

AÑO: 2024
DEPARTAMENTO: Marketing y Comunicación
ACCIÓN: 10945/2024
NÚMERO DE EXPEDIENTE CONTRATACIÓN: 19/2024

A la vista de lo dispuesto expresamente en el artículo 28 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP), en relación con el artículo 73 del Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, se expide la presente,

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CELEBRACIÓN DE UN CONTRATO DE PATROCINIO, MEDIANTE ADJUDICACIÓN POR PROCEDIMIENTO NEGOCIADO SIN PUBLICIDAD POR EXCLUSIVIDAD, PARA LA CELEBRACIÓN EN LA ISLA DE TENERIFE DE LA VUELTA AL TEIDE.

I. NATURALEZA DEL ÓRGANO DE CONTRATACIÓN Y RELACIÓN DEL CONTRATO CON SUS FINES INSTITUCIONALES

La entidad **SPET, TURISMO DE TENERIFE, S.A.** (en adelante, "**TURISMO DE TENERIFE**") se configura como una sociedad mercantil anónima, cuyo capital pertenece mayoritariamente al Cabildo Insular de Tenerife. En consecuencia, TURISMO DE TENERIFE está integrada en el sector público, con el carácter de poder adjudicador que no ostenta la condición de Administración Pública, y sometida a 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 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante, "**LCSP**") con el alcance que la propia ley determina.

La entidad tiene como objeto social la promoción, desarrollo y potenciación de las actividades económicas especialmente de la actividad turística, de la isla de Tenerife.

Le están especialmente encomendadas dentro de su objeto social, entre otras, las siguientes actividades:

1. Promoción y potenciación del turismo en Tenerife y en el exterior.
2. La promoción, fomento y desarrollo de las actividades económicas de carácter estratégico de la Isla de Tenerife y de sus empresas.
3. Estudio, investigación, documentación e información y difusión de la imagen de Tenerife.

4. Facilitar información turística de la isla de Tenerife a través de cualquier medio o canal de difusión.
5. Realización y promoción de estudios, asesoramiento e informes de carácter económico, fundamentalmente sobre temas turísticos, marketing turístico e inversiones turísticas en Tenerife.
6. Promover y desarrollar, en colaboración con la iniciativa pública y privada, la formación del sector a través de la impartición de cursos, jornadas, seminarios y/o simposios destinados a profesionales y trabajadores cuya actividad laboral se centre, directa o indirectamente, en el ámbito del turismo.
7. La organización, por sí o en colaboración con entidades e instituciones, tanto públicas como privadas, de toda clase de eventos con fines de promoción turística.

La estrategia turística de Tenerife 2017-2020/2030 establece como uno de sus objetivos estratégicos la mejora del posicionamiento, comunicación y promoción de la Isla como destino turístico.

En esta línea, el nuevo plan de marketing y comunicación indica que se debe aplicar un nuevo enfoque estratégico que se adapte a la última situación socioeconómica mundial y a la transformación del sector turístico. Debemos encontrar la forma de diferenciarnos, e ir más allá, para comunicar todos los atractivos que posee la isla. Queremos atraer a nuevos tipos de viajeros y aumentar los clientes con mayores niveles de renta.

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.

Más en las circunstancias actuales, es de absoluta importancia comunicar que Tenerife sigue siendo un destino seguro en nuestros mercados emisores de turistas. Así como una imagen de Tenerife renovada y preparada para todo tipo de visitante, fomentando el conocimiento del destino bajo la marca 'Tenerife Despierta emociones', que aúna los elementos que hacen de Tenerife un destino "único y diferenciado": su clima y calidez humana, su diversidad paisajes naturales y su oferta de ocio; la seguridad; o el esmero y la dedicación de sus profesionales.

Por tal motivo, estos eventos de ciclismo de gran prestigio internacional se convierten en un escaparate perfecto para promocionar nuestro destino.

La presente memoria de SPET, TURISMO DE TENERIFE, S.A., tiene por objeto definir los criterios y requisitos técnicos para el patrocinio, en régimen de exclusividad, de la celebración en Tenerife el próximo día 18 de mayo de **LA VUELTA AL TEIDE** teniendo la

empresa **Club Deportivo ADRAR 7 RAID** los derechos registrados del evento y una amplia experiencia en la organización de este tipo de actos.

La actuación descrita se enmarca directamente dentro de los fines institucionales del Órgano de Contratación, de forma que resulta claro que la mencionada finalidad se ajusta plenamente con lo establecido en el artículo 28 de la LCSP, que determina que las entidades del sector público no podrán celebrar otros contratos que aquellos que sean necesarios para el cumplimiento y realización de sus fines institucionales.

Por lo expuesto y al amparo de lo establecido en los artículos 116 y siguientes de la LCSP, procede justificar adecuadamente en el Expediente de contratación las siguientes cuestiones:

II. NECESIDADES, IDONEIDAD Y EFICIENCIA DEL CONTRATO

Necesidad: A los efectos exigidos en el artículo 116.4 e) de la LCSP, con la presente contratación se pretende justificar adecuadamente la necesidad de la Administración a la que se pretende dar satisfacción mediante la contratación de las prestaciones correspondientes; y su relación con el objeto del Contrato, la cual es directa, clara y proporcional, según lo expuesto a continuación:

Turismo de Tenerife, siguiendo las directrices marcadas en la Estrategia turística de Tenerife 2017-2020/30, en particular del eje estratégico número cinco, dedicado a la estrategia de posicionamiento, comunicación y promoción, pone de manifiesto la necesidad de realizar acciones promocionales novedosas e innovadoras que generen mayor notoriedad a Tenerife como destino turístico líder.

A raíz del análisis de nuestro posicionamiento a nivel mundial, elaborado en 2019, para el nuevo Plan de Marketing de Turismo de Tenerife, se puso en evidencia la consolidación de una nueva forma de viajar, en la que el propio viajero tiene un papel protagonista y es éste el que busca nuevas experiencias durante sus vacaciones. Consolidándose nuevos segmentos o tipologías del viajero según sus motivaciones.

Uno de estos segmentos de potencial crecimiento es el Aventurero, en el que se incluyen aquellas personas con un alto interés por deportes y actividades de aventura, la visita de espacios naturales y las rutas, así como acontecimientos deportivos.

