PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DENOMINADO "ORGANIZACIÓN DEL EVENTO "GRAN CANARIA SWIM WEEK", POR PROCEDIMIENTO ABIERTO Y VARIOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN. TRAMITACIÓN ANTICIPADA. POSIBILIDAD DE PRÓRROGA EJERCICIOS 2025, 2026 y 2027.

CLÁUSULA 1.- OBJETO Y FINALIDAD DEL CONTRATO.
CLÁUSULA 2.- DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LOS LICITADORES.
CLÁUSULA 3.- DESCRIPCIÓN DE LAS TAREAS A DESARROLLAR POR EL CONTRATISTA.
CLÁUSULA 4.- COMISIÓN DE SEGUIMIENTO Y SUPERVISIÓN DEL CONTRATO.
CLÁUSULA 5.- GASTOS QUE DEBE ASUMIR EL CONTRATISTA ADJUDICATARIO.
CLÁUSULA 6.- OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA ADJUDICATARIO.

CLÁUSULA 1.- OBJETO Y FINALIDAD DEL CONTRATO

El evento **"GRAN CANARIA SWIM WEEK" (en adelante GCSW),** es un evento promovido, organizado y financiado por el Cabildo de Gran Canaria, en el marco del Programa Gran Canaria Moda Cálida. Su edición 2024 se prevé celebrar, los días 2 al 5 de octubre de 2024 (cuatro días de desfiles de moda baño), en el Palacio de Congresos "EXPOMELONERAS", en el municipio de San Bartolomé de Tirajana (Maspalomas), así como en algunas localizaciones exteriores de la isla de Gran Canaria. No obstante, el Cabildo de Gran Canaria podrá modificar, con la suficiente antelación, las fechas o la ubicación del evento, lo que se le notificaría a los licitadores o al adjudicatario, en su caso.

Mediante el presente contrato se pretende seleccionar a una empresa especializada en la organización de eventos de moda para llevar a cabo el diseño, planificación, desarrollo, coordinación y ejecución del evento conforme a los términos y condiciones establecidos en el presente pliego.

La duración del contrato será desde el 1 de mayo de 2024 o fecha de formalización del mismo si fuese posterior, hasta el 30 de abril de 2025. Finalizada la edición 2024 de **GCSW**, realizadas las acciones que la licitadora incluya en su Proyecto y entregada la Memoria Final junto con un avance de la propuesta para la siguiente edición con fecha máxima 30 de noviembre de 2024, y una vez que se presente con fecha máxima 1 de marzo de 2025 su Propuesta definitiva para la siguiente edición, se podrá prorrogar el contrato para los ejercicios 2025, 2026 y 2027.

La prestación del servicio objeto de la presente licitación es compleja, se deben contemplar aspectos tanto artísticos como técnicos, relacionados con los desfiles de moda a realizar, gestionando los recursos y los procesos necesarios para el correcto desarrollo del evento **GCSW**. Requiriéndose para ello una empresa especializada en la organización, desarrollo y ejecución de eventos de este tipo, a nivel nacional e internacional, que cuente con el personal y los medios adecuados.

Este servicio será financiado con fondos propios y en el caso de obtención de fondos europeos, podría ser cofinanciado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). En ese caso, toda la imagen, documentación y comunicación del evento deberá incluir los logos exigidos por el Programa MAC-INTERREG:

Profesor Agustín Millares Carló nº 14.
Edificio de Administración Insular I, 3ª plta.
35003 Las Palmas de Gran Canaria
Tel.: 928 21 94 50 · Fax.: 928 21 94 51

CLÁUSULA 2.- DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR LOS LICITADORES.

Los licitadores deberán presentar junto con su oferta económica y presupuesto detallado (que se incluirán en el sobre de los criterios automáticos), para su valoración, las siguientes propuestas, que se detallan a continuación:

1. PROPUESTA DE IMAGEN Y DISEÑO

El licitador deberá presentar una propuesta de imagen para la edición 2024 del evento, identificativa del mismo y, que ofrezca una percepción clara de la identidad y los valores de **GCSW.** Estará integrada por el mensaje a transmitir, colores, tipografía y en general todos los aspectos necesarios para crear una identidad corporativa para el evento. Dicha imagen debe contar con un lugar preeminente para los logos del Cabildo y de **GCSW**, que tendrán un tamaño claro y visible, así como debe dotar de un papel destacado y unificado a la isla de Gran Canaria, el evento y el Cabildo de Gran Canaria como organizador del mismo. No pudiendo aparecer logos de la empresa adjudicataria y/o posibles empresas subcontratadas.

La propuesta incluirá, como mínimo, cinco ejemplos de las adaptaciones a las distintas creatividades que se necesitan para todos los elementos o acciones que comprende la prestación del servicio, y entre las que se pueden encontrar las siguientes:

- Invitaciones y entradas digitales para cada desfile.
- Acreditaciones equipos de trabajo.
- Cartelería y displays decorativos para espacios donde se celebren ruedas de prensa u otras actividades.
- Carteles identificativos para los diferentes espacios (sala de prensa, backstage, salas de compradores, oficina técnica, o similares) y frisos para puertas de acceso a la sala de desfiles, tanto para el Palacio de Congresos como para las localizaciones exteriores.
- Vinilos decorativos para fachada para las ubicaciones, tanto del recinto como de la zona exterior, de la Pasarela.
- Banderolas promocionales para situar en el espacio exterior del Palacio de Congresos.
- Plantillas word para comunicados de prensa.
- Anuncios de prensa offline y banners online.
- Aplicaciones Boca de pasarela.
- Photocall o carteles con logos del evento y de patrocinadores.
- Totem o cartelería con calendario de desfiles, y/u otros soportes digitales para el mismo fin o similar, tanto para hall del Palacio de Congresos como para las localizaciones exteriores.
- Soportes informativos de wifi y hashtag del evento (carteles, pegatinas, u otros similares).
- Banners para web y rrss.
- Visuales para streaming, tanto generales como personalizadas por desfile.
- Diseño notas para la web (informativas, de contenidos diarios, de cierre, entre otras).
- Soportes para las acciones de comunicación y eventos en zonas exteriores.
- Otros similares.

