



INFORME DE NECESIDAD Y ORDEN DEL INICIO DEL EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO.

A la vista de la propuesta de patrocinio publicitario, presentada por ARTEVALLE PRODUCCIONES, S.L., con CIF B38879904 para la celebración del concierto del cantante Saiko en el Gran Canaria Arena el próximo 2 de agosto de 2024, dentro de su gira Sakura 2024.

El Cabildo de Gran Canaria lleva patrocinando distintos conciertos organizados por esta productora, en años anteriores, cuya promoción de Gran Canaria, se ha realizado conforme a lo previsto.

La solicitud de patrocinio publicitario le fue presentada, con fecha 11 de diciembre de 2023 y registro de entrada en esta Corporación número 095379, completándose dicha solicitud con fecha 13 de mayo de 2024 y registro de entrada número 038548, al Sr. Consejero de Presidencia, órgano de contratación, de este Servicio, por Acuerdo de delegación del Consejo de Gobierno Insular de fecha 31 de julio de 2019, el cual solicita de forma verbal a este Servicio el inicio y la tramitación del expediente de contratación correspondiente.

Esta Presidencia está interesada en llevar a cabo esta contratación a fin de satisfacer la necesidad de Promoción y difusión de Gran Canaria en el ámbito cultural y turístico, que constituye competencias de esta Corporación Insular. La celebración de grandes eventos, como el que nos ocupa, se convierte, sin lugar a dudas, en toda una fuente generadora de beneficios directos e inducidos. Los cuales se pueden concretar en términos de realce de la imagen de Gran Canaria, así como la dinamización de la zona durante las fechas en las que tiene lugar el evento en sí.

En los últimos años, la celebración de grandes eventos ha crecido bastante en nuestra isla, dando cabida a grandes acontecimientos deportivos, culturales y sociales, pudiéndonos comparar con grandes ciudades europeas donde se llevan a cabo este tipo de espectáculos, a pesar del hecho insular y con el apoyo de las administraciones, estos espectáculos han podido celebrarse en Gran Canaria.

Código Seguro De Verificación	xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ==	Fecha	29/05/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ=	Página	1/13





Estos eventos mueven un gran número de personas, tanto de nuestra isla como de fuera, por ejemplo, al Granca Life Fest en el año 2023, asistieron aproximadamente 60.000 personas, en el caso concreto de conciertos de artistas internacionales celebrados en 2023, como puede ser el cantante británico Sting, cuya asistencia fue aproximadamente de 8.000 espectadores, o bien el concierto celebrado por Elton John, cuyo número de espectadores fueron aproximadamente 8.500 o bien en el caso de Festival Mar Abierto según datos facilitados por la propia productora, en las temporadas anteriores han realizado más de una docena de conciertos, alcanzando un éxito de asistencia de más de 50.000 personas por año y un impacto económico de alrededor de 10 millones de euros.

En la mayoría de estos conciertos o festivales, las empresas promotoras incluyen la promoción de paquetes de viajes que contiene el traslado y la entrada al evento.

Con todo ello, se podría afirmar que la promoción y difusión de la isla, se lleva a cabo de manera excelente, donde se une la imagen del evento al lugar de celebración, a lo cual tenemos que poner en valor el impacto económico positivo que supone para nuestra isla y como dato cuantitativo el impacto publicitario que aprovecharemos a través de este contrato, mediante el retorno publicitario.

La empresa junto a esta Presidencia ha establecido el precio del contrato en la cantidad de 53.500 euros desglosado de la siguiente forma: 50.000 euros, siendo el IGIC aplicable de 3.500 euros, conforme al estudio económico aportado por la empresa, donde cuantifica, según estimación, el retorno de inversión esperada en 542.857€ para el Cabildo de Gran Canaria – La Isla de Mi Vida (datos elaborados por la empresa MMI Analytics para ArteValle Producciones, S.L.).