LA VUELTA AL TEIDE es una Marcha Ciclista internacional, incluida en el calendario mundial de la Unión Ciclista Internacional (UCI), que se celebra por las carreteras que discurren en torno al Teide, con los paisajes más atractivos de la Isla de Tenerife (El Teide, Masca,

Garachico, Puerto de La Cruz, etc.) y que el 18 de mayo de 2024 tiene previsto celebrar su 7ª edición.

La principal actividad de la **"VUELTA AL TEIDE"** es la celebración de la marcha en la modalidad ciclo deportiva (única en Canarias con categoría internacional) con las vías cerradas al tráfico. La distancia reina que da la vuelta completa al Teide, saliendo y llegando al Puerto de la Cruz, cubre un recorrido de 175 kilómetros y 4.400 metros de desnivel positivo, con una participación mínima estimada para 2024 de 800 ciclistas. Y para atraer a los ciclistas con una menor preparación existe otra distancia o modalidad más corta, que congrega a unos 700 ciclistas más.

Surge así el interés en patrocinar eventos, festivales y acciones que puedan ayudar a posicionar Tenerife como lugar inspiracional para este tipo de viajeros, con el fin de atraer a los mismos a la isla, diversificar así el perfil de nuestros turistas, y captar segmentos de alto poder adquisitivo, como son los seguidores del ciclismo.

Se consideran, por tanto, eventos estratégicos para nuestro destino, no sólo por su gran repercusión mediática, sino por el interés que generan los profesionales que asisten, así como el gran número de personas que se desplazaran a la isla con motivo de estos encuentros.

Por todo lo anterior, se justifica el interés de Turismo de Tenerife en participar en estos eventos al cumplir con uno de sus principales objetivos: el posicionamiento de la marca Tenerife en distintos eventos nacionales e internacionales que posicionen a la isla como un destino de vanguardia, donde se pueden llevar a cabo grandes eventos con la presencia de figuras de primer nivel del mundo del deporte, lo que focaliza la atención de todos los medios de comunicación e, implícitamente, llevar a cabo una promoción turística del destino.

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 culturales.

Todo ello, tal y como define la LCSP, en conexión con el objetivo de estabilidad presupuestaria y control del gasto, una eficiente utilización de los fondos destinados a la prestación de servicios mediante la exigencia de la definición previa de las necesidades a satisfacer, la salvaguarda de la libre competencia y la selección de la oferta económicamente más ventajosa.

Se trata, por tanto, de utilizar los recursos de TURISMO DE TENERIFE de acuerdo con los principios de eficacia y eficiencia, por lo que se considera conveniente que por una entidad profesionalmente capacitada se realicen los servicios antes indicados.

Idoneidad: La contratación es idónea para los intereses de TURISMO DE TENERIFE toda vez que no dispone de medios materiales y personales suficientes para llevar a cabo las prestaciones proyectadas, ya que se trata de servicios que, en la actualidad, no se prestan dentro de programas o servicios ordinarios y permanentes de la Administración, por lo que no pueden ser desempeñados con los medios propios de TURISMO DE TENERIFE.

III. TRAMITACIÓN

El procedimiento de licitación elegido y que se considera más adecuado es el **procedimiento negociado sin publicidad, por razón de la exclusividad**, de acuerdo con el artículo 168 y siguientes de la LCSP.

- Procedimiento: **Negociado sin publicidad por razón de exclusividad**
- **Tramitación: Ordinaria**
- Criterios de adjudicación: criterio único

IV. TIPO DE CONTRATO Y OBJETO

El contrato definido tiene la calificación de contrato privado de servicios, tal y como establecen los artículos 17 y 26 de la LCSP.

El objeto del contrato consiste en: el patrocinio de Turismo de Tenerife para la celebración en régimen de exclusividad, de **VUELTA AL TEIDE**.

CPV: 79342200-5 - Servicios de promoción.

V. LOTES

No división en lotes:

El objeto del contrato se delimita a una prestación única e integradora, reuniendo, al efecto, las características por las que concurren las circunstancias en las que se entiende que existe una unidad funcional, por la que no puede dividirse el contrato en lotes sin que sufra menoscabo o detrimento la consecución del fin público perseguido.

La prestación se orienta a la consecución de una misma finalidad y, por tanto, debe dar lugar a una sola respuesta contractual a fin de evitar situaciones en las que se generen problemas de funcionalidad y operatividad en aras a la prestación del servicio.

Además, se considera que este contrato es la forma más eficiente de alcanzar los objetivos propuestos por la entidad adjudicataria, de manera que este servicio sólo se prestará de manera unitaria por una única empresa cuya actividad principal coincida con el objeto del contrato.

Por tanto, al amparo de los artículos 99.3 b) y 116.4.g) de la LCSP, no procede la división en lotes debido a las dificultades que ocasionaría a la correcta ejecución del contrato desde el punto de vista técnico la ejecución del mismo por una pluralidad de contratistas diferentes.

VI. OBLIGACIONES DEL CONTRATO

El contratista quedará obligado a ejecutar y entregar a TURISMO DE TENERIFE los servicios contratados en los plazos previstos. Los trabajos realizados en cualquier de sus fases serán propiedad de TURISMO DE TENERIFE y, por tanto, podrá recabar al contratista en cualquier momento las entregas de parte de las prestaciones, siempre que sea compatible con el programa de trabajo o planificación de actividades y no afecte al correcto desarrollo de las mismas.

LA EMPRESA ADJUDICATARIA cumplirá con las siguientes obligaciones vinculadas a la ejecución del contrato:

- El licitador se compromete a la organización y realización de la **VUELTA AL TEIDE** en Tenerife que tendrá lugar el 18 de mayo.
- Es responsabilidad de **Club Deportivo ADRAR 7 RAID.**, entre otros, la contratación del recinto, y la tramitación y obtención de los permisos que, en su caso, fueran necesarios para la correcta y completa ejecución de **VUELTA AL TEIDE**, asegurando las condiciones adecuadas de salubridad y seguridad para los asistentes al evento eximiendo a Turismo de Tenerife de cualquier tipo de responsabilidad que se derive de tal incumplimiento. Asimismo, **Club Deportivo ADRAR 7 RAID** debe suscribir las pólizas de seguros de responsabilidad civil necesarios, según la normativa vigente en este tipo de actividades, que cubran los posibles daños y/o perjuicios que podrían producirse y, en consecuencia, ésta exonera a TURISMO DE TENERIFE de cualquier responsabilidad al respecto.

