

# MODELOS SOLICITUD DE PATROCINIOS

---

## Patrocinio BÁSICO



< 5.000,00 €



**Requisitos asociados a acciones de marketing y comunicación del evento**

**Criterios básicos obligatorios**

| CRITERIO                      | LOCAL |  |    | INSULAR |  |    | PROVINCIAL |  |    | AUTONOMICO |  |    | NACIONAL |  |    | INTERNACIONAL |  |    |  |
|-------------------------------|-------|--|----|---------|--|----|------------|--|----|------------|--|----|----------|--|----|---------------|--|----|--|
|                               | SI    |  | NO | SI      |  | NO | SI         |  | NO | SI         |  | NO | SI       |  | NO | SI            |  | NO |  |
| ORIGEN COBERTURA PUBLICITARIA |       |  |    |         |  |    |            |  |    |            |  |    |          |  |    |               |  |    |  |

Indicar de forma global el origen de los medios que puede presentar algún tipo de noticia o repercusión del evento con la presencia de Turismo de Tenerife y sus marcas asociadas, RRSS, prensa Digital y web del evento y web del evento no se consideraran cobertura internacional si no se realiza campaña pagada.  
Ej.- Diario de Avisos -> Provincial. Radio Club Tenerife -> Insular . El origen de cobertura global sería provincial.

| CRITERIO                            | LOCAL |  |    | INSULAR |  |    | PROVINCIAL |  |    | AUTONOMICO |  |    | NACIONAL |  |    | INTERNACIONAL |  |    |  |
|-------------------------------------|-------|--|----|---------|--|----|------------|--|----|------------|--|----|----------|--|----|---------------|--|----|--|
|                                     | SI    |  | NO | SI      |  | NO | SI         |  | NO | SI         |  | NO | SI       |  | NO | SI            |  | NO |  |
| REPERCUSION GEOGRAFICA PUBLICITARIA |       |  |    |         |  |    |            |  |    |            |  |    |          |  |    |               |  |    |  |

Indicar de forma global el origen de los medios que puede presentar algún tipo de noticia o repercusión del evento con la presencia de la marca Turismo de Tenerife Las Redes Sociales, prensa Digital y web del evento no se consideraran cobertura internacional si no se realiza campaña pagada.  
Ej.- El País -> Nacional. Radio Club Tenerife -> Insular. Antena 3 Canarias -> Autonomico-. La repercusión se considerara Nacional

| CRITERIO                         |  |  |  |  |  |  |                                  |  |  |  |  |  |                              |  |  |    |  |    |  |
|----------------------------------|--|--|--|--|--|--|----------------------------------|--|--|--|--|--|------------------------------|--|--|----|--|----|--|
| EXCLUSIVIDAD DEL EVENTO          | Adjuntar documento o declaración responsable acreditativa. |  |  |  |  |  |                                  |  |  |  |  |  |                              |  |  | SI |  | NO |  |
| ENVIO DE NOTAS DE PRENSA         | Con presencia fotográfica de la marca Turismo de Tenerife  |  |  |  |  |  |                                  |  |  |  |  |  |                              |  |  | SI |  | NO |  |
| CESION DE DERECHOS               | Uso promocional. Mínimo 5 fotografías                      |  |  |  |  |  |                                  |  |  |  |  |  |                              |  |  | SI |  | NO |  |
| NUMERO ESTIMADO DE PARTICIPANTES | CONCIERTOS Aforos  |  |  |  |  |  | Eventos deportivos Participantes |  |  |  |  |  | OTROS ..... (indicar evento) |  |  |    |  |    |  |



Crterios Básicos Opcionales  
Se deberán de cumplimentar un mínimo de 4 criterios opcionales

| Inclusión de la Marca/s de Turismo de Tenerife        | Presencia de la marca |  |    | Exclusivo                |  |    | COMPARTIDO  |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |  |
|---|-----------------------|--|----|--------------------------|--|----|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|-----|--|
|   | Turismo de Tenerife   |  |    | Solo Turismo de Tenerife |  |    | Nº DE OTRAS MARCAS INCLUIDAS (CONTANDO TURISMO DE TENERIFE) |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |  |
| CARTELERIA IMPRESA (DIPTICOS,FLYER,OTROS)             | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| MATERIAL DE ORGANIZACIÓN (CREDENCIALES, LANYARDS,ECT) | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| EMISION DE VIDEOS EN PANTALLAS                        | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| MERCHANDISING   | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| ESCENARIOS DEL EVENTO O RECINTO                       | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| LONAS ,ROLL UP , PHOTOCALL                            | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| PAGINA WEB (EVENTO)                                   | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| FACEBOOK (Minimo 10 post)                             | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| INSTAGRAM (minimo 10 post)                            | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| TWITTER (X) (minimo 10 tweets)                        | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| OTROS (indicar )                                      | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |



Si la acción o evento cotratará una campaña publicitaria en medios pagados

| Inclusión de la Marca/s de Turismo de Tenerife | Presencia de la marca |  |    | Exclusivo                |    | COMPARTIDO  |   |   |   |   |   |   |     |  |  |  |  |  |  |  |
|--|-----------------------|--|----|--------------------------|----|---|---|---|---|---|---|---|-----|--|--|--|--|--|--|--|
|  | Turismo de Tenerife   |  |    | Solo Turismo de Tenerife |    | Nº DE OTRAS MARCAS INCLUIDAS (CONTANDO TURISMO DE TENERIFE) |   |   |   |   |   |   |     |  |  |  |  |  |  |  |
| BANDEROLAS                                     | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |
| VALLAS   | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |
| MUPIS  | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |
| AUTOBUSES                                      | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |
| RADIO  | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |
| TELEVISION                                     | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |
| PRENSA ESCRITA                                 | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |
| PRENSA DIGITAL                                 | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |
| PLATAFORMAS DIGITALES (BANNER,VIDEO,ETC..)     | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |
| FACEBOOK                                       | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |
| INSTAGRAM                                      | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |
| TWITTER (X)                                    | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |
| OTROS (indicar )                               | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |



**Requisitos concernientes a la sostenibilidad**

En esta categoría no será obligatorio la inclusión de criterios de sostenibilidad aunque se valorará positivamente que se incluya al menos 1 criterio obligatorio o de libre elección

**Criterios obligatorios de sostenibilidad**

| Prácticas ambientales  | Marcar la casilla correspondiente |
|--|-----------------------------------|
| <b>Gestión de Residuos</b>   |                                   |
| Diseñar un sistema de gestión de residuos  |                                   |
| Implantar una política de prevención de generación de residuos, como el uso de materiales sostenibles en uniformidad o merchandising |                                   |
| Recogida selectiva de residuos   |                                   |
| <b>Con respecto al agua</b>  |                                   |
| Utilización de sistemas de ahorro de agua como por ejemplo letrinas de bajo flujo  |                                   |
| <b>Con respecto a la energía</b>   |                                   |
| Uso de fuentes de energía renovables siempre que sea posible   |                                   |
| Equipos y maquinaria de bajo consumo eléctrico y sonoro  |                                   |
| <b>Transporte sostenible</b>   |                                   |
| Ofrecer acuerdos o descuentos en trasportes públicos para la asistencia al evento  |                                   |
| Planificar la ubicación de los aparcamientos temporales  |                                   |
| <b>Aprovisionamiento responsable:</b>  |                                   |
| Utilizar productos locales o con certificado de Sostenibilidad   |                                   |
| Priorizar la compra de productos reutilizables   |                                   |
| Uso de materiales sostenibles en uniformidad o merchandising   |                                   |
| <b>Inclusión Social</b>  |                                   |
| Garantizar que el evento sea accesible para personas con discapacidad  |                                   |
| Promover la diversidad en la selección de oradores y artistas  |                                   |
| <b>Educación y Conciencia:</b>   |                                   |
| Incluir en el evento comunicación e información de iniciativas sostenibles vinculantes al mismo                                      |                                   |