Este dato nos daría que por cada euro invertido por el Cabildo de Gran Canaria en este patrocinio publicitario obtendríamos en publicidad aproximadamente 10,86 euros.

Por todo lo expuesto, podemos resumir que esta Presidencia, tiene especial interés en el patrocinio de estos conciertos, al considerarlo una plataforma idónea para dar a conocer nuestra isla, como espacio óptimo para llevar a cabo este tipo de eventos, promocionando y difundiendo nuestra tierra, así como a la marca de esta Corporación

Código Seguro De Verificación	xvH/n+W1b7Q02EVTsgb0qQ==	Fecha	29/05/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/xvH/n+W1b7Q02EVTsgb0qQ=	Página	2/13





como es “La isla de mi vida”, a través de medios de comunicación generalista y especializados, así como de las redes sociales del artista posicionando a Gran Canaria como un espacio excelente para la organización de estos eventos, y dando lugar a que se amplíe el espacio cultural y de ocio de nuestra isla.

Es necesario poner en valor que la ejecución de este tipo de concierto en Gran Canaria, lleva consigo ingresos para la isla, además de darle una proyección internacional como espacio cultural, la empresa acompaña un resumen ejecutivo donde señala:

1. RESUMEN EJECUTIVO

Durante el año 2024 se organizarán dos conciertos de SAIKO en las islas. El primero se celebrará el 2 de agosto en Gran Canaria con una afluencia esperada de 8.000 asistentes y el 3 de agosto en Tenerife con una asistencia estimada de 10.000 personas.

Para la organización de los dos conciertos se realizará un desembolso de 744.900 euros y se estima que los 18.000 asistentes realicen un gasto de 1.679.208,11 euros.

Para la determinación del impacto económico se ha empleado el análisis input output. Con este análisis se ha determinado el impacto directo provocado por las compras realizadas por la productora del evento como por los asistentes. Y el impacto indirecto producido por las compras que realizan a los proveedores, los productores que satisfacen directamente la demanda a la organizadora como a los asistentes al concierto.

En consecuencia, la organización de este festival contribuirá a la economía local mediante:

- Una producción de 2.248.220,93 euros en la economía canaria. Esto significa que por cada euro de la promotora del evento se generan 3,02 euros en la producción canaria.
- La generación de 1.333.565,80 euros de rentas en Canarias medido en valor añadido bruto a precios básicos. Por tanto, por cada euro de gasto de la promotora se genera 1,79 euros en rentas.
- Para la organización y celebración del festival se contrata directamente a 174 personas, de las cuales 150 proceden de Canarias. No obstante, el gasto realizado por la organización y los asistentes al concierto contribuyen a la creación y/o mantenimiento de 26 puestos de trabajo equivalente (= total de horas trabajadas dividido por la media anual de las horas trabajadas en puestos de trabajo a tiempo completo en el territorio económico).

Significando que visto que en años anteriores la celebración de conciertos de proyección nacional e incluso internacional, se han cumplido las expectativas de la Corporación, no sólo económicas, sino las intangibles relacionadas con la imagen de calidad que se proyecta de Gran Canaria en el exterior a nivel general y en particular para la promoción turística y cultural, que forma parte del tejido económico que el Cabildo de Gran Canaria trabaja por potenciar dentro y fuera de la isla.

Por lo que, vistos los datos aportados por la empresa, esta Presidencia considera de especial interés el patrocinio de estos conciertos/festival, al considerarlo una plataforma idónea para dar a conocer nuestra isla, como espacio óptimo para llevar a cabo este tipo de eventos, así como nuestra marca “La isla de mi vida”,

Código Seguro De Verificación	xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ==	Fecha	29/05/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ=	Página	3/13





promocionando y difundiendo nuestra tierra, mediante las distintas acciones publicitaria que se pondrán en marcha para la promoción del concierto.

2.- JUSTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN.

