

Informe de valoración de las contraprestaciones de patrocinio del procedimiento que tiene por objeto la celebración del:

“CONTRATO DEL PATROCINIO 2024 PLAYA SURF CBBC HOTELS PWA WORLD CUP TENERIFE - EL MÉDANO QUE SE CELEBRARÁ EN LA ISLA ENTRE LOS PÓXIMOS DÍAS 5 Y 11 DE AGOSTO DE 2024”

Sobre 2024 Playa Surf CBBC Hotels PWA World Cup Tenerife - El Médano

El 2024 PLAYA SURF CBBC HOTELS PWA WORLD CUP TENERIFE – EL MEDANO es una prueba del circuito mundial de windsurf (PWA, Asociación de Windsurfistas Profesionales) donde se citan los mejores deportistas de esta disciplina tanto en la categoría masculina y femenina.

La competición se realizará en la playa del Cabezo (El Médano, Tenerife) que por sus características está catalogada como una de las zonas a nivel mundial con las mejores condiciones para no solo la práctica de este deporte sino para la realización de pruebas de alto nivel competitivo. La competición se realizará desde el 05 al 11 de Agosto de 2024.

Esta será la 10ª edición de la prueba mundial, siendo uno de los eventos más longevos de Tenerife con una trayectoria ya reconocida de repercusión mundial. No sólo se trata de un evento deportivo de primer nivel, sino un acontecimiento deportivo, social y cultural en El Médano que favorece a la imagen de Tenerife y de Canarias.

Participar en eventos deportivos y lúdicos de gran afluencia, a través de los patrocinios, permite posicionar nuestra marca en un público objetivo más joven, con un estilo de vida saludable y con un poder adquisitivo alto. Además, nos permite posicionarnos ante un potencial turista de forma más directa y generar una relación de confianza.

Esta acción se enmarca en el eje 5 de nuestra estrategia de posicionamiento y comunicación de la marca Tenerife, dentro del programa en canales de promoción (05_02_02) de la estrategia turística de la sociedad en el apartado de celebración de eventos con fin turístico, tales como los eventos musicales y culturales.

Por tanto, este tipo de acción permite posicionar Tenerife como lugar inspiracional para viajeros amantes de la música y la cultura, diversificando así el perfil de nuestros turistas, y captando nuevos segmentos de alto poder adquisitivo.

OBLIGACIONES DEL CONTRATO

En la memoria presentada por el licitador BLUE LIGHTS EVENTS S.L. con B55493696 para el patrocinio de **la celebración del Playa Surf CBBC Hotels PWA World Cup Tenerife - El Médano** se incluye en su primer punto la información del promotor de evento, así como la cesión de la marca PWA para la organización y ejecución de la PWA World Tour Events en la Isla de Tenerife.

Continúa el documento con la información de la competición, sus categorías, los participantes en las diferentes disciplinas. Incluye además una descripción del lugar y de las infraestructuras que se utilizarán.

Seguidamente se presenta el plan de medios en el que se explica que la promoción del evento se centrará en **una promoción in situ** de la Isla durante la prueba, con soportes ubicados en el propio recinto. (lonas, carpas, contenedores, photocall, roll up...) y en una **campaña de medios convencionales on y off line**. En ambos tipos de promociones la marca patrocinadora estará presente de manera destacada.

Las contraprestaciones que se ofrece al patrocinador del evento se detallan a continuación:

ACCIONES RRSS

- Se distribuirá toda la promoción explicada en el plan de medios a través de las redes sociales propias del evento y de la PWA.
- A través de las redes sociales se gestionará una campaña de social media pagada para incrementar los seguidores e impresiones de los perfiles del evento. Se estima alcanzar más de 250.000 cuentas con esta campaña.
- Un banner en Google ADS_SEM.

PLAN DE MEDIOS

- Se realizará una campaña de video programática mediante la inclusión de una pieza de 20 segundos con presencia de la marca, en más de 50 cadenas y plataformas de streaming de TV, como Rakuten, Pluto TV, NBCN, Paramount, etc.... Se contratará un alcance mínimo de 225.000 visualizaciones y unas 250.000 impresiones. Se implantarán en Reino Unido, Alemania, Portugal e Italia.

- También gestionaremos una campaña de display dinámicos a nivel península, Irlanda y Reino Unido en portales de prensa como el Marca, el Mundo, The Independent o Telegraph entre otros. Esto nos permitirá alcanzar 550.000 impresiones y más de 180.000 visualizaciones.
- Se insertará una página de publicidad y mención en reportaje en la revista alemana especializada en surf, denominada SURF con una audiencia de tráfico de más de 120.000 impresiones mes
- Se llevará a cabo una campaña de una semana de duración con la inclusión de faldones de prensa en Diario de Avisos.
- También se contratará spot de 20" en TV Canaria – P.General, Movistar + Deportes
- Retransmisión de dos días en radio local (Rumberos FM)

SOPORTES CON IMAGEN DE PATROCINADOR DURANTE EL EVENTO.