Además, el licitador deberá presentar propuesta de diseño de:

- Set para la televisión o televisiones media partner con la imagen del evento, y con espacio para que se puedan realizar entrevistas y generar contenidos audiovisuales para los distintos programas o reportajes de dichas televisiones. Dicha propuesta deberá detallar los elementos que se van a incluir.

- Espacio corporativo del Cabildo de Gran Canaria con la imagen del evento donde se podrán mantener pequeñas reuniones, recibir invitados, conceder entrevistas, entre otros. Dicha propuesta deberá detallar los elementos que se van a incluir.

- Elementos visuales y de señalización a instalar en todo el entorno del Palacio de Congresos, de manera que el flujo de personas que transitan por esa ubicación visualicen que se está celebrando **GCSW**.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	2/39

Se valorará, de las propuestas presentadas:

- La creatividad, diseño y vinculación con el sector moda, así como su diferenciación y coherencia con los valores y objetivos del evento.
- La correcta integración de la imagen del Cabildo y de **GCSW**, las adaptaciones propuestas, su versatilidad y correcta adaptación de la imagen a los diversos formatos.
- El uso de materiales sostenibles y cumplimiento con los valores de reciclaje y reutilización de dichos materiales en base a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), marcados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

2. PROPUESTA DE PLAN DE COMUNICACIÓN

2.1. Estrategia, objetivos y canales de comunicación:

La propuesta de estrategia de comunicación deberá incluir los objetivos generales que se pretenden conseguir en la edición 2024, canales online y offline a emplear, mensajes a comunicar, metodología a emplear y plazo de tiempos de ejecución, que van a permitir alcanzar dichos objetivos desde una visión local, nacional e internacional. Dicha estrategia debe articularse en torno a la idea de que el Cabildo de Gran Canaria organiza, financia y promueve el evento, y que **GCSW** es la Pasarela de moda baño referente de España y Europa.

La propuesta deberá incluir la relación de canales de comunicación online y offline que consideren adecuados para la consecución de los objetivos planteados. Entre los canales online, se incluirán las redes sociales y la web del evento, en la que retransmitirán en directo (streaming) todos los desfiles.

Se valorará:

- Que la estrategia de comunicación presentada encaje con el espíritu y la filosofía del evento, la idoneidad y viabilidad de consecución de los objetivos que plantea.
- La coherencia entre los canales propuestos y dicha estrategia.
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

2.2. Propuesta de medios:

La propuesta incluirá una relación de medios online y offline, a los que se enviará toda la información del evento, distinguiendo por sectores (generalistas, especializados en moda, otros de interés) y ámbito (regional, nacional e internacional) y justificando el motivo por el que seleccionan dichos medios. Se señalará en relación con cada medio, aspectos tales como tirada, difusión, ámbito o periodicidad, así como el periodista, estilista o persona a la que se le remitirá la información, señalando el programa, magazín o sección en que trabaja.

También deberá incluir una propuesta de Dossier del evento, adaptable y atractivo a todos los perfiles participantes en el mismo (prensa, autoridades, patrocinadores, invitados profesionales, diseñadores, entre otros), con el objetivo de ofrecer información a dichos profesionales que les ayude a contextualizar el evento. Para ello, dicho Dossier deberá contener, como mínimo, una breve descripción de la isla, contextualización del Cabildo de Gran Canaria, antecedentes del evento, ROI de las últimas ediciones, firmas participantes en ediciones anteriores, patrocinadores, y otros datos similares. Dicho Dossier deberá realizarse en un formato que permita tanto su impresión física como su publicación en web y redes sociales.

Asimismo, la propuesta incluirá la relación de medios que consideran que deben acudir presencialmente a cubrir el evento, justificando su selección e indicando la previsión o el objetivo de publicación a cubrir con cada medio, entrevistas, reportajes y acciones que va a realizar cada uno, así

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	3/39

como los profesionales que designarán para que asistan al evento. Deberá incluir la planificación y cronograma de las acciones a realizar.

Se valorará:

- La idoneidad de la propuesta de medios a los que se les enviará la información con la estrategia de comunicación y con el espíritu y filosofía del evento.
- La originalidad, formato y contenido de la propuesta de Dossier del evento.
- La idoneidad, coherencia y vinculación con el evento de la propuesta de medios a acudir presencialmente, así como las entrevistas, los reportajes, acciones promocionales y/o cobertura mediática a realizar por cada medio propuesto.
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

2.3. Propuesta de actos, encuentros y eventos de comunicación a desarrollar en el marco de GCSW:

El licitador deberá proponer eventos de comunicación a realizar en el marco del evento, que redunden en los objetivos y estrategias que se marquen, que contribuyan a amplificar la promoción y difusión del mismo. La propuesta deberá incluir el diseño, la organización y realización de, como mínimo, los siguientes eventos:

- Acto de presentación de **GCSW** en el marco de la edición de septiembre de "Mercedes-Benz Fashion Week Madrid".
- Rueda de prensa y/o actos de presentación de **GCSW**: deberá plantear en su propuesta la organización y realización de, como mínimo, una rueda de prensa en Gran Canaria y/o otros actos de presentación del evento que considere.
- Un acto de la apertura (opening) de **GCSW**.
- Un encuentro entre prensa e influencers invitados y diseñadores participantes.
- Un evento de cierre de **GCSW**.