**Criterios de libre elección**

|   | Marcar la casilla correspondiente |
|---|-----------------------------------|
| Destinar un porcentaje de los ingresos del evento a proyectos comunitarios sostenibles              |                                   |
| Sistema de recopilación de los asistentes para mejorar futuras ediciones                            |                                   |
| Incorporar mensajes sobre sostenibilidad en la publicidad y promoción del evento                    |                                   |
| Implementar iniciativas de revegetación después o en el evento                                      |                                   |
| Diseñar áreas verdes y utilizar especies al aire libre  |                                   |
| Usar tecnologías de plataformas digitales   |                                   |
| Organizar talleres educativos o acciones de sostenibilidad  |                                   |
| Colaborar con las comunidades locales   |                                   |
| Minimizar el desperdicio de alimentos y donación de excedentes                                      |                                   |
| Implementar estaciones de reciclaje y compostaje en todo el evento                                  |                                   |
| Involucrar a los patrocinadores en iniciativas sostenibles  |                                   |
| Destacar el apoyo local en los mensajes   |                                   |
| Programar el evento para aprovechar la luz natural y reducir la necesidad de iluminación artificial |                                   |
| Fomentar el carpooling  |                                   |
| Realizar acciones sostenibles dentro del evento para el público asistente                           |                                   |

## Patrocinio MEDIUM



5.001,00 € - 15.000,00 €





**Requisitos asociados a acciones de marketing y comunicación del evento**

**Criterios básicos obligatorios**

| CRITERIO                      | LOCAL              | INSULAR            | PROVINCIAL |    | AUTONOMICO |    | NACIONAL |    | INTERNACIONAL |    |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|------------|----|------------|----|----------|----|---------------|----|
|                               |                    |                    | SI         | NO | SI         | NO | SI       | NO | SI            | NO |
| ORIGEN COBERTURA PUBLICITARIA | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> |            |    |            |    |          |    |               |    |

Indicar de forma global el origen de los medios que puede presentar algún tipo de noticia o repercusión del evento con la presencia de Turismo de Tenerife y sus marcas asociadas, RRSS, prensa Digital y web del evento y web del evento no se consideraran cobertura internacional si no se realiza campaña pagada. Ej.- Diario de Avisos -> Provincial. Radio Club Tenerife -> Insular . El origen de cobertura global sería provincial.

| CRITERIO                            | LOCAL              | INSULAR            | PROVINCIAL |    | AUTONOMICO |    | NACIONAL |    | INTERNACIONAL |    |
|-------------------------------------|--------------------|--------------------|------------|----|------------|----|----------|----|---------------|----|
|                                     |                    |                    | SI         | NO | SI         | NO | SI       | NO | SI            | NO |
| REPERCUSION GEOGRAFICA PUBLICITARIA | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> |            |    |            |    |          |    |               |    |

Indicar de forma global el origen de los medios que puede presentar algún tipo de noticia o repercusión del evento con la presencia de la marca Turismo de Tenerife Las Redes Sociales, prensa Digital y web del evento no se consideraran cobertura internacional si no se realiza campaña pagada. Ej.- El País -> Nacional. Radio Club Tenerife -> Insular. Antena 3 Canarias -> Autonomico-. La repercusión se considerara Nacional

| CRITERIO                         |  |  |                                  |  |  |  |  |                              |    |    |
|----------------------------------|--|--|----------------------------------|--|--|--|--|------------------------------|----|----|
| EXCLUSIVIDAD DEL EVENTO          | Adjuntar documento o declaración responsable acreditativa. |  |                                  |  |  |  |  |                              | SI | NO |
| ENVIO DE NOTAS DE PRENSA         | Con presencia fotográfica de la marca Turismo de Tenerife  |  |                                  |  |  |  |  |                              | SI | NO |
| CESION DE DERECHOS               | Uso promocional. Mínimo 5 fotografías                      |  |                                  |  |  |  |  |                              | SI | NO |
| NUMERO ESTIMADO DE PARTICIPANTES | CONCIERTOS Aforos  |  | Eventos deportivos Participantes |  |  |  |  | OTROS ..... (indicar evento) |    |    |



**Criterios Básicos Opcionales**

Se deberán de cumplimentar un mínimo de 4 criterios opcionales y una inversión publicitaria pagada de una cuantía mínima del 10% del importe solicitado

| Inclusión de la Marca/s de Turismo de Tenerife        | Presencia de la marca |  |    | Exclusivo                |  |    | COMPARTIDO  |   |   |   |   |   |   |     |  |  |
|---|-----------------------|--|----|--------------------------|--|----|---|---|---|---|---|---|---|-----|--|--|
|   | Turismo de Tenerife   |  |    | Solo Turismo de Tenerife |  |    | Nº DE OTRAS MARCAS INCLUIDAS (CONTANDO TURISMO DE TENERIFE) |   |   |   |   |   |   |     |  |  |
| CARTELERIA IMPRESA (DIPTICOS,FLYER,OTROS)             | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| MATERIAL DE ORGANIZACIÓN (CREDENCIALES, LANYARDS,ECT) | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| EMISION DE VIDEOS EN PANTALLAS                        | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| MERCHANDISING   | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| ESCENARIOS DEL EVENTO O RECINTO                       | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| LONAS ,ROLL UP , PHOTOCALL                            | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| PAGINA WEB (EVENTO)                                   | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| FACEBOOK (Minimo 10 post)                             | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| INSTAGRAM (minimo 10 post                             | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| TWITTER (X) (minimo 10 tweets)                        | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| OTROS (indicar )                                      | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |



Inversión publicitaria pagada de una cuantía mínima del 10% del importe del patrocinio solicitado

| Inclusión de la Marca/s de Turismo de Tenerife | Presencia de la marca |  |    | Exclusivo                |    | COMPARTIDO  |   |   |   |   |   |   |     |  |  |
|--|-----------------------|--|----|--------------------------|----|---|---|---|---|---|---|---|-----|--|--|
|  | Turismo de Tenerife   |  |    | Solo Turismo de Tenerife |    | Nº DE OTRAS MARCAS INCLUIDAS (CONTANDO TURISMO DE TENERIFE) |   |   |   |   |   |   |     |  |  |
| BANDEROLAS                                     | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| VALLAS   | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| MUPIS  | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| AUTOBUSES                                      | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| RADIO  | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| TELEVISION                                     | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| PRENSA ESCRITA                                 | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| PRENSA DIGITAL                                 | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| PLATAFORMAS DIGITALES (BANNER, VIDEO, ETC..)   | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| FACEBOOK                                       | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| INSTAGRAM                                      | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| TWITTER (X)                                    | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |
| OTROS (indicar )                               | SI                    |  | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | +10 |  |  |