Vista la justificación señalada en el punto anterior, nos encontramos ante un contrato de patrocinio, por lo tanto, un contrato privado por razón de su objeto, que queda definido por el artículo 24 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, como “aquél por el que el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.” Por lo tanto, el patrocinador se obliga a pagar una cantidad de dinero determinada a favor de otra persona o entidad a cambio de utilizar su buena imagen en el ejercicio de sus actividades, las cuales no podrán incurrir en ningún supuesto de prohibición del artículo 4 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre de Publicidad y Comunicación Institucional y, además deberán ser actividades de interés público en el ámbito de la Isla.

La determinación de la naturaleza jurídica del patrocinio está en relación directa con la causa del mismo, con la finalidad de un patrocinio, con el grado de importancia de la actividad de fomento que financia, siendo la causa principal del patrocinio la publicidad institucional a través del financiamiento de una actividad privada de un particular, estaríamos ante la figura jurídica de un contrato privado de la Administración.

Asimismo, al tratarse de un contrato privado, puesto que no es uno de los contratos administrativos típicos recogidos en el artículo 12 y siguientes de la 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 2017/23UE y 2017/24UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante LCSP 2017) en particular su objeto no encaja en ninguno de los supuestos contemplados en el Anexo II –servicios-, del mismo cuerpo legal, ni tampoco se presenta como un contrato administrativo especial ya que no está vinculado al giro o tráfico específico de la

Código Seguro De Verificación	xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ==	Fecha	29/05/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ=	Página	4/13





Administración ni satisface de forma directa e inmediata una finalidad pública de la específica competencia de ésta.

La nota característica y que diferencia el contrato de patrocinio es la ausencia de profesionalidad de la otra parte contratante: mediante el contrato de patrocinio la Administración recibe determinada publicidad, porque presta una ayuda económica a una actividad con una específica repercusión mediática, obteniendo de esa forma publicidad.

También es importante establecer la diferencia que existe entre el Contrato de Patrocinio y una subvención, a fin de evitar cualquier tipo de dudas que pueda surgir a lo largo de la tramitación de este expediente, tal y como recoge diversos informes de la Intervención General del Estado, Junta Consultiva de Aragón, e incluso artículos de opinión realizados en el observatorio de contratación pública.

El informe de la Junta Consultiva de Aragón recoge "... La equivalencia entre las prestaciones de las partes debe quedar claramente constatada en los pliegos y en el propio documento contractual, de forma que la colaboración en la publicidad de la Administración para el patrocinio tenga entidad suficiente para constituir una contraprestación a la aportación económica que percibe, y así descartar, que, tras la figura de un contrato, pueda ocultarse la concesión de una subvención."

Asimismo, señala *"El contrato de patrocinio, aún en el caso de ser celebrado por una Administración Pública, tiene consideración de contrato privado, pues el patrocinado, como se ha expuesto anteriormente, no es una empresa dedicada a los servicios publicitarios, lo que excluye la posibilidad de considerarlo como contrato administrativo de servicios..."*

En cuanto a si el gasto, objeto del expediente tiene naturaleza jurídica de subvención habrá que comprobar en primer lugar si el objeto del contrato cumple los requisitos que caracterizan a las subvenciones según lo dispuesto en el artículo 2.1.a) de la Ley General de subvenciones, a saber:

a) Que la entrega se realiza sin contraprestación directa del beneficiario.

Código Seguro De Verificación	xvH/n+W1b7Q02EVTsgb0qQ==	Fecha	29/05/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/xvH/n+W1b7Q02EVTsgb0qQ=	Página	5/13





b) Que dicha entrega está sujeta al cumplimiento de un determinado objetivo, la ejecución de un proyecto, la realización de una actividad, ya realizados o por desarrollar.

c) Que el proyecto o la acción tienen por objeto el fomento de una actividad de utilidad pública o interés social o de promoción de una finalidad pública.