Club Deportivo ADRAR 7 RAID se compromete a publicitar la marca "Tenerife despierta emociones!" mediante la inclusión del logotipo y anagrama que éste le proporcione, en todos los soportes gráficos, informativos y divulgativos utilizados para la promoción de la

VUELTA AL TEIDE de una forma clara y dominante, siempre a título enunciativo y no limitativo:

Las acciones que presentan este año para la difusión del evento se resumen en las siguientes:

- Campaña de comunicación a nivel local y regional en prensa escrita y digital.
- Campaña en radio a nivel Insular. Radio Club Tenerife con cuñas y entrevistas.
- Campaña nacional en Revista Ciclismo a Fondo y Diario Marca.
- Campañas internacionales de la empresa Live TV con cobertura en 140 países.
- Vallas 52 metros lineales de valla con fondo negro con repetición cada dos metros y 400 metros de vallas con fondo rojo con repetición cada 90 centímetros.
- 10 banderolas.
- Redes sociales mínimo 20 post en Facebook e Instagram con presencia clara de la marca.
- El licitador asumirá los gastos de honorarios, viajes, transporte, alojamiento hotelero, catering y demás que demanden o precisen todos los desplazados al evento.
- **Club Deportivo ADRAR 7 RAID** será responsable de contratar la campaña de comunicación de la **VUELTA AL TEIDE** con presencia de la marca "Tenerife; despierta emociones" y de coordinar los elementos publicitarios que se vayan a utilizar en la **VUELTA AL TEIDE** entre ellos, la publicidad estática de la marca y publicidad de la marca "Tenerife" en el recinto.
- El licitador deberá presentar un vez finalizado el evento una memoria final, en el que se incluya el 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 ello el adjudicatario entregará una memoria justificativa con la siguiente información:

1. Presentación: Balance final del patrocinio en el que se haga un resumen explicativo del evento/s e hitos logrados que justifiquen adecuadamente el mismo.

2. Contraprestaciones del Patrocinio:

- 2.1. Plan de medios: Cuadro justificativo pormenorizado de las inserciones en los medios contratados para la difusión del evento que incluya soporte/medio, formato, programa y audiencia, nº de inserciones, coste, fechas de emisión. Todos los datos cuantificables con sumatorios totales.

Se incluirán certificaciones de emisión, así como clipping (ejemplos) de todos los soportes utilizados a través de pantallazos en este documento.

- 2.2. Material promocional: Justificación gráfica (clipping) de todos los elementos comprometidos en el que se incluyan pantallazos a las diferentes piezas en las que se observe los materiales en uso y su cuantificación
- 2.3. Contenido orgánico: Justificación y cuantificación del contenido generado en redes sociales referente al patrocinio en cuestión, donde se especifique medio, tipo de publicación, alcance/impresiones y reacciones.
- 2.4. Informe de medios ganados
Justificación y cuantificación de la repercusión en medios de las acciones realizadas

3. Informe del Retorno de la Inversión (Elaborado por un técnico independiente). Fórmula empleada y justificación. Entendido ROI como la relación entre la inversión publicitaria realizada por el patrocinador y la inversión obtenida por la presencia de la marca publicitada, ya sea en formato audiovisual, gráfica, escrita o por interacción en cualquier soporte, medio o formato publicitario

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.

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. Siempre que sea posible se valorará positivamente un cuadro resumen de los impactos generados.

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.

- En caso de que se suspenda alguna de las rutas programadas el licitador habrá de anunciarlo fehacientemente al día siguiente, comunicando los motivos de la misma, y quedando bajo la potestad de TURISMO DE TENERIFE en base a las circunstancias que hubieran obligado a la suspensión, detraer la parte proporcional del patrocinio insular.
- La Patrocinada adjudicataria se compromete a la búsqueda activa de financiación tanto pública como privada para la **VUELTA AL TEIDE** de tal forma que aseguren su continuidad y crecimiento. Al mismo tiempo asumirá todos los gastos derivados de la organización y desarrollo de las actividades de la **VUELTA AL TEIDE**.

- El licitador se compromete a recabar, en nombre de Turismo de Tenerife, el consentimiento para la utilización de los derechos de imagen y a ceder las grabaciones de los eventos una vez realizados, para que Turismo de Tenerife pueda usarlas con todos los derechos para su material promocional del destino.

A estos efectos, y en todo caso, la cesión de los derechos de imagen deberá ajustarse a lo establecido conforme a Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, sobre protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, y estar suficientemente garantizado mediante el consentimiento expreso del titular o de su representante legal (en el caso de los menores o incapacitados judicialmente) para obtener, reproducir o publicar por cualquier medio o soporte (vídeo, fotografía, grabación de voz, cartel publicitario, sitio web) la imagen de una persona, de manera que permitirá probar en caso de conflictos futuros que la utilización de la imagen fue autorizada, así como las condiciones, fines y los plazos en los cuales se cedió su uso.

El consentimiento o autorización debe ser otorgado de forma previa a la obtención, reproducción o publicación. Por esta razón, será necesario especificar aspectos como:

- Por cuánto tiempo se ceden los derechos de imagen (duración);
- Para qué usos o finalidades;
- En qué lugares, medios o soportes podrá utilizarse la imagen;

De acuerdo con lo anterior, el contratista deberá contar con un documento que contenga el consentimiento expreso para que Turismo de Tenerife pueda utilizar las imágenes obtenidas, en el que además se expliquen detalladamente los fines y usos para los que se usarán las mismas, la extensión temporal del consentimiento, el ámbito territorial del mismo, su carácter retribuido o no y los derechos de acceso, rectificación, supresión, oposición, limitación del tratamiento y portabilidad del titular de los derechos de imagen.

- El licitador asumirá todos los gastos derivados de la organización y desarrollo de los evento y actividades complementarias del mismo, eximiendo a Turismo de Tenerife de cualquier tipo de responsabilidad que se derive de tal incumplimiento, así como al abono de todos los costes directos e indirectos necesarios para el buen desarrollo del evento y su difusión internacional.
- Del mismo modo, la Patrocinada responderá unilateralmente de los incumplimientos, suspensiones o cualquier otra circunstancia que se produzca y que pueda ser objeto de controversia entre ambas partes.
- El licitador se compromete a adoptar un protocolo de actuación frente a posibles pandemias, según las medidas establecidas por las autoridades sanitarias competentes,

adaptado al momento en el que se realicen los eventos, eximiendo a Turismo de Tenerife de cualquier tipo de responsabilidad derivada de su incumplimiento.

