

ANEXO A2s
PATROCINIOS SINGULARES 2021
CRITERIOS DE VALORACIÓN

NOMBRE DEL EVENTO:

ENTIDAD SOLICITANTE:

MARCA A LA QUE SE
VINCULA:



VALORACIÓN OBJETIVA DEL EVENTO

Características del evento

Indicar únicamente aquellas características que se ajustan al evento para la edición correspondiente

1. Fechas previstas para la realización del evento

- Abril Mayo Julio Septiembre Noviembre
 Junio Agosto Octubre Diciembre

2. Lugar previsto para la celebración del evento

- 1 Municipio 2 Municipios 3 m s (Formentera u online)

3. Duración del evento

- De 1 a 2 d as De 3 a 4 d as 5 d as o m s

4. Pertenencia a un Segmento Estratégico Turístico (SET) de la AETIB

- Cultura Deportes Ecoturismo Mice
 Gastronomía Turismo Activo Lujo Salud y Bienestar

5. Dimensión del evento

- Forma parte de un calendario/programa nacional Forma parte de un calendario/programa internacional

6. Número de participantes en el evento, no residentes en las Islas Baleares

- 100 - 300 601 -1.000
 301 - 600 M s de 1.000

7. Mercados donde se realiza promoción efectiva del evento

- España Alemania Italia Otros mercados
 Reino Unido Francia Mercado escandinavo (Suecia, Noruega, Finlandia, Dinamarca)

8. Acciones de comercialización del evento

- Mediante una plataforma online Mediante una agencia de viajes Mediante la colaboración con un touroperador

9. Entidades públicas que apoyan de forma activa al evento

- Ayuntamientos de las Islas Baleares Gobierno de las Islas Baleares o entes instrumentales
 Consell Insular o ent. que pertenecen al mismo Gobierno de España o entes instrumentales/Entes del Gobierno Europeo

10. Presupuesto previsto del evento (impuestos incluidos)

ANEXO A2s
PATROCINIOS SINGULARES 2021
CRITERIOS DE VALORACIÓN

Marca Vinculada					Illes Balears
Importe previsto:	<input type="checkbox"/> M s de 300.000	<input type="checkbox"/> M s de 105.000	<input type="checkbox"/> M s de 120.000	<input type="checkbox"/> M s de 75.000	<input type="checkbox"/> M s de 600.000
	<input type="checkbox"/> M s de 400.000	<input type="checkbox"/> M s de 140.000	<input type="checkbox"/> M s de 160.000	<input type="checkbox"/> M s de 100.000	<input type="checkbox"/> M s de 800.000
	<input type="checkbox"/> M s de 500.000	<input type="checkbox"/> M s de 175.000	<input type="checkbox"/> M s de 200.000	<input type="checkbox"/> M s de 125.000	<input type="checkbox"/> M s de 1.000.000

11. Repercusión mediática total prevista (impuestos excluidos)

Marca Vinculada					Illes Balears
Importe previsto:	<input type="checkbox"/> M s de 200.000	<input type="checkbox"/> M s de 70.000	<input type="checkbox"/> M s de 80.000	<input type="checkbox"/> M s de 50.000	<input type="checkbox"/> M s de 400.000
	<input type="checkbox"/> M s de 400.000	<input type="checkbox"/> M s de 140.000	<input type="checkbox"/> M s de 160.000	<input type="checkbox"/> M s de 100.000	<input type="checkbox"/> M s de 800.000
	<input type="checkbox"/> M s de 600.000	<input type="checkbox"/> M s de 210.000	<input type="checkbox"/> M s de 220.000	<input type="checkbox"/> M s de 150.000	<input type="checkbox"/> M s de 1.200.000

12. Importe de la inversión publicitaria en medios de comunicación (impuestos incluidos)

Marca Vinculada					Illes Balears
Importe previsto:	<input type="checkbox"/> M s de 10.000	<input type="checkbox"/> M s de 3.500	<input type="checkbox"/> M s de 4.000	<input type="checkbox"/> M s de 2.500	<input type="checkbox"/> M s de 20.000
	<input type="checkbox"/> M s de 14.000	<input type="checkbox"/> M s de 4.900	<input type="checkbox"/> M s de 5.600	<input type="checkbox"/> M s de 3.500	<input type="checkbox"/> M s de 28.000
	<input type="checkbox"/> M s de 20.000	<input type="checkbox"/> M s de 7.000	<input type="checkbox"/> M s de 8.000	<input type="checkbox"/> M s de 5.000	<input type="checkbox"/> M s de 40.000