Como se puede ver a lo largo de todo este informe, o bien en el propio PPT, existe una contraprestación directa la cual consiste en la publicidad y promoción de la marca “Gran Canaria”, “La isla de mi vida”, es lo que denomina el informe de la Junta Consultiva de Aragón *“publicidad de carácter indirecto que se ha dado en llamar retorno publicitario” a través de la campaña de publicidad que la empresa pone en marcha para la difusión del evento*. En el caso que nos ocupa el objeto principal de esta Corporación consiste en la promoción de la isla de Gran Canaria a través de los diversos medios de comunicación propuestos por la productora del evento. Continúa el informe anteriormente mencionado *“...retorno publicitario y que consiste fundamentalmente en que el patrocinado permite que el patrocinador haga pública su colaboración económica en la actividad del patrocinado y también, si así se estipula, en que el patrocinado realice comportamientos activos con esa misma finalidad. El patrocinador a cambio disfruta de la notoriedad y de la resonancia de la actividad que desarrolla el patrocinado, con el fin de incrementar entre el público el conocimiento de su nombre o marca y de favorecer su imagen.”*

No podemos obviar que la obligación del beneficiario de una subvención, en cuanto a la publicidad, tan sólo consiste en incorporar el logo corporativo en toda la publicidad que se ponga en marcha a fin de promocionar el proyecto, mediante la subvención se fomenta, se promociona una actividad, proyecto o acción concreto y específico de utilidad pública o interés social o de promoción de una finalidad pública, lo que está claro que el interés no consiste en obtener publicidad, a través de una subvención lo que realmente se publicita es la administración pública que apoya económicamente ese proyecto. Por lo tanto el Cabildo de Gran Canaria, no recibe ningún bien o servicio a cambio de su aportación, realiza una aportación patrimonial gratuita, el cual no obtiene a cambio ningún resultado del encuentro, así se detalla de forma expresa en el artículo

6

Código Seguro De Verificación	xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ==	Fecha	29/05/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ=	Página	6/13





2.3.b) del Reglamento de la LGS, en el que ésta se declara aplicable, en particular, a “los convenios de colaboración por los que los sujetos previstos en el artículo 3 de la Ley (esto es, los competentes para otorgar subvenciones) asumen la obligación de financiar, en todo o en parte, una actividad ya realizada o a realizar por personas sujetas a derecho privado y cuyo resultado, material o inmaterial, resulte de propiedad y utilización exclusiva del sujeto de derecho privado”, por lo que en estos casos resulta indubitable la aplicación de la LGS (*Informe de la Intervención General del Estado de 1 de marzo de 2008*).

Realmente, ante lo expuesto, es donde consideramos que radica la diferencia principal del patrocinio, como podemos ver, éste va más allá de una subvención, puesto que aquí existen obligaciones determinadas para las partes intervinientes, cuyo objeto es la publicidad y promoción de la marca Gran Canaria, “La isla de mi vida”, en diversas plataformas, puesto que su repercusión en los medios de comunicación proporcionará un beneficio publicitario e incluso económico, superior a otros sistemas de publicidad directa o convencionales. Las prestaciones de las partes quedarán constatadas en los pliegos y en el propio documento contractual.

Por lo tanto, el procedimiento adecuado para tramitar el presente contrato será el procedimiento negociado sin publicidad, dado que, por motivos relacionados con la protección de derechos de exclusiva, el contrato sólo puede encomendarse a un empresario determinado. Asimismo, el artículo 168 de la LCSP 2017 establece, que la no existencia de competencia por razones de protección de derechos de exclusivos solo se aplicará 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, tal es el caso que nos ocupa puesto que la productora dispone de los documentos acreditativos, donde señalan que tiene la exclusiva para la organización de cada uno de los conciertos.

En consecuencia, solo es posible solicitar y valorar la oferta de la empresa ARTEVALLE PRODUCCIONES, S.L., con CIF B38879904., dado que es la empresa que posee los derechos de exclusiva para la organización de este concierto.