- El licitador se compromete a la ejecución de las acciones de publicidad y patrocinio propuestas a desarrollar como contraprestaciones del patrocinio, en las cuales se nombrará Tenerife como patrocinador o se incluirá el logo de "Tenerife, despierta emociones!".

No obstante, la imposibilidad sobrevenida para poder cumplir con las obligaciones contractuales como consecuencia de la pandemia por Covid-19 u otras causas ajenas a la voluntad de las partes permitirá o bien la suspensión de los contratos, si ello fuera posible, tratando de conservar la obligación de cumplir con la prestación acudiendo a una modificación racional de su contenido para que siga siendo adecuada a la finalidad perseguida; o bien la resolución de los mismos en aquellos casos en que el cumplimiento del contrato devenga imposible por circunstancias imprevisibles e inevitables.

TURISMO DE TENERIFE cumplirá con las siguientes condiciones vinculadas a la ejecución del contrato:

- Facilitar el material gráfico del logo de Turismo de Tenerife para su promoción en los diferentes portales anteriormente mencionados.
- Facilitar el contenido de los diferentes soportes físicos y multimedia anteriormente mencionadas. Con las características e indicaciones previamente consensuadas.
- Cumplir con la obligación de pago que resulte del contrato

VII. PRESUPUESTO DE LICITACIÓN Y VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

PRESUPUESTO DE LICITACIÓN:

| Base imponible | IGIC | Total presupuesto |
|-----------------------|---------------------|--------------------------|
| 25.000,00 EUR | 1.750,00 EUR | 26.750,00 EUR |

El presupuesto antes indicado es máximo, así como, el precio de adjudicación resultante, por lo que la cantidad final destinada a sufragar las prestaciones objeto de contrato estará condicionada a las distintas prestaciones realizadas derivadas de las necesidades reales de TURISMO DE TENERIFE, sin que ésta quede obligada a agotar el citado presupuesto y/o importe de adjudicación resultante.

El presupuesto base de licitación se desglosa en los siguientes conceptos, íntegramente relacionados con el objeto del contrato:

El importe máximo de la licitación del presente contrato es de VEINTICINCO MIL EUROS (25.000,00), excluidos impuestos indirectos, por cuanto se ha efectuado teniendo en consideración los precios habituales en el mercado y está referido al momento de iniciar, por el órgano de contratación, el expediente de contratación.

Se ha tomado asimismo como base para el cálculo, el alcance mediático, así como la calidad y el formato innovador del evento. De conformidad con los valores reales de los últimos contratos adjudicados en patrocinios similares y los precios que paga Turismo por dichos servicios.

El método de cálculo aplicado para calcular el valor estimado del contrato viene dado por todos los conceptos y la totalidad de los gastos previstos para su correcta ejecución, no contemplando modificaciones.

VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO: VEINTICINCO MIL (25.000,00) euros (IGIC excluido).

Se entiende que el valor estimado del contrato es de **VEINTICINCO MIL (25.000,00)** euros, por cuanto se ha efectuado teniendo en consideración los precios habituales en el mercado y está referido al momento de iniciar, por el órgano de contratación, el expediente de contratación. Se ha tomado asimismo como base para el cálculo, el valor real de los últimos contratos adjudicados de prestaciones similares y los precios que paga TURISMO DE TENERIFE por dichos servicios.

El método de cálculo aplicado para calcular el valor estimado del contrato viene dado por todos los conceptos y la totalidad de los gastos previstos para su correcta ejecución, no contemplando modificaciones.

EL PRECIO DEL CONTRATO.

Será el que resulte de la oferta presentada por el adjudicatario del contrato y que se determine como tal en el acto administrativo de adjudicación del mismo, no pudiendo superar el presupuesto base de licitación formulado por la Administración e incluirá, como partida independiente el IGIC.

En el precio del contrato se considerarán incluidos todos los gastos directos e indirectos que el contratista deba realizar para la normal prestación de los servicios contratados de conformidad con el régimen jurídico aplicable al contrato; también asumirá los gastos correspondientes a los tributos, tasas y cánones de cualquier índole que resulten de

aplicación, y todos los gastos que se originen para el adjudicatario como consecuencia del cumplimiento de las obligaciones contempladas en el presente pliego, como los gastos de desplazamientos y análogos, los derechos de visado del proyecto de obras y los derivados de la obtención de autorizaciones, análisis y emisión de informes, los derivados de trabajos, medios auxiliares y materiales que sean necesarios para la correcta ejecución del objeto del contrato de conformidad con el presente pliego y con el pliego de prescripciones técnicas, que se considerarán incluidos en el precio del contrato, aunque no figuren todos ellos especificados en la descomposición o descripción de los precios, ni en las especificaciones contenidas en el pliego y en el de prescripciones técnicas.

VIII. PAGO DEL PRECIO DE LA CONTRATACIÓN

El pago del precio de la presente contratación se abonará dentro de los **treinta días siguientes a la fecha de la aprobación de la factura**, tras la celebración del evento y previa expedición de las certificaciones/informes/memorias justificativas o de los correspondientes documentos que acrediten la realización total o parcial del contrato. La memoria justificativa debe contener al menos la siguiente información:

1. Presentación: Balance final del patrocinio en el que se haga un resumen explicativo del evento/s e hitos logrados que justifiquen adecuadamente el mismo.

2. Contraprestaciones del Patrocinio:

2.1. Plan de medios: Cuadro justificativo pormenorizado de las inserciones en los medios contratados para la difusión del evento que incluya soporte/medio, formato, programa y audiencia, nº de inserciones, coste, fechas de emisión. Todos los datos cuantificables con sumatorios totales.

Se incluirán certificaciones de emisión, así como clipping (ejemplos) de todos los soportes utilizados a través de pantallazos en este documento.

2.2. Material promocional: Justificación gráfica (clipping) de todos los elementos comprometidos en el que se incluyan pantallazos a las diferentes piezas en las que se observe los materiales en uso y su cuantificación.

2.3. Contenido orgánico: Justificación y cuantificación del contenido generado en redes sociales referente al patrocinio en cuestión, donde se especifique medio, tipo de publicación, alcance/impresiones y reacciones.