En relación con cada uno de dichos eventos, se deberá indicar las personas que deben acudir, la ubicación y duración, el cronograma de su realización, el coste estimado de su ejecución (tanto del alquiler del espacio como de los materiales y elementos de decoración que se necesiten), así como cualquier otro aspecto relevante para su desarrollo. A su vez, deberá indicar, en su caso, con qué patrocinadores va a contar para su desarrollo.

Se valorarán:

- La imagen, contenido y desarrollo que proponen para cada una de los eventos.
- La idoneidad y adecuación del desarrollo de su propuesta de realización de cada uno de esos eventos con la filosofía de **GCSW**, la viabilidad presupuestaria y técnica de su ejecución, así como los resultados que se esperan obtener con la realización de dichos eventos.
- Nuevas acciones y mejora del evento derivada de su implementación.
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

2.4. Propuesta de mejora de la retransmisión del evento a través del streaming:

El licitador deberá presentar una propuesta donde se indiquen que acciones van a llevar a cabo para mejorar el impacto, la difusión y la audiencia de la retransmisión online del evento. Deberá indicar su propuesta de dinamización del streaming, contenidos a emitir antes, durante y posteriormente a los desfiles, así como aspectos innovadores para mejorar la difusión del evento, y su posible uso publicitario y corporativo. Asimismo, deberá incluir la planificación y cronograma de dichas acciones de dinamización.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	4/39

Se valorará:

- La originalidad e innovación de las acciones de dinamización propuestas, así como su idoneidad con el evento.
- Su viabilidad técnica y económica de la propuesta.
- La planificación, el cronograma y la metodología que propone para el análisis de resultados.
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

3. PROPUESTA DE "CELEBRITIES Y/O INFLUENCERS" E INVITADOS

3.1. Propuesta de contratación de "Celebrities y/o influencers":

El licitador deberá presentar una propuesta de contratación de **"Celebrities y/o influencers" locales, nacionales e internacionales**, de reconocido prestigio y relacionadas con el sector de la moda y/o estilo de vida, que puedan asociarse como imagen al evento. Se deberá destinar a la contratación de la celebrity y/o influencer principal de la edición 2024 (incluyendo costes de agencia, desplazamientos de avión y alojamiento), como mínimo, 100.000 euros (impuestos excluidos)

Las celebrities e influencers nacionales e internacionales propuestas deberán cumplir los siguientes requisitos mínimos:

1. Haber realizado campañas publicitarias relacionadas con la moda y/o estilo de vida de reconocido prestigio y gran difusión en los dos últimos años de ámbito nacional y/o internacional.
2. Presencia frecuente en los últimos dos años en medios de comunicación de ámbito nacional (televisión, radio, online, entre otros), relacionada con temas de moda y/o estilo de vida.
3. Tener cuentas en redes sociales verificadas, a partir de 150.000 seguidores.
4. Contar con nivel de notoriedad alto en el personality media en los dos últimos años.

Las "Celebrities y/o influencers" locales propuestas deben estar relacionadas con el sector de la moda y/o estilo de vida, contar con una sólida base de seguidores y conectar con la comunidad local en las redes sociales.

El licitador deberá justificar y motivar la elección de cada uno de ellos, indicando en cada caso: las acciones que realizarán, y el contenido contractual que recoge las tareas mínimas que desarrollarán. En relación a las acciones que realizarán en medios de comunicación, se deberá detallar el alcance y el impacto del medio propuesto. Las acciones a desarrollar podrán ser presenciales o no presenciales, realizando estrategias por ejemplo como la difusión del evento por parte de "Celebrities y/o influencers" canarios que promuevan la imagen del archipiélago en el mundo en sus redes sociales, entre otras.

Asimismo, deberá aportar documentación acreditativa de la viabilidad de participación de cada "Celebrities y/o influencers" propuesta, su disponibilidad para las fechas de la celebración de la Pasarela, y detalle del presupuesto estimado.

Únicamente se valorará la propuesta de celebrities e influencers que cumplan con los requisitos señalados en el apartado anterior y de las que quede acreditada suficientemente la viabilidad de la participación y su disponibilidad para las fechas de celebración de la Pasarela.

Se valorará:

- La coherencia y vinculación de la propuesta con los valores, el espíritu y la filosofía del evento.
- La viabilidad de la propuesta, tanto logística como económica.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Página	5/39

- El valor añadido que aportan cada una de las “Celebrities y/o influencers” propuestas al evento.
- El valor añadido de las acciones que van a llevar a cabo (publicaciones de stories, reportajes en medios, posados, entre otras), en relación con el impacto promocional del medio en el que se realizarán.
- El método de trabajo y el cronograma que va a llevar a cabo cada celebrity/influencer.
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

3.2. Propuesta de invitados profesionales al evento:

El licitador deberá presentar una propuesta de invitación de celebridades y profesionales relacionados con el sector de la moda y/o estilo de vida, de ámbito nacional y/o internacional, **de reconocido prestigio** que con su presencia refuercen la imagen del evento. Dicha propuesta deberá justificar y detallar la conveniencia de la presencia en **GCSW** de dichos profesionales, incluyendo las acciones que realizarán vinculadas al evento, tales como entrevistas, difusión en sus redes sociales, posados, entre otros.