**Requisitos concernientes a la sostenibilidad**

En esta categoría será obligatorio la inclusión de un (1) criterio de sostenibilidad obligatorio aunque se valorará positivamente que se incluya al menos 1 criterio de libre elección

**Crterios obligatorios de sostenibilidad**

| Prácticas ambientales  | Marcar la casilla correspondiente |
|--|-----------------------------------|
| <b>Gestión de Residuos</b>   |                                   |
| Diseñar un sistema de gestión de residuos  |                                   |
| Implantar una política de prevención de generación de residuos, como el uso de materiales sostenibles en uniformidad o merchandising |                                   |
| Recogida selectiva de residuos   |                                   |
| <b>Con respecto al agua</b>  |                                   |
| Utilización de sistemas de ahorro de agua como por ejemplo letrinas de bajo flujo  |                                   |
| <b>Con respecto a la energía</b>   |                                   |
| Uso de fuentes de energía renovables siempre que sea posible   |                                   |
| Equipos y maquinaria de bajo consumo eléctrico y sonoro  |                                   |
| <b>Transporte sostenible</b>   |                                   |
| Ofrecer acuerdos o descuentos en trasportes publicos para la asisitencia al evento   |                                   |
| Planificar la ubicación de los aparcamientos temporales  |                                   |
| <b>Aprovisionamiento responsable:</b>  |                                   |
| Utilizar productos locales o con certificado de Sostenibilidad   |                                   |
| Priorizar la compra de productos reutilizables   |                                   |
| Uso de materiales sostenibles en uniformidad o merchandising   |                                   |
| <b>Inclusión Social</b>  |                                   |
| Garantizar que el evento sea accesible para personas con discapacidad  |                                   |
| Promover la diversidad en la seleccion de oradores y artistas  |                                   |
| <b>Educación y Conciencia:</b>   |                                   |
| Incluir en el evento comunicación e informacion de iniciativas sostenibles vinculantes al mismo                                      |                                   |



**Criterios de libre elección**

|   | Marcar la casilla correspondiente |
|---|-----------------------------------|
| Destinar un porcentaje de los ingresos del evento a proyectos comunitarios sostenibles              |                                   |
| Sistema de recopilación de los asistentes para mejorar futuras ediciones                            |                                   |
| Incorporar mensajes sobre sostenibilidad en la publicidad y promoción del evento                    |                                   |
| Implementar iniciativas de revegetación después o en el evento                                      |                                   |
| Diseñar áreas verdes y utilizar especies al aire libre  |                                   |
| Usar tecnologías de plataformas digitales   |                                   |
| Organizar talleres educativos o acciones de sostenibilidad  |                                   |
| Colaborar con las comunidades locales   |                                   |
| Minimizar el desperdicio de alimentos y donación de excedentes                                      |                                   |
| Implementar estaciones de reciclaje y compostaje en todo el evento                                  |                                   |
| Involucrar a los patrocinadores en iniciativas sostenibles  |                                   |
| Destacar el apoyo local en los mensajes   |                                   |
| Programar el evento para aprovechar la luz natural y reducir la necesidad de iluminación artificial |                                   |
| Fomentar el carpooling  |                                   |
| Realizar acciones sostenibles dentro del evento para el público asistente                           |                                   |

## Patrocinio COBRE



15.001,00 € - 30.000,00 €



**Requisitos asociados a acciones de marketing y comunicación del evento**

Crterios básicos obligatorios

| CRITERIO                      | LOCAL              | INSULAR            | PROVINCIAL |    | AUTONOMICO |    | NACIONAL |    | INTERNACIONAL |    |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|------------|----|------------|----|----------|----|---------------|----|
|                               |                    |                    | SI         | NO | SI         | NO | SI       | NO | SI            | NO |
| ORIGEN COBERTURA PUBLICITARIA | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> |            |    |            |    |          |    |               |    |

Indicar de forma global el origen de los medios que puede presentar algun tipo de noticia o repercusion del evento con la presneia de Turismo de Tenerife y sus marcas asociadas, RRSS, prensa Digital y web del evento y web del evento no se consideraran cobertura internacional si no se realiza campaña pagada.  
Ej.- Diario de Avisos -> Provincial. Radio Club Teneirfe -> Insular . El origen de cobertura global seria provincial.

| CRITERIO                            | LOCAL              | INSULAR            | PROVINCIAL         | AUTONOMICO |    | NACIONAL |    | INTERNACIONAL |    |
|-------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------|----|----------|----|---------------|----|
|                                     |                    |                    |                    | SI         | NO | SI       | NO | SI            | NO |
| REPERCUSION GEOGRAFICA PUBLICITARIA | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> |            |    |          |    |               |    |

Indicar de forma global el origen de los medios que puede presentar algun tipo de noticia o repercusion del evento con la presneia de la marca Turismo de Tenerife Las Redes Sociales, prensa Digital y web del evento no se consideraran cobertura internacional si no se realiza campaña pagada.  
Ej.- El Pais -> Nacional. Radio Club Teneirfe -> Insular. Antena 3 Canarias -> Autonomico-. La repercusion se considerara Nacional

| CRITERIO                         |  |  |                                  |  |                                 |  |  |  |    |    |
|----------------------------------|--|--|----------------------------------|--|---------------------------------|--|--|--|----|----|
| EXCLUSIVIDAD DEL EVENTO          | Adjuntar documento o declaración responsable acreditativa      |  |                                  |  |                                 |  |  |  | SI | NO |
| ENVIO DE NOTAS DE PRENSA         | Con presencia fotográfica de la marca Turismo de Tenerife      |  |                                  |  |                                 |  |  |  | SI | NO |
| CESION DE DERECHOS               | Uso promocional. Mínimo 5 fotografia y um vídeo de 15 segundos |  |                                  |  |                                 |  |  |  | SI | NO |
| NUMERO ESTIMADO DE PARTICIPANTES | CONCIERTOS Aforos  |  | Eventos deportivos Participantes |  | OTROS .....<br>(indicar evento) |  |  |  |    |    |

| CRITERIO                    | IMPORTE ECONÓMICO MÍNIMO   | Ámbito mínimo | Medios propios del solicitante              |
|-----------------------------|----------------------------|---------------|---|
| CAMPAÑA PUBLICITARIA PAGADA | 15% del importe solicitado | Insular       | No se tendrán en cuenta en el Plan Comprado |