2.4. Informe de medios ganados

Justificación y cuantificación de la repercusión en medios de las acciones realizadas.

3. Informe del Retorno de la Inversión (Elaborado por un técnico independiente). Fórmula empleada y justificación. Entendido **ROI** como la relación entre la inversión publicitaria realizada por el patrocinador y la inversión obtenida por la presencia de la marca publicitada, ya sea en formato audiovisual, gráfica, escrita o por interacción en cualquier soporte, medio o formato publicitario.

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.

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. Siempre que sea posible se valorará positivamente un cuadro resumen de los impactos generados.

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.

En caso de que el objeto del contrato de patrocinio no se pueda llegar a celebrar por causas no imputables a las partes, sólo se generará obligación de pago por parte del órgano de contratación respecto a aquellas prestaciones ejecutadas de forma parcial y previa a la celebración del evento, siempre y cuando:

1. Estuviera contemplada su ejecución previa en las condiciones de ejecución del contrato.
2. Sea debidamente justificada, motivada y acreditada la ejecución parcial por parte del contratista en la forma que corresponda, sin perjuicio de la presentación de una memoria justificativa de dicha ejecución parcial.
3. Constando informe previo del responsable del contrato, sobre lo anterior.

En caso de que el objeto del contrato de patrocinio no se pueda llegar a celebrar por causas no imputables a las partes, sólo se generará obligación de pago por parte del órgano de contratación respecto a aquellas prestaciones ejecutadas de forma parcial y previa a la celebración del evento, siempre y cuando:

- 1) Estuviera contemplada su ejecución previa en las condiciones de ejecución del contrato.

- 2) Sea debidamente justificada, motivada y acreditada la ejecución parcial por parte del contratista en la forma que corresponda, sin perjuicio de la presentación de una memoria justificativa de dicha ejecución parcial.
- 3) Constando informe previo del responsable del contrato, sobre lo anterior.

IX. DURACIÓN DEL CONTRATO

La duración del contrato de patrocinio comenzará a partir de la fecha de su suscripción y finalizará en **TRES MESES** sin posibilidad de prórroga.

La entrega de memoria justificativa deberá entregarse dentro del mes siguiente de la finalización del contrato.

X. CLASIFICACIÓN EXIGIBLE A LOS PARTICIPANTES

Para ser adjudicatario del presente contrato no es preciso estar en posesión de clasificación empresarial alguna, sin perjuicio de que *la inscripción y certificación en el Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas de las Administraciones Públicas acredite frente a todos los órganos de contratación del sector público, a tenor de lo en él reflejado y salvo prueba en contrario, las condiciones de capacidad, prohibiciones de contratar y solvencia económica y financiera del licitador, **siempre y cuando queden acreditados y actualizados dichos extremos en el certificado del ROLECE que sea presentado por los licitadores.***

XI. CRITERIOS DE SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL Y ECONÓMICA Y FINANCIERA

A) MEDIOS DE SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA

De conformidad con el artículo 116.4.c) de la LCSP, los licitadores deberán acreditar su solvencia económica y financiera a través de los medios de justificación:

- 1) La disposición de un **seguro de responsabilidad civil**, vigente hasta el fin del plazo de presentación de ofertas, por importe no inferior a VEINTICINCO MIL EUROS (25.000,00) Se deberá aportar, además, el compromiso de su renovación o prórroga que garantice el mantenimiento de su cobertura durante toda la ejecución del contrato.

La acreditación de este requisito se efectuará por medio de certificado expedido por el asegurador, en el que consten los importes y riesgos asegurados, así como el plazo mínimo

de vigencia o la fecha de vencimiento del seguro, que deberá garantizar el mantenimiento de su cobertura durante toda la ejecución del contrato.

INTEGRACIÓN DE MEDIOS EXTERNOS DE SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA.

Para completar la acreditación de su solvencia económica y financiera en el contrato, el empresario podrá basarse en la solvencia y medios de otras entidades, independientemente de la naturaleza jurídica de los vínculos que tenga con ellas, siempre que demuestre que durante toda la duración de la ejecución del contrato dispondrá efectivamente de esa solvencia y medios, y la entidad a la que recurra no esté incurso en una prohibición de contratar. En las mismas condiciones, los empresarios que concurren agrupados en las uniones temporales podrán recurrir a las capacidades de entidades ajenas a la unión temporal.

En todo caso, el licitador propuesto como adjudicatario deberá presentar compromiso por escrito de dichas entidades, en los términos que consten el pliego de condiciones particulares del contrato, e incluir en las declaraciones correspondientes a la solvencia la información referida a la integración de los medios externos.

No obstante, dicho compromiso podrá ser solicitado por la Mesa de Contratación en los términos establecidos en el artículo 140.3 de la LCSP.

Cuando una empresa recurra a las capacidades de otras entidades en lo que respecta a los criterios relativos a la solvencia económica y financiera, se exigirán las formas de responsabilidad conjunta entre aquella entidad y las otras en la ejecución del presente contrato, incluso con carácter solidario.

B) MEDIOS DE SOLVENCIA TÉCNICO Y PROFESIONAL

De conformidad con el artículo 116.4.c) de la LCSP, los licitadores deberán acreditar su solvencia técnico y profesional a través de los medios de justificación:

La solvencia técnica o profesional de los empresarios se apreciará teniendo en cuenta sus conocimientos técnicos, eficacia, experiencia y fiabilidad en la materia objeto de contratación y, dentro de ésta, en relación directa con el objeto del contrato.

Esta solvencia técnica o profesional de los licitadores deberá acreditarse, según el objeto del contrato, mediante lo siguiente:

1. El licitador deberá presentar la **declaración responsable relativa a los derechos de exclusiva en la realización de este evento**, así como la imposibilidad de promover concurrencia.
2. El propuesto como adjudicatario deberá presentar la justificación de los derechos de explotación para la celebración en la isla de Tenerife de la **VUELTA AL TEIDE**. Quedando acreditado que no existe alternativa o sustituto razonable en el mercado que pueda organizar el mismo.