7

Código Seguro De Verificación	xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ==	Fecha	29/05/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ=	Página	7/13





Por lo tanto, podemos concluir que el contrato de patrocinio, se registrará en cuanto a su preparación y adjudicación, en defecto de normas específicas, por la LCSP 2017, aplicándose supletoriamente las restantes normas de derecho administrativo o, en su caso, las normas de derecho privado, según corresponda por razón del sujeto o entidad contratante. En cuanto a sus efectos y extinción, el contrato de patrocinio se registrará por el derecho privado. (Artículo 26 del LCSP 2017).

3.- JUSTIFICACIÓN DEL PRECIO

La prestación económica a abonar por el patrocinador no está sujeta a tarifas preestablecidas, como ocurre en los contratos de difusión publicitaria, no impide su consideración como auténtico precio del contrato, que, determinándose por el libre juego de la voluntad de las partes, en virtud de criterios de oportunidad, “cotización” de la imagen cuyo uso se cede, o bien por el simple juego de la oferta y la demanda, constituye la contraprestación del patrocinador y, por tanto, forma parte del contenido obligacional del contrato de patrocinio publicitario como elemento esencial de su objeto. Así las cosas, a la vista de la propuesta, considerada adecuada por el Órgano de contratación, en relación al retorno publicitario facilitado por la empresa organizadora del evento, señalada en el primer punto de este informe, en atención *al artículo 100.2 LCSP que establece “En el momento de elaborarlo (el presupuesto base de licitación), los órganos de contratación cuidarán de que el presupuesto base de licitación sea adecuado a los precios del mercado.”*

Para verificar que el precio del contrato es de mercado, deberá comprobarse si el expediente contiene alguna documentación justificativa que permita valorar las prestaciones que debe efectuar el patrocinado. A estos efectos, se podría comparar el coste del patrocinio publicitario con el coste de contratar servicios publicitarios profesionales para la obtención del mismo impacto o difusión pública. Asimismo, podría compararse el precio acordado con el que estaría dispuesto a pagar un patrocinador privado por las mismas prestaciones que debe efectuar el sujeto patrocinado, o cualquier otro medio que permita justificar la existencia de aquella *equivalencia*.

Código Seguro De Verificación	xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ==	Fecha	29/05/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ=	Página	8/13





La empresa acompaña documento elaborado por Iniciativas de Comunicación de Canarias S.L., que según indican es una empresa especializada en la monitorización, seguimiento, análisis de contenido en medios y redes sociales, así como en la elaboración de auditorías e informes de retorno de inversión.

Donde concluyen que tras evaluar la propuesta de plan de medios en referencia al concierto de Saiko, el retorno de inversión esperado se estima en 542.857 euros para el Cabildo de Gran Canaria - La Isla de mi Vida, lo que quiere decir, como ya se señaló anteriormente por cada euro que el Cabildo de Gran Canaria invierte obtendrá 10,86 euros en retorno publicitario.

A continuación, pasaremos a detallar el contenido mínimo, que justificaría el precio del patrocinio y que debe cumplir el licitador, así como la estimación económica de la misma.

- a) Durante la campaña de promoción del concierto, se hará mención al lugar de celebración del espectáculo, esto es Gran Canaria, especialmente a través de imágenes de la isla, las cuales serán facilitadas por el Cabildo de Gran Canaria.

Se añadirán 3 post promocionales en exclusiva con la marca La isla de mi vida vinculada a Conciertos de Saiko en Canarias 2024.

La aparición de imágenes de Gran Canaria durante la promoción del concierto del artista de ámbito nacional e internacional y durante un período aproximado de 4 meses equivale a realizar una promoción de Gran Canaria como espacio óptimo para la celebración de este tipo de evento, cuyo ámbito se prevé mundial.

