

ANEXO IV

Declaración responsable

(No incluye avales de otras instituciones, otras ayudas,
certificados AEAT/Seguridad Social/Consejo)

Nombre y linajes / Nombre o razón social:

Actuando en nombre propio / en representación de la entidad:

.....

Nombre del proyecto:

Con el fin de participar en la convocatoria para suscribir contratos de patrocinio para proyectos que generen un retorno publicitario para la Fundación

DECLARO:

No incurrir / Que la persona física o jurídica a la que represento, ni sus administradores o representantes, no incurren en ninguno de los supuestos de prohibición de contratación con las administraciones públicas, a que se refiere el artículo 71 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de contratos del sector público, ni en ninguno de los supuestos a que se refiere la Ley 2/1996, de 19 de noviembre, de incompatibilidades de los miembros del Gobierno y de los altos cargos de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares.

Estar al corriente de los pagos con la Fundació Mallorca Turisme, así como de la justificación de otros contratos hechos con la Fundación.

No tener ningún expediente sancionador abierto con una administración pública.

Ser titular de la marca, de los derechos o licencias para la celebración/organización del evento o que tengo la autorización del legítimo titular.

....., de de 20

(Firma)

FUNDACIÓ MALLORCA TURISME

ANEXO V - JUSTIFICACIÓN PATROCINIO DE GRANDES EVENTOS Y OTRAS ACTIVIDADES DE INTERÉS TURÍSTICA

Nombre del proyecto:

Entidad solicitante

CIF:

Fecha de presentación de la solicitud:

Importe adjudicado por la FMT:

Relación de documentación que se tiene que entregar (toda la documentación debe entregarse en formato digital):

- Relación de la documentación que se entrega con los datos de la empresa, del proyecto y firmada.
- Dossier explicativo y justificativo que debe incluir:
 - a. Memoria del proyecto y presupuesto liquidado de la acción.
 - b. Reportaje fotográfico (en alta resolución) del proyecto.
 - c. Resumen de la repercusión mediática: *clipping* con el valor económico equivalente e inversión publicitaria en medios (impresos, audiovisuales y en línea) con el valor económico equivalente. La repercusión en medios digitales se valorará en función de usuarios únicos y las páginas visitadas de cada medio por día, no mensual.
En caso de no tener valor oficial, fijaremos un mínimo de 150 euros por noticia.
 - d. Resumen, facturas y fotografías de los productos locales utilizados.

Solo se tendrán en cuenta las publicaciones que hagan referencia a Mallorca como destino turístico y de la marca Mallorca según el manual entregado.

No se tendrá en cuenta la valoración de prensa local.

C.1. SOPORTES IMPRESOS: revistas y prensa escrita

Noticias: es necesario acreditarlas con la recopilación de recortes de prensa original o copia de la página completa, en donde quede constancia del medio de comunicación del que se trata y su fecha de publicación. No de distribución local.

Anuncios: se requiere acreditarlos con un certificado del medio en el cual se indique el importe de la tarifa de inserción o el formato y la fecha de publicación. Original completo de la publicación y factura de pago. Si no se tienen, el recorte de prensa, la captura de pantalla, etc. de la página completa.

Núm	Nombre medio comunicación	Fecha publicación	Incluye marca/	Descripción doc.	Observaciones	Formato *	valor acción
------------	----------------------------------	--------------------------	-----------------------	-------------------------	----------------------	------------------	---------------------

			mención	acreditativa			

*Indicad el formato de la publicación: ejemplo color-laborable-pagina-impar. Ejemplo: B/N – domingo – módulo 3x2 impar.

C.2. RADIO Y TELEVISIÓN

Noticias: es necesario acreditarlas con una copia digital de la emisión de la noticia.

Anuncios: Es necesario acreditarlos con una copia digital del anuncio. Acreditar con un certificado del medio en el cual se indique el importe de la tarifa de inserción y su duración, la fecha y la franja horaria de la inserción. Factura y pago de la inserción.

Núm.	Nombre medio comunicación	Soporte	Días de visibilidad	Incluye marca/mención	Descripción doc. acreditativa	Observaciones	valoración

C.3. SOPORTES EN LINEA: revistas y prensa online.

Noticias: es necesario acreditarlas con una recopilación de recortes de prensa (capturas de pantalla) donde quede constancia del medio de comunicación y la fecha de publicación.

Anuncios: Es necesario acreditarlos con recortes de prensa (captura de pantalla) en el cual quede constancia del medio de comunicación y la fecha de publicación. Es preciso acreditar con un certificado del medio en el cual se indique el importe de la tarifa de inserción o el formato y la fecha de publicación. Factura y pago de la inserción.

Núm.	Nombre medio comunicación	Fecha de publicación	Incluye marca/mención	Descripción doc. acreditativa	Observaciones	Formato*	valoración

*Indicau el format de la publicació. Exemple: banner o megabanner 980x90 rotació.

C.4. REDES SOCIALES Y CONTENIDOS: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube...