El licitador deberá tener en cuenta en su propuesta que la invitación al evento no conllevará contraprestación económica para el invitado. Sin embargo, en dicha propuesta se puede contemplar la posibilidad de asumir los costes correspondientes al transporte, alojamiento y manutención del invitado.

Únicamente se valorará la propuesta si queda acreditada, de forma fehaciente, dicha viabilidad de presencia y su disponibilidad para las fechas de celebración de la Pasarela (por medio de preacuerdo, acuerdo, informe de confirmación de asistencia, entre otros).

Se valorará:

- La coherencia y vinculación de los invitados profesionales con los valores, el espíritu y la filosofía del evento.
- La viabilidad de la propuesta, tanto logística como económica.
- El valor añadido de las acciones que va a llevar a cabo cada uno de los invitados profesionales propuestos.
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

4. PROPUESTA DE PATROCINIOS

El licitador deberá presentar una propuesta de patrocinadores para la edición 2024 del evento, teniendo en cuenta las características del Programa “Gran Canaria Moda Cálida”, los sectores económicos implicados, los valores asociados, y en general, la coherencia entre el proyecto y el posicionamiento de la empresa.

En la propuesta se detallará la idoneidad de cada patrocinador propuesto con **GCSW**, la aportación dineraria o en especies que realizará y las contraprestaciones que solicita, presentando preacuerdos o acuerdos firmados con dichos patrocinadores. La propuesta de patrocinios podrá contemplar la incorporación de anuncios de patrocinadores previos y/o posteriores a cada desfile en la retransmisión del streaming o la emisión de dichos anuncios en la pantalla de la terraza exterior del Palacio de Congresos, entre otros.

El licitador deberá detallar el método de trabajo a seguir para la gestión y ejecución de los acuerdos de patrocinio, detallando la metodología que se empleará para el seguimiento y control de dichos acuerdos alcanzados y justificación posterior a **LA CONSEJERÍA**.

Deberá presentar una estimación de los objetivos económicos que se pretenden alcanzar con cada uno de los acuerdos de patrocinios propuestos, y una estimación general del global de dichos patrocinios.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	6/39

Asimismo, deberá indicar el porcentaje de comisión que propone detraer de cada acuerdo de patrocinio propuesto. En el marco del presente contrato solo se admitirá la posibilidad de aplicación de una comisión sobre las aportaciones dinerarias, conseguidas por patrocinio, pero nunca sobre las aportaciones en especie, siendo el límite de la comisión a aplicar de un máximo de 25% de dicha aportación de forma general. No obstante, para aquellos patrocinios cuya aportación dineraria sea superior a 10.000 euros se podrá aplicar una comisión de hasta como máximo un 30% de la aportación.

Se tendrá en cuenta, en la valoración, únicamente aquellos patrocinios que ya estén confirmados o en fase de negociación, lo que se deberá acreditar mediante documento de compromiso del posible patrocinador indicando su predisposición a patrocinar **GCSW**.

Se valorará:

- La coherencia e idoneidad de cada patrocinador propuesto con el espíritu y filosofía del evento.
- El valor añadido que aporta la marca del patrocinador al vincularse al evento.
- El compromiso del patrocinador para más de una edición, la aportación que propone y la contraprestación que solicita.
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

5. PROPUESTA DE DESFILES

5.1. Propuesta de organización, calendario de trabajo y gestión de los desfiles:

El licitador deberá presentar una propuesta de plan de trabajo de desarrollo de los desfiles, tanto de los que se realicen en el Palacio de Congresos, como los que se hagan en las localizaciones exteriores, detallando el calendario de trabajo y las tareas que comprende, el personal a contratar y las funciones de cada uno (regiduría, dirección de casting, producción, estilismo, dirección de iluminación música, modelos, logística colecciones y relación con diseñadores, entre otros). Para la edición 2024 se prevé que el evento cuente con cuatro días de desfiles.

El licitador deberá presentar un borrador de calendario, indicando días y horas, sin nombrar a marcas o diseñadores (dado que hasta que no estén seleccionados no sabremos quienes van a participar) pero si deberán indicar el tipo o perfiles de marcas (locales, nacionales, internacionales, emergentes, consolidadas, etc.) que deben desfilar los distintos días y horas, en función del resto de la organización del evento.

Deberá presentar un borrador del Acuerdo de Participación y Compromiso que deben firmar las marcas que vayan participar, que incluya, los requisitos, los derechos, obligaciones, la sesión de derechos de imagen y todos aquellos aspectos que consideren necesarios clarificar previamente a la participación de las mismas.