INTEGRACIÓN DE MEDIOS EXTERNOS DE SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL: Para acreditar la solvencia técnica o profesional en el contrato, el empresario podrá basarse en la solvencia y medios de otras entidades, independientemente de la naturaleza jurídica de los vínculos que tenga con ellas, siempre que demuestre que durante toda la duración de la ejecución del contrato dispondrá efectivamente de esa solvencia y medios, y la entidad a la que recurra no esté incurso en una prohibición de contratar. En las mismas condiciones, los empresarios que concurren agrupados en las uniones temporales podrán recurrir a las capacidades de entidades ajenas a la unión temporal.

En todo caso, el licitador propuesto como adjudicatario deberá presentar **compromiso por escrito de dichas entidades e incluir en las declaraciones correspondientes a la solvencia la información referida a la integración de los medios externos**.

No obstante, con respecto a los criterios relativos a los títulos de estudios y profesionales que se indican en el artículo 90.1.e) de la LCSP, o a la experiencia profesional pertinente, las empresas únicamente podrán recurrir a las capacidades de otras entidades si estas van a prestar los servicios para los cuales son necesarias dichas capacidades.

La acreditación de los medios de solvencia económica y financiera, y solvencia técnica o profesional sólo se exigirá al licitador propuesto como adjudicatario del contrato mediante el requerimiento previsto en el artículo 150 de LCSP, o en su caso, a los licitadores o en caso de requerimiento de la Mesa de Contratación o el Órgano de Contratación, en caso de entenderlo necesario para la correcta tramitación de procedimiento de contratación, por lo que podrán requerir a los licitadores la acreditación fehaciente del cumplimiento de los requisitos de solvencia establecidos en la presente cláusula a través de la presentación de los correspondientes certificados, en cualquier momento del procedimiento.

XII. CRITERIOS DE VALORACIÓN Y ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO

Los criterios de adjudicación de este contrato se han establecido así por considerarlos los más apropiados y convenientes para el objeto de este contrato de servicios y son los siguientes:

| CRITERIO | PUNTUACIÓN |
|---|-------------------|
| <i>Criterio Objetivo Único: Propuesta económica</i> | 100 puntos |
| Subtotal Criterios Valoración Objetivos | |
| TOTAL | 100 |

INFORME MOTIVADO SOBRE CRITERIOS SOCIALES Y MEDIOAMBIENTALES DE ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO.

Se prescinde de la incorporación de criterios sociales y/o medioambientales en la adjudicación del contrato por no estimar que su ejecución pueda tener un impacto significativo de tipo social o en el medioambiente y, en consecuencia, no guardar relación con su objeto ni referirse o integrar las prestaciones que deban realizarse en virtud de dicho contrato.

XIII. FORMA DE PUNTUAR LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN Y ADJUDICACIÓN

➤ CRITERIOS DE VALORACIÓN OBJETIVOS

Criterio Objetivo Único: Propuesta económica. (100 puntos)

Se otorgará una puntuación máxima de **100 puntos** a la oferta económica que presente un precio más bajo. En la cantidad referida se entienden incluidos la totalidad de los conceptos que comprenda el patrocinio, así como cualesquiera otros costes, suplidos, tasas, impuestos honorarios u otros equivalentes derivados del mismo, todos los cuales serán en su caso, por cuenta del adjudicatario.

Podrán considerarse desproporcionadas o anormales las ofertas que se encuentren en los siguientes supuestos:

- Cuando, concurriendo un solo licitador, sea inferior al presupuesto base de licitación en más de 25 unidades porcentuales.
- Cuando concurren dos licitadores, la que sea inferior en más de 20 unidades porcentuales a la otra oferta.
- Cuando concurren tres licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, se excluirá para el cómputo de dicha media la oferta de cuantía más elevada cuando sea superior en más de 10 unidades porcentuales a dicha media. En cualquier caso, se considerará desproporcionada la baja superior a 25 unidades porcentuales.
- Cuando concurren cuatro o más licitadores, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, si entre ellas existen ofertas que sean superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculará sobre las tres ofertas de menor cuantía.

El licitador deberá presentar además una memoria descriptiva del proyecto, vinculante, en la que deberá indicar de manera pormenorizada todos sus componentes, cronograma de actuaciones y presupuesto individualizado, ajustada a las obligaciones esenciales de la presente contratación, y que comprenderá, en todo caso, una descripción detallada de la planificación, gestión y desarrollo del patrocinio del evento, y donde la imagen de TURISMO DE TENERIFE figure como patrocinador principal durante la celebración del mismo. Asimismo,

dicha memoria deberá comprender de forma detallada los aspectos que se indican a continuación:

1. Presentación: Elaboración de un dossier explicativo, una propuesta sobre el contenido, alcance del evento/s y derechos de exclusividad. En la que se incluya el nombre de la acción, fecha/s de celebración, información del promotor/es (Nombre, breve descripción de la empresa, CIF, dirección postal, correo electrónico)
2. Descripción del programa del evento/s
3. Descripción en detalle del plan de medios que se vaya a contratar para dar difusión del evento/s y de la presencia de nuestra marca, a través de los diferentes medios de comunicación:
 - Prensa escrita.
 - Prensa digital.
 - Radio.
 - Medios On Line.
 - Redes sociales (Facebook, Instagram, twitter...)
4. Contraprestaciones del Patrocinio, donde se explique con el máximo detalle la presencia de nuestra marca o menciones a nuestro destino, así como el material promocional del evento donde se especifique la presencia de la marca en dicho material.
5. Previsión de la repercusión mediática.
6. Calendario de reuniones de coordinación de los responsables de Turismo de Tenerife para supervisión y buena ejecución del patrocinio.
7. Presupuesto, total del evento. Detallado en partidas con su correspondiente porcentaje. Con especial atención a las partidas relacionadas con el plan de medios y con la difusión de nuestra marca.

Solicitud de importe de patrocinio con y sin impuestos. Al menos el 15% de importe de patrocinio debe corresponderse con la partida destinada al plan de medios, en donde la presencia de nuestra marca tenga un papel protagonista.