**Criterios Básicos Opcionales**

Se deberán de cumplimentar un mínimo de 5 criterios opcionales

| Inclusión de la Marca/s de Turismo de Tenerife        | Presencia de la marca |  |    | Exclusivo                |  |    |   | COMPARTIDO  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |
|---|-----------------------|--|----|--------------------------|--|----|---|---|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|-----|
|   | Turismo de Tenerife   |  |    | Solo Turismo de Tenerife |  |    |   | Nº DE OTRAS MARCAS INCLUIDAS (CONTANDO TURISMO DE TENERIFE) |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |
| CARTELERIA IMPRESA (DIPTICOS,FLYER,OTROS)             | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| MATERIAL DE ORGANIZACIÓN (CREDENCIALES, LANYARDS,ECT) | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| EMISION DE VIDEOS EN PANTALLAS                        | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| MERCHANDISING   | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| ESCENARIOS DEL EVENTO O RECINTO                       | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| LONAS ,ROLL UP , PHOTOCALL                            | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| PAGINA WEB (EVENTO)                                   | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| FACEBOOK (Minimo 10 post)                             | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| INSTAGRAM (minimo 10 post)                            | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| TWITTER (X) (minimo 10 tweets)                        | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| OTROS (indicar )                                      | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |







**Requisitos concernientes a la sostenibilidad**

En esta categoría será obligatorio la inclusión de dos (2) criterios de sostenibilidad obligatorios aunque se valorará positivamente que se incluya al menos 2 criterios de libre elección

**Criterios obligatorios de sostenibilidad**

| Prácticas ambientales  | Marcar la casilla correspondiente |
|--|-----------------------------------|
| <b>Gestión de Residuos</b>   |                                   |
| Diseñar un sistema de gestión de residuos  |                                   |
| Implantar una política de prevención de generación de residuos, como el uso de materiales sostenibles en uniformidad o merchandising |                                   |
| Recogida selectiva de residuos   |                                   |
| <b>Con respecto al agua</b>  |                                   |
| Utilización de sistemas de ahorro de agua como por ejemplo letrinas de bajo flujo  |                                   |
| <b>Con respecto a la energía</b>   |                                   |
| Uso de fuentes de energía renovables siempre que sea posible   |                                   |
| Equipos y maquinaria de bajo consumo eléctrico y sonoro  |                                   |
| <b>Transporte sostenible</b>   |                                   |
| Ofrecer acuerdos o descuentos en trasportes públicos para la asistencia al evento  |                                   |
| Planificar la ubicación de los aparcamientos temporales  |                                   |
| <b>Aprovisionamiento responsable:</b>  |                                   |
| Utilizar productos locales o con certificado de Sostenibilidad   |                                   |
| Priorizar la compra de productos reutilizables   |                                   |
| Uso de materiales sostenibles en uniformidad o merchandising   |                                   |
| <b>Inclusión Social</b>  |                                   |
| Garantizar que el evento sea accesible para personas con discapacidad  |                                   |
| Promover la diversidad en la selección de oradores y artistas  |                                   |
| <b>Educación y Conciencia:</b>   |                                   |
| Incluir en el evento comunicación e información de iniciativas sostenibles vinculantes al mismo                                      |                                   |



**Criterios de libre elección**

|   | Marcar la casilla correspondiente |
|---|-----------------------------------|
| Destinar un porcentaje de los ingresos del evento a proyectos comunitarios sostenibles              |                                   |
| Sistema de recopilación de los asistentes para mejorar futuras ediciones                            |                                   |
| Incorporar mensajes sobre sostenibilidad en la publicidad y promoción del evento                    |                                   |
| Implementar iniciativas de revegetación después o en el evento                                      |                                   |
| Diseñar áreas verdes y utilizar especies al aire libre  |                                   |
| Usar tecnologías de plataformas digitales   |                                   |
| Organizar talleres educativos o acciones de sostenibilidad  |                                   |
| Colaborar con las comunidades locales   |                                   |
| Minimizar el desperdicio de alimentos y donación de excedentes                                      |                                   |
| Implementar estaciones de reciclaje y compostaje en todo el evento                                  |                                   |
| Involucrar a los patrocinadores en iniciativas sostenibles  |                                   |
| Destacar el apoyo local en los mensajes   |                                   |
| Programar el evento para aprovechar la luz natural y reducir la necesidad de iluminación artificial |                                   |
| Fomentar el carpooling  |                                   |
| Realizar acciones sostenibles dentro del evento para el público asistente                           |                                   |

## Patrocinio PLATA



30.001,00 € - 60.000,00 €



**Requisitos asociados a acciones de marketing y comunicación del evento**

Crterios básicos obligatorios

| CRITERIO                      | LOCAL              | INSULAR            | PROVINCIAL         | AUTONOMICO |    | NACIONAL |    | INTERNACIONAL |    |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|------------|----|----------|----|---------------|----|
|                               |                    |                    |                    | SI         | NO | SI       | NO | SI            | NO |
| ORIGEN COBERTURA PUBLICITARIA | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> |            |    |          |    |               |    |

Indicar de forma global el origen de los medios que puede presentar algun tipo de noticia o repercusion del evento con la presnecia de Turismo de Tenerife y sus marcas asociadas, RRSS, prensa Digital y web del evento y web del evento no se consideraran cobertura internacional si no se realiza campaña pagada.  
Ej.- Diario de Avisos -> Provincial. Radio Club Teneirfe -> Insular . El origen de cobertura global seria provincial.

| CRITERIO                            | LOCAL              | INSULAR            | PROVINCIAL         | AUTONOMICO         | NACIONAL |    | INTERNACIONAL |    |
|-------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------|----|---------------|----|
|                                     |                    |                    |                    |                    | SI       | NO | SI            | NO |
| REPERCUSION GEOGRAFICA PUBLICITARIA | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> |          |    |               |    |

Indicar de forma global el origen de los medios que puede presentar algun tipo de noticia o repercusion del evento con la presnecia de la marca Turismo de Tenerife Las Redes Sociales, prensa Digital y web del evento no se consideraran cobertura internacional si no se realiza campaña pagada.  
Ej.- El Pais -> Nacional. Radio Club Teneirfe -> Insular. Antena 3 Canarias -> Autonomico-. La repercusion se considerara Nacional

| CRITERIO                         |   |  |                                  |  |                              |  |  |    |    |  |
|----------------------------------|---|--|----------------------------------|--|------------------------------|--|--|----|----|--|
| EXCLUSIVIDAD DEL EVENTO          | Adjuntar documento o declaración responsable acreditativa.                |  |                                  |  |                              |  |  | SI | NO |  |
| ENVIO DE NOTAS DE PRENSA         | Con presencia fotográfica de la marca Turismo de Tenerife                 |  |                                  |  |                              |  |  | SI | NO |  |
| CESION DE DERECHOS               | Uso promocional. Mínimo 10 fotografías y vídeo promocional de 30 segundos |  |                                  |  |                              |  |  | SI | NO |  |
| NUMERO ESTIMADO DE PARTICIPANTES | CONCIERTOS Aforos   |  | Eventos deportivos Participantes |  | OTROS ..... (indicar evento) |  |  |    |    |  |

| CRITERIO                    | IMPORTE ECONÓMICO MÍNIMO   | Ámbito mínimo | Medios propios del solicitante              |
|-----------------------------|----------------------------|---------------|---|
| CAMPAÑA PUBLICITARIA PAGADA | 15% del importe solicitado | Provincial    | No se tendrán en cuenta en el Plan Comprado |