Se valorará:

- La coherencia de las tareas propuestas con los trabajos a realizar por cada uno de los equipos, y su nivel de adecuación con el desarrollo de los desfiles.
- La redacción y correcta adaptación del documento de compromiso de participación a la realidad de las firmas que desfilan y al desarrollo evento. La capacidad de dicho documento de recoger requisitos y obligaciones que eviten cualquier incidencia tanto para la organización como para las firmas participantes.
- El nivel de desarrollo del calendario de trabajo, así como su adecuación con las tareas y equipos propuestos.
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	7/39

5.2. Propuesta de desfiles en el interior del recinto:

El licitador deberá presentar una propuesta detallada de escenografía de la Pasarela, incluyendo zona de desfiles, de gráficos, público, peluquería, maquillaje, vestuario, entre otras, tomando como base los planos del Palacio de Congresos, que se adjuntan en documento Anexo al presente pliego. Dicha propuesta deberá indicar la distribución de los espacios, el diseño de la Pasarela, la relación de estructuras y materiales que emplearán, así como la ubicación de los mismos en los distintos espacios.

Además, deberá incluir una estimación del coste de la ejecución de la propuesta planteada, desglosando por partidas todos los elementos a emplear (elementos de infraestructura de la Pasarela, material de audiovisual, gradas, moqueta, entre otros), tomando en consideración los precios de mercado en Canarias, y que el coste de la escenografía planteada no debe superar los 150.000 euros.

Si bien se le pide al licitador que su propuesta esté valorada económicamente para que sea viable con los presupuestos establecidos, éste deberá tener en cuenta que no le corresponde el abono de la misma, ni su ejecución, ya que la empresa adjudicataria de la producción técnica (Palacio de Congresos) será quien ejecutará y abonará dicha propuesta.

Se valorará:

- La originalidad e innovación de la propuesta de escenografía y del diseño de la Pasarela.
- La viabilidad de la ejecución técnica y económica de la propuesta.
- El nivel de coordinación y de desarrollo conjunto de la propuesta con los responsables del Palacio de Congresos.
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

5.3. Propuesta de desfiles en localizaciones exteriores:

Para la edición 2024, el licitador deberá proponer, como mínimo, la realización de un desfile en alguna localización exterior, distinta del Palacio de Congresos. La elección de dicha localización exterior deberá permitir que ese desfile sea compatible, en tiempo y forma, con la realización de los desfiles en el Palacio de Congresos, así como con las acciones de comunicación que se vayan a ejecutar.

La propuesta deberá incluir todos los elementos necesarios para la realización de dicho desfile o desfiles, especificando la escenografía de la Pasarela, así como de las zonas de gráficos, público, peluquería, maquillaje, vestuario, entre otras. Dicha propuesta deberá indicar la distribución de los espacios, el diseño de la Pasarela, la relación de estructuras y materiales que emplearán, así como la ubicación de los mismos en los distintos espacios.

Además, deberá incluir una estimación del coste de la ejecución de la propuesta planteada, desglosando por partidas todos los elementos a emplear (elementos de infraestructura de la Pasarela, material de audiovisual, gradas, moqueta, entre otros), tomando en consideración los precios de mercado en Canarias. **El licitador ejecutará y abonará todos los gastos de ejecución de los desfiles exteriores.**

Se valorará:

- Que la ubicación propuesta esté centrada en alguna zona emblemática de la isla Gran Canaria.
- La originalidad e innovación de la propuesta de escenografía y del diseño de la Pasarela.
- La viabilidad de la ejecución técnica y económica de la propuesta.
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Página	8/39

5.4. Propuesta de selección de modelos:

El licitador, teniendo en cuenta que **GCSW** cuenta con cuatro días de desfiles y distintas localizaciones, deberá presentar una propuesta de casting diverso que incluya, como mínimo, 30 modelos femeninas y 15 modelos masculinos, de reconocido prestigio, con una razonable experiencia profesional en desfiles, preferentemente, de baño de ámbito nacional y/o internacional. Los modelos propuestos deberán presentar un aspecto saludable y ser un reflejo de la diversidad existente en la sociedad actual.

La propuesta deberá detallar el trabajo que realizará cada uno de los modelos propuestos (número de desfiles, publicaciones en redes sociales, presencia en actos y eventos de la organización, entre otros).

Asimismo, la propuesta deberá detallar la idoneidad de los modelos que incluye con **GCSW**, la viabilidad de la presencia y su disponibilidad para las fechas de la celebración del evento, presentando preacuerdos o acuerdos firmados para acreditarlo de forma fehaciente. Se deberá destinar a la selección de modelos (incluyendo costes de agencia, desplazamientos de avión y alojamiento), como mínimo, 300.000 euros.

Se valorará:

- La coherencia de los modelos propuestos con el espíritu y con la filosofía del evento, y con la diversidad social actual.
- Presencia de un número importante de modelos que suponga un claro reclamo para los medios de comunicación, por su reconocido prestigio, su presencia en las principales Pasarelas internacionales de moda, la realización de campañas relevantes de publicidad en los últimos 3 años, así como por su alta presencia en rrss.
- La inclusión en la propuesta de modelos canarios/as que cumplan los requisitos reseñados anteriormente.
- La coherencia de la propuesta de trabajo que realizarán los modelos con el desarrollo del evento.
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

5.5. Propuesta de marcas de moda baño:

5.5.1. Propuesta de metodología y comité de selección de las marcas que se presenten a la convocatoria pública de participación en **GCSW**:

La selección de las firmas se realizará mediante convocatoria pública que garantice la libre concurrencia de las marcas que opten a participar en el evento. La licitadora deberá recoger en su propuesta criterios de valoración y/o requisitos a introducir en la convocatoria, metodología o procedimiento a seguir en la selección, que incluya detalle de mecanismos o acciones concretas a realizar, compromisos a asumir por las marcas finalmente seleccionadas, entre otros.