XIV. CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

I. CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN DE CARÁCTER SOCIAL

Conforme a lo dispuesto en el artículo 202 de la LCSP, se establece para la empresa adjudicataria las siguientes condiciones especiales de ejecución del contrato:

- 1) Indicar el convenio colectivo que será de aplicación a los trabajadores que realicen la actividad objeto del contrato, en el supuesto de resultar adjudicatarios, así como facilitar cuanta información se requiera sobre las condiciones de trabajo que, una vez adjudicado el contrato, se apliquen efectivamente a esos trabajadores.
- 2) Durante la ejecución del contrato, aplicar a la totalidad de la plantilla adscrita al mismo, las condiciones de trabajo establecidas por el último convenio colectivo sectorial y territorial en vigor en el que se encuadre la prestación contractual o, en su caso, el convenio de empresa vigente que mejore lo dispuesto en el citado convenio colectivo, en cuyo caso aplicará el de empresa.
- 3) Mantener las condiciones de trabajo de la plantilla adscrita al contrato durante toda su vigencia, incluidas las prórrogas, en los términos del convenio colectivo que resulte de aplicación al presentarse la oferta, aunque el mismo pierda posteriormente vigencia como consecuencia de la ultraactividad. Asimismo, deberá introducir cualquier mejora sobre la legislación laboral básica aplicable en virtud del convenio colectivo en vigor.
- 4) Mantener la plantilla adscrita al objeto del contrato, durante toda su vigencia, incluidas las prórrogas, sin que proceda suspensión o extinción de puestos de trabajo salvo por bajas voluntarias, despidos disciplinarios, disconformidad de la administración o modificación del contrato por razones de estabilidad presupuestaria.
- 5) Las empresas licitadoras deberán garantizar que la oferta económica sea adecuada para hacer frente al coste derivado de la aplicación del convenio colectivo sectorial que corresponda, sin que en ningún caso los precios/hora de los salarios puedan ser inferiores a los precios/hora del convenio más los costes de Seguridad Social.
- 6) La empresa adjudicataria deberá, a lo largo de toda la ejecución del contrato, abonar a los trabajadores el salario mensual, en la cuantía y en los periodos establecidos en el convenio colectivo de aplicación según la categoría profesional que corresponda, sin que en ningún caso el salario a abonar pueda ser inferior a aquel. El adjudicatario deberá estar al corriente de pago de las nóminas del personal que participe en la ejecución del contrato. Se considerará que incumple la citada condición cuando se produzca el impago o un retraso en el abono de las nóminas en más de dos meses. El órgano de contratación podrá comprobar el estricto cumplimiento de los pagos que la empresa contratista ha de hacer a los trabajadores que participen en la ejecución del contrato. A tal efecto podrá exigir, junto a la factura mensual, una certificación emitida por la representación legal de la empresa acreditativa de que se encuentra al corriente en el pago de las nóminas de acuerdo a las retribuciones fijadas en el convenio y la fecha en que fueron abonadas.
- 7) Para los supuestos en los que proceda la subcontratación: La contratación se encuentra sometida a la subrogación de los contratos de trabajo de todos los trabajadores, quedando el nuevo empresario subrogado en los derechos y obligaciones laborales y de Seguridad Social del anterior. La empresa adjudicataria además de cumplir,

respecto a la plantilla vinculada a la ejecución del contrato, las disposiciones legales, reglamentarias y convencionales vigentes en materia laboral, de Seguridad Social y de seguridad y salud en el trabajo, deberá cumplir el convenio colectivo aplicable, respetando las condiciones que, respecto a la subrogación de personas trabajadoras se establezcan en dicho convenio y abonando, en todo caso, al menos el salario recogido en el mismo según la categoría profesional que corresponda.

8) Hacer efectivos los derechos reconocidos en la Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad.

II. CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN DE CARÁCTER MEDIOAMBIENTAL

Con el fin de disminuir el gasto innecesario de recursos y de colaborar con el reciclaje y la conservación del medio ambiente, todos los trabajos que deban ser presentados en soporte documental a la Administración deberán imprimirse a doble cara, en blanco y negro y en papel reciclado (siempre que las características del documento lo permitan), procurándose además reducir el número de páginas empleando caracteres de tamaño mediano y reduciendo los márgenes de forma que los documentos sean legibles pero no supongan un gasto de recursos innecesario.

La persona responsable del contrato tendrá la facultad de no prestar su conformidad con los trabajos presentados que no se ajusten a lo señalado en el párrafo anterior, así como de ordenar el cumplimiento de dichos condicionantes.

- 1) La reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, contribuyéndose así a dar cumplimiento al objetivo que establece el artículo 88 de la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible;
- 2) El mantenimiento o mejora de los valores medioambientales que puedan verse afectados por la ejecución del contrato;
- 3) Una gestión más sostenible del agua;
- 4) El fomento del uso de las energías renovables;
- 5) La promoción del reciclado de productos y el uso de envases reutilizables;
- 6) El impulso de la entrega de productos a granel y la producción ecológica.
- 7) Evitar la utilización de productos desechables y de envases innecesarios.
- 8) Utilización de papel reciclado libre de cloro para los documentos.
- 9) Separación selectiva de residuos.
- 10) Utilización de luminarias eficientes.
- 11) Utilización de vehículos eficientes.

- 12) Utilización de productos ecológicos.
- 13) Consumo y desecho eficiente del agua.
- 14) Menor consumo energético.

XV. PROCEDIMIENTO Y FORMA DE ADJUDICACIÓN

El procedimiento elegido para la adjudicación del contrato es el procedimiento negociado sin publicidad por razón de la concurrencia de derechos en exclusiva en la ejecución del objeto de la contratación, tal y como se ha detallado en la presente memoria de conformidad con lo dispuesto en el artículo 168 a) 2º de la LCSP.

Las razones técnicas que motivan la adjudicación del contrato por procedimiento negociado y sin que se puedan solicitar ofertas, al menos a tres empresas capacitadas para la realización del objeto del mismo, vienen motivadas en base a lo siguiente:

LA VUELTA AL TEIDE es una Marcha Ciclista internacional, incluida en el calendario mundial de la Unión Ciclista Internacional (UCI), que se celebra por las carreteras que discurren en torno al Teide, con los paisajes más atractivos de la Isla de Tenerife (El Teide, Masca, Garachico, Puerto de La Cruz, etc.) y que el 18 de mayo de 2024 tiene previsto celebrar su 7ª edición.

