 minutos de video promocional | Canal de YouTube   | Durante el streaming se insertaran imágenes genéricas de Gran Canaria. Cada hora se emitirá un video publicitario de 2 minutos de Gran Canaria                     |
| Imagen + Videos en los activos digitales del evento                   | 40 post con imagen de GC y 10 videos                   | Los 40 post se lanzarán en Facebook + Instagram. Los 10 videos estarán alojados en la web del evento   | Los post serán imágenes de lugares emblemáticos de Gran Canaria. Los videos serán imágenes del evento con mención a lugares icónicos de Gran Canaria               |

**Ejemplo 2:** Evento de Gastronomía que se celebra en el Parque de Santa Catalina y se emitirá en diferido en el programa “Cocinas de España” de RTV Española

| Contraprestaciones y soportes  | Cantidad  | Medidas/Formatos/Duración   | Características   |
|--|---|---|---|
| Logotipo de marca en Banderolas y en Lonas del Escenario   | 30 banderolas<br>3 lonas en el escenario                                  | Banderolas: 1,5 X 3 mts<br>Lonas: 1 X 3 mts   | El entorno del parque Santa Catalina se decorará con 30 banderolas. El escenario tendrá tres lonas  |
| Emisión del Programa “Cocinas de España” con videos y comentarios de los chef sobre la gastronomía de Gran Canaria | Programa de 35 minutos que se emite el 25 de junio en Televisión española | Se trata de un formato de programa tipo MasterChef en el cual los chef invitados realizan platos genuinos de cada región. El chef invitado será Arguiñano | Los Tres chef realizarán platos con productos de Gran Canaria. El video de preparación del plato se combinará con imágenes de la gastronomía de Gran Canaria. |
| Logo de la marca en el photocall de la rueda de prensa que se celebrará en Madrid                                  | Logo exclusivo de la marca  | El photocall mide 3X2 metros y se utilizará en exclusiva para logo de Gran Canaria  | El photocall se utilizará para la presentación del programa en Madrid   |

**Ejemplo 3:** Evento cultural que se celebra en un recinto cerrado. Se trata de un Festival de Opera

| Contraprestaciones y soportes   | Cantidad   | Medidas/Formatos/Duración  | Características   |
|---|--|--|---|
| Streaming del Opera Festival de Gran Canaria. Durante la emisión en canal de Youtube se emitirán videos de Gran Canaria | 2 horas de streaming entras las que se emitirán 5 videos de Gran Canaria | La emisión se realizara en YouTube. Durante el streaming se lanzarán 5 videos ( 1 minuto cada uno) de imágenes de Gran Canaria | La emisión se realizara en YouTube con una estimación de 60.000 visionados.                             |
| Press Trip con periodistas de Alemania y UK   | Son los 5 periodistas que acompañan a los tenores alemanes               | Se realizará un press trip de 5 horas por la ciudad  | El press trip tiene como objetivo mostrar el casco histórico de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria |
|   |  |  |   |

**Ejemplo 4:** Evento deportivo que se celebra en un recinto cerrado. Final del Campeonato Europeo de Baloncesto femenino

| Contraprestaciones y soportes  | Cantidad   | Medidas/Formatos/Duración   | Características   |
|--|--|---|---|
| Logo en las vallas Led en el campo de juego  | 20 vallas led                                      | El logo de Gran Canaria aparecerá durante 45" cada 5 minutos. En total durante la retransmisión del partido estará un total de 8 minutos. | El logo se puede combinar con imágenes de Gran Canaria  |
| Video con las ganadoras del Campeonato, El video se alojará en la web y se utilizará como recurso para el gabinete de prensa | 1 video que se grabará en la Playa de las Canteras | Video de 10 minutos con entrevista a cada una de las jugadoras. Se grabará en diferentes zonas de Las Canteras.                           | El video se utilizará en la web y se remitirá a todas las televisiones de Europa para apoyar el final del campeonato femenino de Baloncesto |
|  |  |   |   |