La propuesta deberá diferenciar entre un proceso de selección para marcas consolidadas y otro para las marcas emergentes, debiendo definir los requisitos a cumplir en ambos procesos.

La propuesta incluirá un comité de selección que valorará las solicitudes y colecciones presentadas, detallando su composición, especificando los perfiles de cada miembro propuesto, y normas de funcionamiento de dicho comité.

Se valorará:

- La coherencia de los requisitos y criterios de valoración, la metodología y procedimiento a seguir en la selección de las firmas a participar.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Página	9/39

- El grado de adaptación de los procesos de selección a las marcas consolidadas y marcas emergentes.
- El grado de vinculación de los perfiles que incluye la propuesta del comité de selección con el sector moda, y su viabilidad de participación, así como el valor añadido que aportan al evento.
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

5.5.2. Propuesta de marcas a invitar:

La licitadora deberá presentar una propuesta de relación de firmas de moda baño a invitar al evento, de ámbito nacional e internacional (mujer y hombre), consolidadas o emergentes, cuya presencia en **GCSW**, suponga un valor añadido para el evento por su implantación en el mercado o por su notoriedad mediática.

En dicha propuesta deberá detallar los motivos de la selección de dichas marcas, especificando los motivos por los que se considera apropiada para desfilar en **GCSW**, además, en relación con cada marca: posicionamiento en el mercado, precio medio de venta, países en los que se comercializa, Pasarelas en las que desfila, entre otros. Debiendo acreditar la viabilidad de la participación de las marcas que proponga, mediante escrito de la persona responsable de la marca, manifestando interés en participar en el evento.

Asimismo, la propuesta incluirá un modelo de carta de invitación de firmas a participar, con la imagen del evento, en la que se deje constancia de que el Cabildo de Gran Canaria es quien invita a participar y quien organiza el evento, y donde se especifiquen las condiciones de participación (derechos y obligaciones).

Únicamente se valorarán las marcas propuestas por la licitadora en las que quede acreditada la viabilidad de participación.

Se valorará:

- El procedimiento y la justificación de la selección realizada y la idoneidad de las marcas propuestas, para lograr el objetivo señalado anteriormente. Para lo que se tendrán en cuenta los aspectos señalados anteriormente: valor añadido de la marca para el evento, posicionamiento de la marca en el mercado, precio medio de venta, países en los que se comercializa, Pasarelas en las que desfila, entre otros.
- La coherencia y valor añadido de la estrategia conjunta de las marcas propuesta (que todas las marcas cumplan con valores como sostenibilidad, comercio justo, acceso a determinados mercados internacionales, capacidad para atraer a determinada prensa de moda, u otros similares).
- El grado de vinculación del modelo de carta de invitación con la imagen y filosofía del evento.
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

6. PROPUESTA DE PLAN DE TRABAJO PARA LA EJECUCION DEL CONTRATO

La licitadora deberá especificar en su propuesta, como mínimo, el equipo de trabajo que propone poner al servicio del contrato, los objetivos propuestos para el evento, la metodología de trabajo propuesta para organizar y ejecutar el evento, el proceso de toma de decisiones, el cronograma, así como los indicadores de gestión y métodos de evaluación y cumplimiento de los objetivos:

6.1. Propuesta de equipo de trabajo:

6.1.1. Propuesta de organigrama:

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Página	10/39

Se deberá presentar el organigrama de trabajo y desglose del personal al servicio del evento, indicando número, posición en el organigrama y funciones a desarrollar en el evento.

En dicho organigrama deberán figurar como mínimo los siguientes puestos, que deberán formar parte de la plantilla de la empresa adjudicataria, siendo no acumulables, por lo que ningún profesional podrá ostentar más de uno de los siguientes cargos:

- Responsable del Contrato (quien ejercerá como interlocutor con el Cabildo).
- Dirección de marketing.
- Dirección de comunicación.
- Dirección de patrocinio.
- Dirección de desfiles.

Asimismo, deberá especificarse los equipos de trabajo adscritos y dependientes de cada uno de dicho puestos (indicando número de personas, cualificación profesional y funciones).

A su vez, se indicará la vinculación del resto del personal contemplado en el organigrama con la licitadora, especificando si forman parte de la plantilla o si serán subcontratados para el evento. En caso del personal que no forma parte de la plantilla de la licitadora, se indicará el profesional/profesionales o empresa/s que subcontratarían, especificando dentro de las empresas subcontratadas las personas o profesionales que desempeñaría cada tarea.

Se valorará:

- La coherencia y la adecuada vinculación del organigrama propuesto con el correcto desarrollo del evento.

- La claridad, grado de detalle y desarrollo del organigrama.

6.1.2. Descripción del equipo de trabajo propuesto: especialización y experiencia:

Dadas las características del evento a organizar, se requiere que el equipo de trabajo que la licitadora adscriba a cada una de las fases de trabajo, esté especializado y cuente con experiencia en la realización tareas similares en el sector de la moda, concretamente en Ferias y Pasarelas de Moda de ámbito nacional y/o internacional similares a **GCSW**. **Debiendo la licitadora aportar curriculum vitae de los profesionales cualificados o empresas especializadas (en caso de subcontratación), que adscriban a la ejecución del Proyecto, EXCEPTO los de los profesionales que ocupen los puestos de Responsable del Contrato, Dirección de marketing, Dirección de comunicación, Dirección de patrocinios, Dirección de desfiles, dado que al ser objeto de valoración en los criterios automáticos (que se deben incluir en el sobre 3), si se detalla su experiencia en los criterios sujetos a juicio de valor (que se deben incluir en el sobre 2), eso originaría la exclusión automática de la licitadora de la presente licitación.**