**Criterios Básicos Opcionales**

Se deberán de cumplimentar un mínimo de 5 criterios opcionales

| Inclusión de la Marca/s de Turismo de Tenerife        | Presencia de la marca |  |    | Exclusivo                |  |    |   | COMPARTIDO  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |
|---|-----------------------|--|----|--------------------------|--|----|---|---|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|-----|
|   | Turismo de Tenerife   |  |    | Solo Turismo de Tenerife |  |    |   | Nº DE OTRAS MARCAS INCLUIDAS (CONTANDO TURISMO DE TENERIFE) |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |
| CARTELERIA IMPRESA (DIPTICOS,FLYER,OTROS)             | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| MATERIAL DE ORGANIZACIÓN (CREDENCIALES, LANYARDS,ECT) | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| EMISION DE VIDEOS EN PANTALLAS                        | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| MERCHANDISING   | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| ESCENARIOS DEL EVENTO O RECINTO                       | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| LONAS ,ROLL UP , PHOTOCALL                            | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| PAGINA WEB (EVENTO)                                   | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| FACEBOOK (Minimo 10 post)                             | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| INSTAGRAM (minimo 10 post)                            | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| TWITTER (X) (minimo 10 tweets)                        | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| OTROS (indicar )                                      | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO | 2 |   | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |



Inversión publicitaria pagada de una cuantía mínima del 15% del importe del patrocinio solicitado

| Inclusión de la Marca/s de Turismo de Tenerife | Presencia de la marca |  |    |  | Exclusivo                |  | COMPARTIDO  |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |  |
|--|-----------------------|--|----|--|--------------------------|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|-----|--|
|  | Turismo de Tenerife   |  |    |  | Solo Turismo de Tenerife |  | Nº DE OTRAS MARCAS INCLUIDAS (CONTANDO TURISMO DE TENERIFE) |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |  |
| BANDEROLAS                                     | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO  |  | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| VALLAS   | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO  |  | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| MUPIS  | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO  |  | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| AUTOBUSES                                      | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO  |  | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| RADIO  | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO  |  | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| TELEVISION                                     | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO  |  | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| PRENSA ESCRITA                                 | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO  |  | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| PRENSA DIGITAL                                 | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO  |  | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| PLATAFORMAS DIGITALES (BANNER, VIDEO, ETC..)   | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO  |  | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| FACEBOOK                                       | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO  |  | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| INSTAGRAM                                      | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO  |  | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| TWITTER (X)                                    | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO  |  | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| OTROS (indicar )                               | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO  |  | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |



**Requisitos concernientes a la sostenibilidad**

En esta categoría será obligatorio la inclusión de tres (3) criterios de sostenibilidad obligatorios aunque se valorará positivamente que se incluya al menos 2 criterios de libre elección

**Criterios obligatorios de sostenibilidad**

| Prácticas ambientales  | Marcar la casilla correspondiente |
|--|-----------------------------------|
| <b>Gestión de Residuos</b>   |                                   |
| Diseñar un sistema de gestión de residuos  |                                   |
| Implantar una política de prevención de generación de residuos, como el uso de materiales sostenibles en uniformidad o merchandising |                                   |
| Recogida selectiva de residuos   |                                   |
| <b>Con respecto al agua</b>  |                                   |
| Utilización de sistemas de ahorro de agua como por ejemplo letrinas de bajo flujo  |                                   |
| <b>Con respecto a la energía</b>   |                                   |
| Uso de fuentes de energía renovables siempre que sea posible   |                                   |
| Equipos y maquinaria de bajo consumo eléctrico y sonoro  |                                   |
| <b>Transporte sostenible</b>   |                                   |
| Ofrecer acuerdos o descuentos en trasportes públicos para la asistencia al evento  |                                   |
| Planificar la ubicación de los aparcamientos temporales  |                                   |
| <b>Aprovisionamiento responsable:</b>  |                                   |
| Utilizar productos locales o con certificado de Sostenibilidad   |                                   |
| Priorizar la compra de productos reutilizables   |                                   |
| Uso de materiales sostenibles en uniformidad o merchandising   |                                   |
| <b>Inclusión Social</b>  |                                   |
| Garantizar que el evento sea accesible para personas con discapacidad  |                                   |
| Promover la diversidad en la selección de oradores y artistas  |                                   |
| <b>Educación y Conciencia:</b>   |                                   |
| Incluir en el evento comunicación e información de iniciativas sostenibles vinculantes al mismo                                      |                                   |





**Criterios de libre elección**

|   | Marcar la casilla correspondiente |
|---|-----------------------------------|
| Destinar un porcentaje de los ingresos del evento a proyectos comunitarios sostenibles              |                                   |
| Sistema de recopilación de los asistentes para mejorar futuras ediciones                            |                                   |
| Incorporar mensajes sobre sostenibilidad en la publicidad y promoción del evento                    |                                   |
| Implementar iniciativas de revegetación después o en el evento                                      |                                   |
| Diseñar áreas verdes y utilizar especies al aire libre  |                                   |
| Usar tecnologías de plataformas digitales   |                                   |
| Organizar talleres educativos o acciones de sostenibilidad  |                                   |
| Colaborar con las comunidades locales   |                                   |
| Minimizar el desperdicio de alimentos y donación de excedentes                                      |                                   |
| Implementar estaciones de reciclaje y compostaje en todo el evento                                  |                                   |
| Involucrar a los patrocinadores en iniciativas sostenibles  |                                   |
| Destacar el apoyo local en los mensajes   |                                   |
| Programar el evento para aprovechar la luz natural y reducir la necesidad de iluminación artificial |                                   |
| Fomentar el carpooling  |                                   |
| Realizar acciones sostenibles dentro del evento para el público asistente                           |                                   |

## Patrocinio ORO



60.001,00 € - 100.000,00 €



**Requisitos asociados a acciones de marketing y comunicación del evento**

**Crterios básicos obligatorios**

| CRITERIO                      | LOCAL              | INSULAR            | PROVINCIAL         | AUTONOMICO         | NACIONAL |    | INTERNACIONAL |    |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------|----|---------------|----|
|                               |                    |                    |                    |                    | SI       | NO | SI            | NO |
| ORIGEN COBERTURA PUBLICITARIA | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | SI       | NO | SI            | NO |

Indicar de forma global el origen de los medios que puede presentar algun tipo de noticia o repercusion del evento con la presnecia de Turismo de Tenerife y sus marcas asociadas, RRSS, prensa Digital y web del evento y web del evento no se consideraran cobertura internacional si no se realiza campaña pagada.  
Ej.- Diario de Avisos -> Provincial. Radio Club Teneirfe -> Insular . El origen de cobertura global seria provincial.

| CRITERIO                            | LOCAL              | INSULAR            | PROVINCIAL         | AUTONOMICO         | NACIONAL           | INTERNACIONAL |    |
|-------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------|----|
|                                     |                    |                    |                    |                    |                    | SI            | NO |
| REPERCUSION GEOGRAFICA PUBLICITARIA | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | SI            | NO |