Noticias/Información: es necesario entregar todas las publicaciones (post, tweet, publicación, etc.) que se han hecho en los medios, además de los datos siguientes, según la red social que se justifica.

También, se requiere entregar una copia del informe que genera la misma red social con los datos solicitados en el cuadro.

- Facebook y Twitter: debe indicar la repercusión o las impresiones desde que se ha presentado la documentación a la FMT hasta haber presentado la justificación.
- Instagram, Youtube, etc. Al margen de las redes sociales: es necesario indicar el sumatorio del número global de impresiones o visualizaciones en relación a todas las publicaciones que hacen referencia al evento.
- Anuncios: es necesario acreditar con un recorte de prensa (captura de pantalla) donde quede constancia del medio de comunicación y la fecha de publicación. Se requiere acreditar con un certificado de los medios en los que se indique el importe de la tarifa de inserción.

La valoración de las redes será de 50 céntimos por cada mil impresiones o 10 céntimos por cada mil seguidores.

Núm.	Nombre medio comunicación	Repercusión/ sumatorio	Incluye marca/ mención	Descripción doc. acreditativa	Observaciones	valoración

C.5. WEB PROPIA

Debe entregarse una captura de la pantalla de la portada donde se vea la marca y/o logotipo y que redireccione a la web que la FMT indique.

Por norma general, se calculará CPM 96€ por web del evento. En el caso de que haya más de 2.000 impactos, será necesario presentar un informe obtenido a través de una plataforma de control (Google Analytics, per ejemplo) en que es detalle el nombre de usuarios que se han obtenido.

Núm.	URL WEB	Usuarios	Incluye marca/ mención	Descripción doc. acreditativa	Observaciones	valoración

C.6. OTROS: Folletos, flyers, catálogos, revistas, entradas, camisetas, merchandising, escenarios...

Este apartado sólo se valorará si el evento tiene repercusión en medios nacionales y/o internacionales.

Es necesario acreditar el material con dos originales y adjuntar la factura en la cual se detalle la cantidad que se ha realizado.

Es necesario acreditar la ubicación y los asistentes con fotografías.

La valoración de este apartado es de 0.80€ para cada póster (máximo 200 unidades) y 0.60€ para cada folleto, flyer, mapa, (máximo 1500 unidades), y siempre y cuando utilicen la marca correctamente.

Núm.	Material/ Formato	Cantidad	Asistentes/ días	Incluye marca/ mención	Descripción doc. acreditativa	Observación	valoración

- e. Material gráfico y audiovisual (en alta resolución) de que se ha realizado el proyecto patrocinado.

Según indican las bases:

“El valor económico de la repercusión mediática del patrocinio para la marca Mallorca ha de ser igual o superior a la cantidad otorgada. En el caso de que el valor económico de la repercusión mediática para la marca Mallorca sea inferior, se pagará un 80% del que se justifique.

Únicamente se valorará la repercusión de la acción desde la perspectiva de retorno en cuanto a promoción turística de la marca Mallorca y no del producto/evento en si mismo. No se valorará en ningún caso el hecho de hablar de Mallorca como lugar donde se realiza el evento; no se considera promoción turística.

Lo que se valorará es la repercusión para la marca Mallorca dentro del evento, no el hecho de darlo a conocer o informar sobre el.

Solo se tendrán en cuenta las publicaciones que se hagan en referencia a Mallorca como destino turístico y de la marca Mallorca, según el manual entregado.

Estas acciones deben tener repercusión nacional e internacional para ser valoradas. No se tendrá en cuenta la valoración de prensa local.”

Declaración responsable:

DECLARO que todos los datos que contienen estos documentos, referidos a esta justificación son ciertas, y que el proyecto se ha realizado según se describe en la memoria y cumple, por tanto, con el fin que ha servido de fundamento para firmar el contrato privado de patrocinio de referencia.

Palma, de de

Nombre, apellidos y firma del representante legal de la entidad:

DNI:

FUNDACIÓ MALLORCA TURISME

ANEXO VII

El método de evaluación persigue que los proyectos objeto de patrocinio sean los que contribuyan verdaderamente a la promoción turística de la isla de Mallorca.

Todas las respuestas que se marquen en este documento, tienen que ir explicadas y detalladas en la memoria.

La puntuación otorgada en cada uno de los criterios, la forma de cumplimentación, así como la documentación acreditativa de cada criterio será la siguiente:

1. Título

Se ponen en valor los proyectos con la presencia de "Mallorca" al título. Se podrá seleccionar como máximo una opción, según corresponda, en las indicadas.

La puntuación asignada para este criterio por deporte, cultura y otros es la siguiente:

<i>TIPOLOGIA</i>	<i>PUNTUACIÓN</i>	<i>Marcar con una x la opción</i>
Aparición de "Mallorca" dentro del título	15	
Aparición de "Mallorca" en el subtítulo	5	

2. Plan de sostenibilidad

Podemos definir el desarrollo sostenible como "aquel que garantiza las necesidades de las generaciones actuales, sin comprometer las posibilidades de desarrollo de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades." Y esta misma sostenibilidad la podemos y tenemos que aplicar a la organización y desarrollo de cualquier tipo de acontecimiento, teniendo así como resultado, un acontecimiento sostenible, respetuoso con la salud del entorno y la salud de las personas. En este apartado, se pueden obtener como máximo 5 puntos.