El curriculum del resto del personal será sintético, claro y conciso, y contendrá como mínimo:

- Titulación del profesional.
- Ferias y/o Pasarelas de moda de ámbito nacional y/o internacional en las que ha trabajado en los últimos 3 años. Debiendo indicar la relevancia de la Feria o Pasarela de moda, medida en términos de relevancia internacional de expositores o marcas que desfilan, nº de visitantes o de asistentes, impactos en medios especializados de comunicación nacionales e internacionales, nº de compradores asistentes y países de procedencia, nº de ediciones celebradas.
- Tareas desempeñadas y cargo ocupado en las Ferias o Pasarelas, aportando certificados de las empresas de prestación de servicios.

El curriculum de las posibles empresas a subcontratar será sintético, claro y conciso, y contendrá como mínimo:

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Página	11/39

- Titulación de los responsables de la empresa que se adscriban a la ejecución del evento.
- Ferias y/o Pasarelas de moda de ámbito nacional y/o internacional en las que ha trabajado en los últimos 3 años. Debiendo indicar la relevancia de la Feria o Pasarela de moda, medida en términos de relevancia internacional de expositores o marcas que desfilan, nº de visitantes o de asistentes, impactos en medios especializados de comunicación nacionales e internacionales, nº de compradores asistentes y países de procedencia, nº de ediciones celebradas.
- Trabajos realizados en las Ferias o Pasarelas.

Se valorará:

- La especialización y experiencia acreditada en Ferias y Pasarelas de Moda de ámbito nacional y/o internacional de los profesionales, sólo en la realización de tareas similares a las que se incluyen en el organigrama.
- La especialización y experiencia acreditada en Ferias y Pasarelas de Moda de ámbito nacional y/o internacional de las posibles empresas a subcontratar, sólo en la realización de tareas similares a las necesarias para el correcto desarrollo del evento.
- El número de profesionales y/o empresas que adscriben a la ejecución del contrato.
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

6.2. Propuesta de plan de trabajo, metodología y cronograma:

Se deberá presentar una propuesta de plan de trabajo, por el que se guiará toda la elaboración, desarrollo, organización y realización del evento: detallando los objetivos propuestos para el evento, el método de trabajo y la organización que va a llevar a cabo para la coordinación de todos los aspectos incluidos en **GCSW**.

La licitadora deberá presentar un documento explicativo y detallado de la metodología para el desarrollo de los trabajos, los procedimientos aplicados y la adecuación de medios a las tareas previstas, detallando los tiempos, hitos, personal destinado al desarrollo de labores, medios precisos, proceso de toma de decisiones, controles y tareas a desarrollar. Asimismo, deberá detallar la metodología a emplear en la coordinación con **LA CONSEJERÍA**, teniendo en cuenta lo establecido para la Comisión de Seguimiento.

Asimismo, deberá presentar un cronograma detallado de todas las fases de trabajo, que sirva como guía para todos los equipos implicados en la organización y ofrezca una visión clara de fechas clave y responsabilidades asignadas, asegurando así que todas las tareas y actividades estén coordinadas y se realicen en el momento adecuado, lo que garantiza un correcto desarrollo del evento.

Se valorará:

- La coherencia y adecuación del plan de trabajo, metodología a emplear y cronograma con el correcto desarrollo del evento.
- El grado de vinculación entre los procedimientos aplicados y la adecuación de medios a las tareas previstas.
- La viabilidad del cronograma y su nivel de implantación en todas las fases de trabajo.
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

6.3. Propuesta de métodos de evaluación de los objetivos:

El licitador deberá presentar una propuesta de evaluación del evento, en aras de valorar el grado de cumplimiento de los objetivos planteados, y de los diferentes indicadores de gestión que se propongan, debiendo definir el sistema de recopilación de datos a emplear, así como el modelo de encuestas a realizar al público asistente, marcas participantes e invitadas, patrocinadores, medios de comunicación asistentes, y posibles empresas subcontratadas.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Página	12/39

En base a los métodos de evaluación propuestos, se incluirá un modelo de Memoria Final que contemple, como mínimo, los siguientes aspectos: grado de ejecución de las tareas realizadas (por parte de los profesionales y/o de las posibles empresas subcontratadas para la ejecución de dichas tareas, y por parte del contratista principal), nivel de cumplimiento de los objetivos marcados para el correcto desarrollo del evento, y otros aspectos similares.

Asimismo, dicho modelo de Memoria Final deberá incluir un apartado específico para la medición del nivel de ejecución presupuestaria, incluido el cumplimiento de los acuerdos de patrocinio.

Se valorará:

- La coherencia y adaptabilidad del método de evaluación propuesto con el evento.
- El grado en el que el método de evaluación planteado y el modelo de memoria propuesto permitan extraer conclusiones evaluativas para el cierre de la edición, y para la preparación de las futuras ediciones.
- El grado de detalle del método propuesto para la medición del nivel de ejecución presupuestaria.
- La coherencia y vinculación de las encuestas propuestas con los objetivos y la estrategia planteada, así como con la filosofía del evento.
- La claridad, grado de detalle y desarrollo de la propuesta.

CLÁUSULA 3.- DESCRIPCIÓN DE LAS TAREAS A DESARROLLAR POR EL CONTRATISTA.