Indicar de forma global el origen de los medios que puede presentar algun tipo de noticia o repercusion del evento con la presnecia de la marca Turismo de Tenerife Las Redes Sociales, prensa Digital y web del evento no se consideraran cobertura internacional si no se realiza campaña pagada.  
Ej.- El Pais -> Nacional. Radio Club Teneirfe -> Insular. Antena 3 Canarias -> Autonomico-. La repercusion se considerara Nacional

| CRITERIO                         |   |  |                                     |  |                                 |  |    |    |  |
|----------------------------------|---|--|-------------------------------------|--|---------------------------------|--|----|----|--|
| EXCLUSIVIDAD DEL EVENTO          | Adjuntar documento o declaración responsable acreditativa     |  |                                     |  |                                 |  | SI | NO |  |
| ENVIO DE NOTAS DE PRENSA         | Con presencia fotográfica de la marca Turismo de Tenerife     |  |                                     |  |                                 |  | SI | NO |  |
| CESION DE DERECHOS               | Uso promocional. Minimo 10 fotografias y video de 30 segundos |  |                                     |  |                                 |  | SI | NO |  |
| NUMERO ESTIMADO DE PARTICIPANTES | CONCIERTOS<br>Aforos  |  | Eventos deportivos<br>Participantes |  | OTROS .....<br>(indicar evento) |  |    |    |  |

| CRITERIO                    | IMPORTE ECONÓMICO MÍNIMO   | Ámbito mínimo | Medios propios del solicitante              |
|-----------------------------|----------------------------|---------------|---|
| CAMPAÑA PUBLICITARIA PAGADA | 15% del importe solicitado | Autonómico    | No se tendrán en cuenta en el Plan Comprado |



**Criterios Básicos Opcionales**

Se deberán de cumplimentar un mínimo de 6 criterios opcionales

| Inclusión de la Marca/s de Turismo de Tenerife        | Presencia de la marca |  |    | Exclusivo                |  |    |  | COMPARTIDO  |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |
|---|-----------------------|--|----|--------------------------|--|----|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|-----|
|   | Turismo de Tenerife   |  |    | Solo Turismo de Tenerife |  |    |  | Nº DE OTRAS MARCAS INCLUIDAS (CONTANDO TURISMO DE TENERIFE) |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |
| CARTELERIA IMPRESA (DIPTICOS,FLYER,OTROS)             | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| MATERIAL DE ORGANIZACIÓN (CREDENCIALES, LANYARDS,ECT) | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| EMISION DE VIDEOS EN PANTALLAS                        | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| MERCHANDISING   | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| ESCENARIOS DEL EVENTO O RECINTO                       | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| LONAS ,ROLL UP , PHOTOCALL                            | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| PAGINA WEB (EVENTO)                                   | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| FACEBOOK (Minimo 10 post)                             | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| INSTAGRAM (minimo 10 post                             | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| TWITTER (X) (minimo 10 tweets)                        | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| OTROS (indicar )                                      | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |



Inversión publicitaria pagada de una cuantía mínima del 15% del importe del patrocinio solicitado

| Inclusión de la Marca/s de Turismo de Tenerife | Presencia de la marca |  |    | Exclusivo                |    |  |    | COMPARTIDO  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |
|--|-----------------------|--|----|--------------------------|----|--|----|---|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|-----|
|  | Turismo de Tenerife   |  |    | Solo Turismo de Tenerife |    |  |    | Nº DE OTRAS MARCAS INCLUIDAS (CONTANDO TURISMO DE TENERIFE) |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |
| BANDEROLAS                                     | SI                    |  | NO |                          | SI |  | NO |   | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| VALLAS   | SI                    |  | NO |                          | SI |  | NO |   | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| MUPIS  | SI                    |  | NO |                          | SI |  | NO |   | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| AUTOBUSES                                      | SI                    |  | NO |                          | SI |  | NO |   | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| RADIO  | SI                    |  | NO |                          | SI |  | NO |   | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| TELEVISION                                     | SI                    |  | NO |                          | SI |  | NO |   | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| PRENSA ESCRITA                                 | SI                    |  | NO |                          | SI |  | NO |   | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| PRENSA DIGITAL                                 | SI                    |  | NO |                          | SI |  | NO |   | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| PLATAFORMAS DIGITALES (BANNER, VIDEO, ETC..)   | SI                    |  | NO |                          | SI |  | NO |   | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| FACEBOOK                                       | SI                    |  | NO |                          | SI |  | NO |   | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| INSTAGRAM                                      | SI                    |  | NO |                          | SI |  | NO |   | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| TWITTER (X)                                    | SI                    |  | NO |                          | SI |  | NO |   | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| OTROS (indicar )                               | SI                    |  | NO |                          | SI |  | NO |   | 2 |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |



**Requisitos concernientes a la sostenibilidad**

En esta categoría será obligatorio:

- En Eventos de gran afluencia de público (+ de 1000 personas) se deberá presentar un plan de gestión de residuos y la inclusión de dos (2) criterios de sostenibilidad obligatorios y se valorará positivamente que se incluya al menos 2 criterios de libre elección.
- En el resto de eventos se deberá incluir cuatro (4) criterios de sostenibilidad obligatorios aunque se valorará positivamente que se incluya al menos 2 criterio de libre elección

**Criterios obligatorios de sostenibilidad**

| <b>Prácticas ambientales</b>   | <b>Marcar la casilla correspondiente</b> |
|--|--|
| <b>Gestión de Residuos</b>   |  |
| Diseñar un sistema de gestión de residuos  |  |
| Implantar una política de prevención de generación de residuos, como el uso de materiales sostenibles en uniformidad o merchandising |  |
| Recogida selectiva de residuos   |  |
| <b>Con respecto al agua</b>  |  |
| Utilización de sistemas de ahorro de agua como por ejemplo letrinas de bajo flujo  |  |
| <b>Con respecto a la energía</b>   |  |
| Uso de fuentes de energía renovables siempre que sea posible   |  |
| Equipos y maquinaria de bajo consumo eléctrico y sonoro  |  |
| <b>Transporte sostenible</b>   |  |
| Ofrecer acuerdos o descuentos en trasportes públicos para la asistencia al evento  |  |
| Planificar la ubicación de los aparcamientos temporales  |  |
| <b>Aprovisionamiento responsable:</b>  |  |
| Utilizar productos locales o con certificado de Sostenibilidad   |  |
| Priorizar la compra de productos reutilizables   |  |
| Uso de materiales sostenibles en uniformidad o merchandising   |  |
| <b>Inclusión Social</b>  |  |
| Garantizar que el evento sea accesible para personas con discapacidad  |  |
| Promover la diversidad en la selección de oradores y artistas  |  |
| <b>Educación y Conciencia:</b>   |  |
| Incluir en el evento comunicación e información de iniciativas sostenibles vinculantes al mismo                                      |  |