Alineación del evento con los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) y con la Agenda 2030

Indicar únicamente aquellas actuaciones que se lleven a cabo durante el desarrollo del evento

Dimensión social

- 1. Accesibilidad universal de los participantes dentro de un ambiente inclusivo en cualquiera de sus formas
- 2. Actuaciones efectivas de igualdad y/o integración social que fomenten la participación igualitaria e integradora en el evento
- 3. Promover la cultura local con actividades dentro del evento

Dimensión económica

- 4. Promover la economía local: contratación de empresas locales
- 5. Promover la economía local: uso de productos locales (autóctonos) y/o tradicionales de las Islas Baleares
- 6. Destinar como mínimo un 3% de la recaudación del evento o beneficios, a proyectos ambientales, sostenibles, cult. y/o sociales

Dimensión medioambiental

- 7. Plan de reciclaje y clasificación de residuos
- 8. Protección de la biodiversidad local con actuaciones de protección de la fauna y/o flora
- 9. Protección del medio marino y/o concretamente de la posidonia oceánica
- 10. Uso de energías renovables para desarrollar el evento
- 11. Medidas de ahorro de agua y/o electricidad que afecten directamente al evento y sean medibles
- 12. Promover movilidad sostenible facilitando a los participantes medios de transporte ecológicos (que no usen combustibles)
- 13. Uso de elementos biodegradables, sostenibles o elementos multiuso
- 14. Emplear y/o facilitar a los participantes productos ecológicos, de temporada y/o comercio justo

Medidas divulgativas

- 15. Medidas divulgativas: divulgación de los ODS en actividades para los participantes del evento
- 16. Medidas formativas: formación sobre los ODS en cursos o foros destinados a profesionales
- 17. Medidas de concienciación de los ODS. El contenido del evento versa en más de un 80% sobre la sostenibilidad

Medidas tecnológicas

ANEXO A2s
PATROCINIOS SINGULARES 2021
CRITERIOS DE VALORACIÓN

- 18. Digitalización de la promoción (sustitución de folletos y cartelera de un uso por promoción online)
- 19. Implantación de APP con contenido informativo del destino
- 20. Implantación de sistemas digitales efectivos de medición de la satisfacción de los participantes

10.2. RESPECTO AL ANEXO A4s "MEMORIA ACREDITATIVA DE LOS PUNTOS OBTENIDOS EN LA FASE TÉCNICA DE VALORACIÓN"

Los criterios de valoración descritos en el ANEXO A2s, que se deberán acreditar según se determina en el apartado 9.1 de estos pliegos y que corresponden a:

- 9.1.1. Las características del evento.

- 9.1.2 La alineación del evento con los objetivos del desarrollo sostenible (ODS) y la Agenda 2030.

En caso de que la entidad no pudiese acreditar o no acreditarse de forma suficiente alguno de los apartados puntuados en la fase de valoración, se procederá a la aplicación de las siguientes penalidades:

a) En caso de no acreditar o acreditar de forma insuficiente algunos de los criterios puntuados en la fase de valoración objetiva, se recalculará la puntuación obtenida, restando del total la puntuación del criterio no justificado y, por lo tanto, el importe de la equivalencia económica de la aportación adjudicada se verá reducido.

· Además, si la falta de acreditación afecta a entre 11 y 20 puntos ponderados (ambos incluidos), se aplicará una penalización del 20% sobre el importe de la equivalencia económica de la aportación adjudicada a abonar (impuestos incluidos).

· En caso de que la falta de acreditación supere los 20 puntos ponderados, se aplicará una penalización del 50% sobre el importe de la equivalencia económica de la aportación adjudicada a abonar (impuestos incluidos).

b) En caso de no acreditar o acreditar de forma insuficiente alguna contraprestación indicada en el contrato:

· Si el importe conformado por los técnicos con relación a la repercusión mediática de las marcas de la AETIB es igual o superior al importe adjudicado, se aceptará de oficio la cancelación sin penalización.

· Si el importe conformado por los técnicos con relación a la repercusión mediática de las marcas de la AETIB es inferior al importe adjudicado, se aplicará una penalización del 2% con relación al importe que finalmente se abonará por parte de la AETIB (impuestos incluidos).

VALORACIÓN SUBJETIVA DEL EVENTO

El evento en su globalidad

1. Breve descripción del evento y de su desarrollo

2. Antecedentes y trayectoria del evento

3. Beneficios que reportará el evento a la marca de destino

4. Contraprestaciones para la AETIB