<i>Cumple:</i>	<i>Puntuació</i>	<i>Marcar con una x si procede</i>
Memoria de sostenibilidad ambiental que garantice medidas preventivas y correctoras para evitar efectos	5	

negativos en el medio ambiente, relativos a generación de residuos y selección, ruidos y vibraciones, gases, contaminación lumínica, limpieza, vertidos o ocupación del suelo. (Definir lo que se hace a la memoria)		
--	--	--

3. Gastronomía local o km cero

Los eventos y/o acciones que se presenten a la convocatoria y tengan previsto un servicio gastronómico, tienen que utilizar productos gastronómicos y etnológicos de producción local y/o km 0. Es decir, tienen que pertenecer a una IGP, DO... de la isla de Mallorca. Tienen que ser recetas típicas de la gastronomía local, que pueden estar modernizadas, siempre y cuando sean de producto local y tradición mallorquina en la cocina.

Como máximo se pueden obtener 15 puntos, según el nivel de cumplimiento del punto.

	PUNTUACIÓN	Marcar con una x la opción
Utilizan más de un 70% de producto local	15	
Utilizan entre un 50 y un 69%	10	
Utilizan entre un 49 y un 30%	5	
Utilizan menos de un 30	0	

Adjuntar en la memoria el detalle del servicio gastronómico que se utilizará durante el acontecimiento (marcas de los productos, menús...).

4. Presupuesto

Se puede patrocinar máximo el 30% del coste del acontecimiento.

No se pueden presentar proyectos que su presupuesto sea inferior a 275.000 euros.

Sólo se puede escoger una casilla:

<i>Categoría del evento</i>	<i>Coste de la producción del evento</i>	<i>PUNTUACIÓN</i>	<i>Marcar con una x la opción</i>
Cultura	Presupuesto superior a 300.000	15	
	Presupuesto superior a 400.000	20	
	Presupuesto superior a 500.000	25	
	Presupuesto superior a 900.000	30	

Deportes	Presupuesto superior a 450.000	15	
	Presupuesto superior a 750.000	20	
	Presupuesto superior a 1.000.000	25	
	Presupuesto superior a 3.000.000	30	

5. Mercados en que se realizarán acciones promocionales del evento.

Este punto como máximo puede obtener 10 puntos. Sólo se puede escoger una opción.

El material promocional (web, folletos, xxss, newsletter, publlirreportaje, información del acontecimiento...) además de las dos lenguas oficiales, tiene que estar en los idiomas oficiales del mercado en lo que va dirigida la acción.

Para obtener puntos en este punto, se explicarán las acciones que se harán en los mercados de origen. No pueden ser acciones susceptibles de obtener puntuación, acciones de publicidad incluidas en el punto 6. Además, el material promocional, además de las dos lenguas oficiales (no obtienen puntos por estos dos idiomas) se hará con los idiomas de los mercados a los que van dirigidas las acciones.

<i>Mercado</i>	<i>PUNTUACIÓN</i>	<i>Marcar con una x la opción</i>
Inglés	2	
alemán	2	
Inglés y alemán	3	
Inglés, alemán y 1 más	6	
Inglés, alemán y 2 más	10	

En la memoria se tiene que adjuntar el programa provisional en que conste la relación prevista de participantes, nacionalidad, actividades a realizar y sedes a utilizar y se tienen que explicar las acciones que se harán para llegar a cada uno de los mercados.

6. Euros invertidos en publicidad

Se pretende conocer el nivel de inversión en materia publicitaria (inserción en medios de comunicación, no el diseño ni gasto en comunicación).

Toda esta publicidad puede ser impresa (periódicos, revistas, ..), radio y televisión, publicidad exterior (vallas, opis, ...) y publicidad online.

Todas estas acciones tienen que llevar la marca Mallorca. Si no se pretende ponerla, se tiene que indicar en la memoria y no se puede poner en este apartado. El gasto en publicidad que se pide no puede ser publicidad local, tiene que ser la inversión en publicidad nacional e internacional.

Tampoco se cuenta como gasto publicitario el gasto que se hace en la propia web, tanto del evento como la empresa organizadora.

El gasto en publicidad se tendrá que presentar en auditoría contable o el acuerdo con la empresa publicitaria con el valor de publicidad del medio.

<i>Categoría del evento</i>	<i>Gasto en publicidad</i>	<i>PUNTUACIÓN</i>	<i>Marcar con una x la opción</i>
Cultura	Presupuesto entre 10.000 y 25.000 euros	15	
	Presupuesto entre 25.001 y 75.000	20	

	Presupuesto superior a 75.000	25	
--	-------------------------------	----	--

Deportes	Presupuesto entre 10.000 y 25.000 euros	15	
	Presupuesto entre 25.001 y 75.000	20	
	Presupuesto superior a 75.000	25	