Si el Cabildo pusiese en marcha una campaña de promoción de la isla, con las características detalladas y comparándola con otras campañas de ámbito regional llevadas a cabo, podríamos decir que el importe, siendo bastantes prudentes, podría ascender a la cantidad de 180.000 euros.

- b) La empresa organizadora podrá acordar con el artista para que, a través de sus cuentas de redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram, TikTok) suban como mínimo de un anuncio promocional en el que les dirán a todos sus seguidores que estarán en la isla de GRAN CANARIA, así mismo, en la medida de lo posible se utilizará un hashtag "#Laislademivida".

Esto supondría un alcance mínimo de aproximadamente 1.000.000 de personas de cada pieza de contenido que publiquen en sus redes sociales.

Desde un punto de vista cuantitativo, el coste por impacto en redes sociales se calculará aplicando los datos sugeridos en el informe para la valoración del patrocinio y eventos que realice el Cabildo de Gran Canaria, elaborado por la

Código Seguro De Verificación	xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ==	Fecha	29/05/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ=	Página	9/13





empresa Atlantis Publicidad. Actualmente los únicos datos que dispone este Servicio, además de los aportados por la empresa promotora, son los datos obtenidos en la página oficial de los artistas, redes sociales y son los siguientes:

REDES SOCIALES	
Nº aproximado total de seguidores de los artistas que actuarán en el Festival (Facebook, _Twitter, Instagram, youtube, spotify)	Más de 15.500.000
Total de me gusta en redes sociales (Facebook, twitter, Instagram)	Sin conretar
Asistentes previstos	8.000

El informe contratado a Atlantis Publicidad, S.I. detalla “...se sugiere considerar como idónea toda aportación económica en concepto de patrocinio publicitario cuyo CPI (coste por impacto) resultante sea inferior a los siguientes valores

- 0,0024 euros para eventos cuya comunicación esté dirigido al ámbito de Canarias.
- 0.00321 euros para eventos o actividades cuya comunicación esté dirigida al público de ámbito nacional.
- 0,0110 euros para eventos o actividades cuya comunicación esté dirigida al público de ámbito europeo.

...”

Tendríamos una inversión total del patrocinio de 290.000 euros con más de 60.000.000 posibles impactos por lo que el Coste por impacto sería de 0,01 este dato podría considerarse correcto al cumplimiento por la empresa licitadora, además se podrá añadir el impacto publicitario que se derive del plan estratégico de publicidad que la empresa promotora ponga en marcha, podríamos dar un valor estimatorio de 0,01 euros a cada posible impacto, por lo que nos supondría un valor de 155.080 euros.

Código Seguro De Verificación	xvH/n+W1b7Q02EVTsgb0qQ==	Fecha	29/05/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/xvH/n+W1b7Q02EVTsgb0qQ=	Página	10/13



- c) En la portada de la web del evento se incluirá un banner de Gran Canaria que reedireccionará a la web del Cabildo de Gran Canaria (grancanaria.com), hasta la finalización del evento.

El coste de este apartado, conforme a otros datos aportados con el mismo objeto se podría valorar en 1.000 euros

- d) El Cabildo de Gran Canaria, tendrá presencia a través la marca “LalshadeMiVida” lo cual figurará en los soportes publicitarios habituales (anuncios en radio y televisión, así como en prensa escrita, on-line, cartelería y otros) que se activen para publicitar el Concierto/evento, así como en todas las informaciones que se ofrezcan desde el Gabinete de prensa de la productora a los medios, incluidas las ruedas de prensa que eventualmente pudieran tener lugar.

En las menciones de radio, se mencionará a la marca del Cabildo de Gran Canaria “LalshadeMiVida” en las cuñas de duración superior a 25 segundos en las distintas cadenas de radio como Los40 y DialPor lo tanto, este apartado no puede ser valorado al no tener datos suficientes para obtener en número de oyentes, televidentes o lectores.