**Criterios de libre elección**

|   | Marcar la casilla correspondiente |
|---|-----------------------------------|
| Destinar un porcentaje de los ingresos del evento a proyectos comunitarios sostenibles              |                                   |
| Sistema de recopilación de los asistentes para mejorar futuras ediciones                            |                                   |
| Incorporar mensajes sobre sostenibilidad en la publicidad y promoción del evento                    |                                   |
| Implementar iniciativas de revegetación después o en el evento                                      |                                   |
| Diseñar áreas verdes y utilizar espacios al aire libre  |                                   |
| Usar tecnologías de plataformas digitales   |                                   |
| Organizar talleres educativos o acciones de sostenibilidad  |                                   |
| Colaborar con las comunidades locales   |                                   |
| Minimizar el desperdicio de alimentos y donación de excedentes                                      |                                   |
| Implementar estaciones de reciclaje y compostaje en todo el evento                                  |                                   |
| Involucrar a los patrocinadores en iniciativas sostenibles  |                                   |
| Destacar el apoyo local en los mensajes   |                                   |
| Programar el evento para aprovechar la luz natural y reducir la necesidad de iluminación artificial |                                   |
| Fomentar el carpooling  |                                   |
| Realizar acciones sostenibles dentro del evento para el público asistente                           |                                   |

**Patrocinio EXCELENT**



> 100.001,00 €





**Requisitos asociados a acciones de marketing y comunicación del evento**

**Crterios básicos obligatorios**

| CRITERIO                      | LOCAL              | INSULAR            | PROVINCIAL         | AUTONOMICO         | NACIONAL |    | INTERNACIONAL |    |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------|----|---------------|----|
|                               |                    |                    |                    |                    | SI       | NO | SI            | NO |
| ORIGEN COBERTURA PUBLICITARIA | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> |          |    |               |    |

Indicar de forma global el origen de los medios que puede presentar algun tipo de noticia o repercusion del evento con la presnecia de Turismo de Tenerife y sus marcas asociadas, RRSS, prensa Digital y web del evento y web del evento no se consideraran cobertura internacional si no se realiza campaña pagada.  
Ej.- Diario de Avisos -> Provincial. Radio Club Tenerife -> Insular . El origen de cobertura global seria provincial.

| CRITERIO                            | LOCAL              | INSULAR            | PROVINCIAL         | AUTONOMICO         | NACIONAL           | INTERNACIONAL      |                    |
|-------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                                     |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |
| REPERCUSION GEOGRAFICA PUBLICITARIA | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> | <b>OBLIGATORIO</b> |

Indicar de forma global el origen de los medios que puede presentar algun tipo de noticia o repercusion del evento con la presnecia de la marca Turismo de Tenerife Las Redes Sociales, prensa Digital y web del evento no se consideraran cobertura internacional si no se realiza campaña pagada.  
Ej.- El Pais -> Nacional. Radio Club Tenerife -> Insular. Antena 3 Canarias -> Autonomico-. La repercusion se considerara Nacional

**CRITERIO**

|                          |   |  |  |  |  |  |    |  |    |  |
|--------------------------|---|--|--|--|--|--|----|--|----|--|
| EXCLUSIVIDAD DEL EVENTO  | Adjuntar documento o declaración responsable acreditativa     |  |  |  |  |  | SI |  | NO |  |
| ENVIO DE NOTAS DE PRENSA | Con presencia fotográfica de la marca Turismo de Tenerife     |  |  |  |  |  | SI |  | NO |  |
| CESION DE DERECHOS       | Uso promocional. Minimo 10 fotografías y video de 30 segundos |  |  |  |  |  | SI |  | NO |  |

|                                  |                      |  |                                     |  |             |                  |  |  |  |
|----------------------------------|----------------------|--|-------------------------------------|--|-------------|------------------|--|--|--|
| NUMERO ESTIMADO DE PARTICIPANTES | CONCIERTOS<br>Aforos |  | Eventos deportivos<br>Participantes |  | OTROS ..... | (indicar evento) |  |  |  |
|----------------------------------|----------------------|--|-------------------------------------|--|-------------|------------------|--|--|--|

| CRITERIO                             | IMPORTE ECONÓMICO MÍNIMO   | Ámbito mínimo | Medios propios del solicitante              |
|--------------------------------------|--|---------------|---|
| INCLUSIÓN DEL NAMING DEL EVENTO      | Se incluirea Tenerife con tipografía de Turismo de Tenerife en la denominacion comercial del evento        |               |   |
| SOPORTE EXCLUSIVO O AREA DEL RECINTO | Se debera de usar un soporte con contenido exclusivo de Turismo de Tenerife sin compartir con otras marcas |               |   |
| CAMPAÑA PUBLICITARIA PAGADA          | 7-10 % del importe solicitado  | Autonómico    | No se tendrán en cuenta en el Plan Comprado |
| CAMPAÑA PUBLICITARIA PAGADA          | 7-10 % del importe solicitado  | Nacional      | No se tendrán en cuenta en el Plan Comprado |
| CAMPAÑA PUBLICITARIA PAGADA          | 5% del importe solicitado  | Internacional | No se tendrán en cuenta en el Plan Comprado |



### Criterios Básicos Opcionales

Se deberán de cumplimentar un mínimo de 8 criterios opcionales

| Inclusión de la Marca/s de Turismo de Tenerife        | Presencia de la marca |  |    | Exclusivo                |  |    |  | COMPARTIDO  |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |  |
|---|-----------------------|--|----|--------------------------|--|----|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|-----|--|
|   | Turismo de Tenerife   |  |    | Solo Turismo de Tenerife |  |    |  | Nº DE OTRAS MARCAS INCLUIDAS (CONTANDO TURISMO DE TENERIFE) |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |  |
| CARTELERIA IMPRESA (DIPTICOS,FLYER,OTROS)             | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| MATERIAL DE ORGANIZACIÓN (CREDENCIALES, LANYARDS,ECT) | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| EMISION DE VIDEOS EN PANTALLAS                        | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| MERCHANDISING   | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| ESCENARIOS DEL EVENTO O RECINTO                       | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| LONAS ,ROLL UP , PHOTOCALL                            | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| PAGINA WEB (EVENTO)                                   | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| FACEBOOK (Minimo 10 post)                             | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| INSTAGRAM (minimo 10 post                             | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| TWITTER (X) (minimo 10 tweets)                        | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| OTROS (indicar )                                      | SI                    |  | NO | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |



Inversión publicitaria pagada de una cuantía mínima del 7% del importe del patrocinio solicitado en Plan de Medios Autonómico

| Inclusión de la Marca/s de Turismo de Tenerife | Presencia de la marca |  |                          |  | Exclusivo   |  |    |  | COMPARTIDO |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |  |
|--|-----------------------|--|--------------------------|--|---|--|----|--|------------|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|-----|--|
|  | Turismo de Tenerife   |  | Solo Turismo de Tenerife |  | Nº DE OTRAS MARCAS INCLUIDAS (CONTANDO TURISMO DE TENERIFE) |  |    |  |            |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |  |
| BANDEROLAS                                     | SI                    |  | NO                       |  | SI  |  | NO |  | 2          |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| VALLAS   | SI                    |  | NO                       |  | SI  |  | NO |  | 2          |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| MUPIS  | SI                    |  | NO                       |  | SI  |  | NO |  | 2          |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| AUTOBUSES                                      | SI                    |  | NO                       |  | SI  |  | NO |  | 2          |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| RADIO  | SI                    |  | NO                       |  | SI  |  | NO |  | 2          |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| TELEVISION                                     | SI                    |  | NO                       |  | SI  |  | NO |  | 2          |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| PRENSA ESCRITA                                 | SI                    |  | NO                       |  | SI  |  | NO |  | 2          |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| PRENSA DIGITAL                                 | SI                    |  | NO                       |  | SI  |  | NO |  | 2          |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| PLATAFORMAS DIGITALES (BANNER, VIDEO, ETC..)   | SI                    |  | NO                       |  | SI  |  | NO |  | 2          |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| FACEBOOK                                       | SI                    |  | NO                       |  | SI  |  | NO |  | 2          |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| INSTAGRAM                                      | SI                    |  | NO                       |  | SI  |  | NO |  | 2          |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| TWITTER (X)                                    | SI                    |  | NO                       |  | SI  |  | NO |  | 2          |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |
| OTROS (indicar )                               | SI                    |  | NO                       |  | SI  |  | NO |  | 2          |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |  |



Inversión publicitaria pagada de una cuantía mínima del 7% del importe del patrocinio solicitado en Plan de Medios Nacional

| Inclusión de la Marca/s de Turismo de Tenerife | Presencia de la marca |    |                          |    | Exclusivo   |   |   |   | COMPARTIDO |   |   |     |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|-----------------------|----|--------------------------|----|---|---|---|---|------------|---|---|-----|--|--|--|--|--|--|--|--|
|  | Turismo de Tenerife   |    | Solo Turismo de Tenerife |    | Nº DE OTRAS MARCAS INCLUIDAS (CONTANDO TURISMO DE TENERIFE) |   |   |   |            |   |   |     |  |  |  |  |  |  |  |  |
| VALLAS   | SI                    | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6          | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| MUPIS  | SI                    | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6          | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| AUTOBUSES                                      | SI                    | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6          | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| RADIO  | SI                    | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6          | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| TELEVISION                                     | SI                    | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6          | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| PRENSA ESCRITA                                 | SI                    | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6          | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| PRENSA DIGITAL                                 | SI                    | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6          | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| PLATAFORMAS DIGITALES (BANNER,VIDEO,ETC..)     | SI                    | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6          | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| FACEBOOK                                       | SI                    | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6          | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| INSTAGRAM                                      | SI                    | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6          | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| TWITTER (X)                                    | SI                    | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6          | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |  |
| OTROS (indicar )                               | SI                    | NO | SI                       | NO | 2   | 3 | 4 | 5 | 6          | 7 | 8 | +10 |  |  |  |  |  |  |  |  |



Inversión publicitaria pagada de una cuantía mínima del 5% del importe del patrocinio solicitado en Plan de Medios Nacional

| Inclusión de la Marca/s de Turismo de Tenerife | Presencia de la marca |  |    |  | Exclusivo                |  |    |  | COMPARTIDO  |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |
|--|-----------------------|--|----|--|--------------------------|--|----|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|---|--|-----|
|  | Turismo de Tenerife   |  |    |  | Solo Turismo de Tenerife |  |    |  | Nº DE OTRAS MARCAS INCLUIDAS (CONTANDO TURISMO DE TENERIFE) |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |   |  |     |
| VALLAS   | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| MUPIS  | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| AUTOBUSES                                      | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| RADIO  | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| TELEVISION                                     | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| PRENSA ESCRITA                                 | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| PRENSA DIGITAL                                 | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| PLATAFORMAS DIGITALES (BANNER,VIDEO,ETC..)     | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| FACEBOOK                                       | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| INSTAGRAM                                      | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| TWITTER (X)                                    | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |
| OTROS (indicar )                               | SI                    |  | NO |  | SI                       |  | NO |  | 2   |  | 3 |  | 4 |  | 5 |  | 6 |  | 7 |  | 8 |  | +10 |



### Requisitos concernientes a la sostenibilidad

En esta categoría **será obligatorio disponer de un plan de sostenibilidad** para hacer un evento más sostenible, en donde deberá recogerse el mayor número de criterios contemplados posibles.

### Criterios obligatorios de sostenibilidad

| Prácticas ambientales  | Marcar la casilla correspondiente |
|--|-----------------------------------|
| <b>Gestión de Residuos</b>   |                                   |
| Diseñar un sistema de gestión de residuos  |                                   |
| Implantar una política de prevención de generación de residuos, como el uso de materiales sostenibles en uniformidad o merchandising |                                   |
| Recogida selectiva de residuos   |                                   |
| <b>Con respecto al agua</b>  |                                   |
| Utilización de sistemas de ahorro de agua como por ejemplo letrinas de bajo flujo  |                                   |
| <b>Con respecto a la energía</b>   |                                   |
| Uso de fuentes de energía renovables siempre que sea posible   |                                   |
| Equipos y maquinaria de bajo consumo eléctrico y sonoro  |                                   |
| <b>Transporte sostenible</b>   |                                   |
| Ofrecer acuerdos o descuentos en transportes públicos para la asistencia al evento   |                                   |
| Planificar la ubicación de los aparcamientos temporales  |                                   |
| <b>Aprovisionamiento responsable:</b>  |                                   |
| Utilizar productos locales o con certificado de Sostenibilidad   |                                   |
| Priorizar la compra de productos reutilizables   |                                   |
| Uso de materiales sostenibles en uniformidad o merchandising   |                                   |
| <b>Inclusión Social</b>  |                                   |
| Garantizar que el evento sea accesible para personas con discapacidad  |                                   |
| Promover la diversidad en la selección de oradores y artistas  |                                   |
| <b>Educación y Conciencia:</b>   |                                   |
| Incluir en el evento comunicación e información de iniciativas sostenibles vinculantes al mismo                                      |                                   |



**Criterios de libre elección**

|   | Marcar la casilla correspondiente |
|---|-----------------------------------|
| Destinar un porcentaje de los ingresos del evento a proyectos comunitarios sostenibles              |                                   |
| Sistema de recopilación de los asistentes para mejorar futuras ediciones                            |                                   |
| Incorporar mensajes sobre sostenibilidad en la publicidad y promoción del evento                    |                                   |
| Implementar iniciativas de revegetación después o en el evento                                      |                                   |
| Diseñar áreas verdes y utilizar especies al aire libre  |                                   |
| Usar tecnologías de plataformas digitales   |                                   |
| Organizar talleres educativos o acciones de sostenibilidad  |                                   |
| Colaborar con las comunidades locales   |                                   |
| Minimizar el desperdicio de alimentos y donación de excedentes                                      |                                   |
| Implementar estaciones de reciclaje y compostaje en todo el evento                                  |                                   |
| Involucrar a los patrocinadores en iniciativas sostenibles  |                                   |
| Destacar el apoyo local en los mensajes   |                                   |
| Programar el evento para aprovechar la luz natural y reducir la necesidad de iluminación artificial |                                   |
| Fomentar el carpooling  |                                   |
| Realizar acciones sostenibles dentro del evento para el público asistente                           |                                   |