- **CARTELERIA DEL EVENTO.** Valla publicitaria con la imagen del Evento incluyendo el logotipo Tenerife Despierta Emociones con medidas 8mx3m en la carretera TF-64 dirección El Médano, la cual estará presente los meses de Julio y Agosto.
- **WEB DEL EVENTO.** Se incluye una página dentro de la web del evento (www.pwaworldcuptenerife.com) nombrada como "Qué visitar en Tenerife" con enlaces directo de la web de Turismo de Tenerife.
- **EQUIPACIÓN DEL STAFF.** Se incluye el logo del evento que incluye Tenerife en las camisetas del Staff
- **PANCARTAS OFICIALES DE LA ZONA DE COMPETICIÓN.** 3 lonas micro-perforadas con el logo de Tenerife Despierta Emociones
- **NOTAS DE PRENSA.-** Se realizarán notas de prensa diarias con la evolución de la competición incluyendo la imagen de Turismo Despierta Emociones en periódicos tales como Diario de Avisos.
- **PHOTOCALL.** Se incluye el logotipo de Turismo Deporte Emociones en el Photocall del Evento que se utilizará para varios eventos, tales como rueda de prensa, inauguración de proclamación de resultados diarios, resultados finales y entrega de premio en el cierre del evento.

- **RUEDAS DE PRENSA** Se realizará una rueda de prensa el día 01 de Agosto donde se convocarán a los representantes de Turismo de Tenerife junto con otras organizaciones públicas para comunicar el inicio de la prueba.
- **PODIUM.** Se colocará el logotipo de Turismo Despierta Emociones en el Pódium de la competición.
- **BANDERAS EN EL ENTORNO.** Se instalarán 3 banderas con el logotipo de Tenerife Despierta Emociones en el triángulo con la lona y 7 banderas más que irán colocadas a lo largo del paseo donde está instalado el evento.
- **LIVESTREAMING.** Se contará con una empresa especializada para desarrollar el livestreaming del evento
- **HIGHLIGHTS DIARIOS.** Se realizarán videos diarios con un breve resumen de lo que ocurrido durante la jornada donde se reproducirá la imagen del evento junto con el logotipo de Tenerife Despierta Emociones.
- **GALERIA FOTOGRÁFICA.** Se pondrá a disposición toda la galería fotográfica del evento
- **MERCHANDAISING.** Se instalará una zona en la carpa principal del evento donde se colocarán productos de merchandaising tales como camisetas, licras, etc.. las cuales incluirán el logotipo de Tenerife Despierta Emociones.
- **VELAS** La inclusión de marca en las velas de las tablas de windsurfing de competición, licras de los participantes
- **KIT Y FLYER** informativos a los participantes

Seguidamente el documento explica el retorno publicitario y el impacto turístico del evento.

Incluye además el plan de sostenibilidad, la programación de competición, el importe solicitado de patrocinio y escalado de patrocinio según los criterios desarrollados por Turismo de Tenerife este año.

Concluye el documento con el calendario de reuniones propuestas.

CONCLUSIONES:

Una vez analizadas las contraprestaciones propuestas por parte del organizador de la prueba, consideramos que aunque las mismas difieren de las apuntadas como obligaciones de contrato incluidas en el PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS son las apropiadas para llevar a cabo una correcta difusión de la marca turística Tenerife.

En el caso de las **ACCIONES RRSS**, no detalla con tanta precisión la presencia en redes sociales al no incluir ni la Estimación de la publicación de 87 post previos, durante y posterior al evento ni la Publicación de 25 a 40 stories al día durante el evento.

La campaña en la Red Display de Google dirigida a la población de la isla de Tenerife, con webs afines al evento, la sustituyen por una campaña de social media pagada para incrementar los seguidores e impresiones de los perfiles del evento. Se estima alcanzar más de 250.000 cuentas con esta campaña.

El **PLAN DE MEDIOS** sufre variación, sustituyendo las Entrevistas en el medio radio, las conexiones diarias desde el Deportivo, la emisión de 50 piezas de larga duración (50-60 segundos) a lo largo de la programación de Antena 3 Canarias durante una semana, las cuñas de radio y la publicidad en Televisión Canarias por lo siguiente:

- Se realizará una campaña de video programática mediante la inclusión de una pieza de 20 segundos con presencia de la marca, en más de 50 cadenas y plataformas de streaming de TV, como Rakuten, Pluto TV, NBCN, Paramount, etc.... Se contratará un alcance mínimo de 225.000 visualizaciones y unas 250.000 impresiones. Se implantarán en Reino unido, Alemania, Portugal e Italia.
- También gestionaremos una campaña de display dinámicos a nivel península, Irlanda y Reino Unido en portales de prensa como el Marca, el Mundo, The Independent o Telegraph entre otros. Esto nos permitirá alcanzar 550.000 impresiones y más de 180.000 visualizaciones.
- Se insertará una página de publicidad y mención en reportaje en la revista alemana especializada en surf, denominada SURF con una audiencia de trafico de más de 120.000 impresiones mes
- Se llevará a cabo una campaña de una semana de duración con la inclusión de faldones de prensa en Diario de Avisos.

- También se contratará spot de 20" en TV Canaria – P.General, Movistar + Deportes
- Retransmisión de dos días en radio local (Rumberos FM)

Se considera que las contraprestaciones presentadas en la memoria son de superior valor a las descritas en los pliegos al tener una mayor repercusión a nivel internacional, aspecto anteriormente no contemplado.

Y para que conste a los efectos oportunos, se suscribe el presente documento electrónicamente, a un único efecto, en Santa Cruz de Tenerife, desplegando sus efectos a partir de la fecha de su firma.

Gema Gijón Vicente

Adjunta al departamento de Marketing y Comunicación

Turismo de Tenerife