Resumen:

Apartado	Concepto	Importe
a)	Retorno mención lugar de celebración de los conciertos	180.000,00
b)	Retorno en RRSS	155.080,00
c)	Redirección página web del Cabildo	1.000,00
d)	Retorno por el plan de Medios	0,00

Asimismo, si comparásemos la inversión que realizará el Cabildo de Gran Canaria para el patrocinio de este concierto, 50.000 euros, cuyo retorno va más allá de los impactos publicitarios, por el valor añadido que supone este tipo de eventos, donde previsiblemente existe un retorno económico para Gran Canaria y el coste que le supuso la campaña de publicidad de ámbito insular, “La Isla de mi Vida”, 151.567,72 euros, por un período determinado, por lo tanto, el precio establecido y visto los datos estimatorios utilizados, sería un precio beneficioso para la administración, pudiéndose comprobar antes del pago con el informe del impacto publicitario obtenido, donde la

Código Seguro De Verificación	xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ==	Fecha	29/05/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible María de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ=	Página	11/13





empresa licitadora tendrá que presentar un informe donde se valore el retorno publicitario sobre el patrocinio recibido.

Por lo tanto, el valor estimado del contrato sería 50.000 euros, con un IGIC aplicable de 3.500 euros, siendo los costes directos de 53.500 euros.

4.- OTROS DATOS NECESARIOS EN LA TRAMITACIÓN DEL EXPEDIENTE

En cuanto a la clasificación de la empresa, conforme a la naturaleza del objeto del contrato no le es exigible, estableciéndose como requisitos mínimos:

Solvencia económica y financiera:

- Volumen anual de negocios, o bien volumen anual de negocios en el ámbito al que se refiera el contrato, **que referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos concluidos deberá ser al menos de 75.000 euros.**

El volumen anual de negocios del licitador o candidato se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil, si el empresario estuviera inscrito en dicho registro, y en caso contrario por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrito. Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil.

Solvencia técnica o profesional:

- **Una relación de los principales servicios o trabajos realizados en los últimos cinco años que incluya importe, fechas y el destinatario, público o privado, de los mismos.** Los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por éste o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario; en su caso, estos certificados serán comunicados directamente al órgano de contratación por la autoridad competente. **Se requiere que importe anual acumulado en el año de mayor ejecución sea igual o superior a 35.000 €.**

Los precios de referencia indicados al inicio de este informe, se incluyen a fin de determinar en caso de existencia de incumplimiento de alguna de las cláusulas contenidas en el PPT, dará lugar a detraer del importe total del contrato la proporción que corresponda por el incumplimiento.

Código Seguro De Verificación	xvH/n+W1b7Q02EVTsgb0qQ==	Fecha	29/05/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/xvH/n+W1b7Q02EVTsgb0qQ=	Página	12/13





En cuanto a la división del objeto en lotes, visto el objeto del contrato, no procederá, Asimismo, puesto que su ejecución sería excesivamente difícil u onerosa desde el punto de vista técnico.

En cuanto a la valoración económica individualizada para cada prestación establecida en el PPT, su valor económico será dividiendo a partes iguales cada una de esas prestaciones entre el importe de licitación.

En cuanto a la insuficiencia de medios y visto el objeto del contrato mediante el cual la Corporación recibirá determinada publicidad, pero, no porque la contrate directamente con un profesional de este sector, sino que la Corporación presta una “ayuda económica” un precio, a una actividad con una específica repercusión mediática, obteniendo de esta forma publicidad.

Las Palmas de Gran Canaria a fecha de la firma electrónica

**EL ORGANO DE CONTRATACIÓN
EL CONSEJERO DE GOBIERNO DE
PRESIDENCIA**
(P. D. ACGI 31/07/20219)

LA JEFA DE SERVICIO DE PRESIDENCIA

Código Seguro De Verificación	xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ==	Fecha	29/05/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/xvH/n+Wlb7Q02EVTsgb0qQ=	Página	13/13