El organizador de la carrera es el adjudicatario, que cuenta con probada eficacia en la organización de eventos deportivos de este calibre, tanto a nivel nacional como internacional, siendo la empresa mejor cualificada para asumir las tareas de organización del evento. Poseen los derechos de titularidad y explotación de la marca **VUELTA AL TEIDE** y es el único que la puede llevarla cabo, puesto que los derechos fueron cedidos por los titulares del 50% de la marca Vuelta al Teide, al **Club Deportivo ADRAR 7RAID**. Se encuentra inscrita como Marca Nacional con el N.º M4003135 (7) en la Oficina Española de Patentes y Marcas. Asimismo, cuentan con el apoyo de más de 70 empresas y autónomos canarios, además del apoyo de diferentes agrupaciones de voluntarios, sumando unas 400 personas en el Equipo Organizativo.

De acuerdo con los datos recopilados en el Informe de la edición anterior y en la página web del evento, la participación en la prueba de 2023 ascendió a 796 personas, con la presencia de 19 nacionalidades diferentes. Lo que reafirma la proyección internacional que tiene esta carrera, con el objeto de atraer a visitantes interesados en actividades físicas y recreativas.

Y con el modelo de escalado propuesto, se fijó como objetivo alcanzar la participación de 1500 personas inscritas en la prueba, así como la asistencia de 3000 espectadores al evento.

Por todo lo expuesto anteriormente, es evidente que el contratista propuesto como adjudicatario es el único posible dado que posee los derechos de propiedad industrial (Derecho de Marca) en exclusiva para la celebración de esta carrera.

Habida cuenta de lo anterior, nos encontramos ante un contrato por razón de la persona o "intuitu personae", donde cualquier intento de forzar la concurrencia en una cuestión de esta naturaleza, siempre y a cualquier precio, podría resultar si no en todos los casos, al menos, en muchos de ellos, incompatible con la naturaleza y objeto del presente contrato.

A los efectos de solicitud de oferta necesaria para la invitación al procedimiento de licitación propuesto, se informa de los siguientes datos:

- Denominación social de la empresa propuesta como licitadora en el procedimiento: **Club Deportivo ADRAR 7RAID.**
- Número de Identificación fiscal (CIF/NIF) de la empresa propuesta como licitadora en el procedimiento: **CIF: G38917472.**
- Correo electrónico con el que esté dado de alta en la Plataforma de Contratación del Sector Público, o se vaya a dar de alta en la misma: **info@7raid.com**
- Dirección postal: C/Catedral nº20, planta 4ª F27. 38204 La Laguna.

XVI. SUBCONTRATACIÓN

No cabe la subcontratación en el presente contrato debido a que las características técnicas impiden que parte del objeto del mismo pueda ser ejecutado por una entidad distinta del adjudicatario.

Debido a la exclusividad, la empresa adjudicataria no podrá subcontratar con otras empresas la realización de la prestación objeto de este contrato.

XVII. INFORME DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS

De conformidad con lo exigido por el artículo 116.4.f) de la LCSP, y al tratarse de un contrato de servicios, se informa que las prestaciones objeto de este contrato no puede ser realizado con medios propios de TURISMO DE TENERIFE, debido a las siguientes circunstancias: las prestaciones objeto del Contrato, así como la especialización técnica requerida para su

implantación requieren de profesionales con un perfil técnico que no lo cumple la plantilla técnica de TURISMO DE TENERIFE.

XVIII. CERTIFICADO DE EXISTENCIA DE CRÉDITO

Respecto a la aprobación del gasto, se acompañará al presente expediente de contratación el Certificado de existencia de crédito presupuestario.

XIX. PENALIDADES

Por ejecución defectuosa del objeto del contrato, entendiéndose incluidos en el mismo los siguientes supuestos:

- Cumplimiento defectuoso de la prestación.
- Incumplimiento de adscripción de medios.
- Incumplimiento de las condiciones especiales de ejecución que se relacionan en el apartado XIV.

En estos supuestos de cumplimiento defectuoso de la prestación objeto del contrato, la imposición de las penalidades será proporcional a la gravedad del incumplimiento y su cuantía no podrá ser superior al 10 por ciento del presupuesto del contrato.

En caso de incumplimiento por demora, entendiéndose por tal el incumplimiento del plazo total de ejecución o el incumplimiento de los plazos parciales fijados en el programa de trabajo, habilitará al órgano de contratación para optar, atendidas las circunstancias del caso, por la resolución del contrato o por la imposición de penalidades diarias en la proporción de 0,60 € por cada 1.000 euros del precio del contrato, o en su caso, optar por la resolución.

XX. RESPONSABLE DEL CONTRATO

- D. Javier Pérez, director del Departamento de Marketing y Comunicación de SPET, TURISMO DE TENERIFE S.A
- **Dirección de correo electrónico del departamento:** marketing@webtenerife.com
- **Dirección postal:** Avenida La Constitución nº 12, C.P.: 38002, Santa Cruz de Tenerife.

XXI. CLASIFICACIÓN EXIGIBLE A LOS PARTICIPANTES

Para ser adjudicatario del presente contrato no es preciso estar en posesión de clasificación empresarial alguna, sin perjuicio de que la inscripción y certificación en el Registro Oficial de Licitadores y Empresas Clasificadas de las Administraciones Públicas acredite frente a todos los órganos de contratación del sector público, a tenor de lo en él reflejado y salvo prueba en contrario, las condiciones de capacidad, prohibiciones de contratar y solvencia económica y financiera del licitador, **siempre y cuando queden acreditados y actualizados dichos extremos en el certificado del ROLECE que sea presentado por los licitadores.**

XXII. CONCLUSIONES

Se justifica expresamente la idoneidad de la contratación, emitiéndose al efecto la presente MEMORIA con carácter FAVORABLE, atendiendo para ello a los diferentes aspectos analizados en función de las necesidades surgidas para desarrollar la actividad que le es propia a TURISMO DE TENERIFE.

De esta manera, queda definida la necesidad de contratar los servicios de patrocinio consistentes en **VUELTA AL TEIDE** que se celebrará 18 de mayo constituyendo un contrato privado de servicios, que deberá ser adjudicado mediante un procedimiento negociado sin publicidad por razón de exclusividad, cuyo objeto queda definido, en consonancia con lo descrito en la presente memoria justificativa.

El contrato deberá ajustarse, a su vez, al plazo de duración e importes fijados, atendiendo a la correspondiente existencia de crédito presupuestario, así como al resto de especificaciones fijadas en los correspondientes pliegos que rijan la licitación y que se constituyen como Ley del contrato.

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.

Javier Pérez Torres
Dirección del Departamento de Marketing y Comunicación
SPET, TURISMO DE TENERIFE, S.A.