Las tareas que, como mínimo debe comprender el servicio objeto de la presente licitación, y que, por tanto, debe llevar a cabo la empresa que opte a prestarlo, agrupadas en función del contenido del proyecto, son las relacionadas a continuación con carácter enunciativo, pero no limitativo:

1. IMAGEN DE "GRAN CANARIA SWIM WEEK 2024"

- Una vez que **LA CONSEJERÍA** apruebe la imagen definitiva del evento para la edición, que cumplirá todo lo especificado en la cláusula 2, apartado primero, del presente pliego, la adjudicataria deberá diseñar todas y cada una de las creatividades necesarias para el correcto desarrollo del evento.

- Elaborar y producir todos los elementos y materiales que se necesiten con la imagen de **GCSW**, lo que incluirá las adaptaciones a distintas creatividades que se necesitan, entre las que se encuentran como mínimo las siguientes:

  - Invitaciones y entradas digitales para cada desfile.
  - Acreditaciones equipos de trabajo.
  - Cartelería y displays decorativos para espacios donde se celebren ruedas de prensa u otras actividades.
  - Carteles identificativos para los diferentes espacios (sala de prensa, backstage, salas de compradores, oficina técnica, o similares) y frisos para puertas de acceso a la sala de desfiles, tanto para el Palacio de Congresos como para las localizaciones exteriores.
  - Vinilos decorativos para fachada para las ubicaciones, tanto del recinto como de la zona exterior, de la Pasarela.
  - Banderolas promocionales para situar en el espacio exterior del Palacio de Congresos.
  - Plantillas word para comunicados de prensa.
  - Anuncios de prensa offline y banners online.
  - Aplicaciones Boca de pasarela.
  - Photocall o carteles con logos del evento y de patrocinadores.
  - Totem o cartelería con calendario de desfiles, y/u otros soportes digitales para el mismo fin o similar, tanto para hall del Palacio de Congresos como para las localizaciones exteriores.
  - Soportes informativos de wifi y hashtag del evento (carteles, pegatinas, u otros similares).

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Página	13/39

- Banners para web y rrss.
- Visuales para streaming, tanto generales como personalizadas por desfile.
- Diseño notas para la web (informativas, de contenidos diarios, de cierre, entre otras).
- Soportes para las acciones de comunicación y eventos en zonas exteriores.
- Otros similares.

• Una vez aprobado por **LA CONSEJERÍA** el diseño del set para televisión o televisiones media partner y el espacio corporativo del Cabildo de Gran Canaria, la adjudicataria deberá llevar a cabo la producción de los materiales promocionales y de imagen, arrendamiento o compra de mobiliario y elementos decorativos, y otros elementos que puedan ser necesarios.

• Una vez aprobada por **LA CONSEJERÍA** el diseño de los elementos visuales y de señalización a instalar en el entorno exterior del Palacio de Congresos, la adjudicataria deberá producirlos e instalarlos en dicha ubicación.

• Supervisar la correcta instalación y montaje de todos los elementos, infraestructuras, mobiliario y material promocional y/o decorativo que se instale en todos los espacios, tanto en el Palacio de Congresos como en la zona exterior del mismo.

• Velar por el cumplimiento de la sostenibilidad del evento mediante la elaboración y producción de elementos y materiales que cumplan con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), marcados por la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

2. COMUNICACIÓN DEL EVENTO

2.1. Aspectos generales de la comunicación:

• En toda la estrategia de comunicación deberá quedar claro en todo momento que el Cabildo de Gran Canaria es el organizador del evento.

• Que el nombre del evento es “Gran Canaria Swim Week”, y siempre debe estar visible en todo el material escrito y videos y fotos que se realicen.

• Que los logos del evento y del Cabildo siempre deben estar situados en un lugar destacado sobre el resto de logos de patrocinadores y partners, y que no pueden aparecer logos de la empresa adjudicataria y/o posibles empresas subcontratadas.

• El adjudicatario se compromete a dirigir todas las publicaciones, promociones y contenido generado en relación con el evento exclusivamente a las cuentas oficiales de redes sociales y sitios web del Cabildo. La empresa adjudicataria no promoverá ni dirigirá el tráfico a sus propias redes sociales o sitios web, a menos que sea expresamente autorizado por el Cabildo para fines específicos y acordados por ambas partes.

Además, la adjudicataria deberá realizar, en base a la estrategia de comunicación, como mínimo, las siguientes tareas señaladas a continuación:

2.1.1. Materiales de comunicación escritos:

• El licitador debe incluir y asegurar que en todos los materiales de comunicación, figuren correctamente:

- El nombre del evento, “Gran Canaria Swim Week”.
- Que el organizador es el Cabildo de Gran Canaria, concretamente la Consejería de Gobierno de Desarrollo Económico, Industria, Comercio y Artesanía del Cabildo de Gran Canaria.
- **GCSW** como única Pasarela de moda baño de Europa, que se celebra en la isla de Gran Canaria.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Página	14/39

- La página web del evento: https://www.grancanariaswimweek.com
- Los hashtags del evento.
- Que toda la información está en inglés y en español.
- Imágenes de alta calidad, en su caso.

• El adjudicatario deberá elaborar el Dossier General del Evento, tanto en inglés como en español, de manera que sirva de carta de presentación a todos los perfiles participantes en el evento. Una vez **LA CONSEJERÍA** dé el visto bueno a dicho Dossier definitivo, la adjudicataria deberá imprimir un número de copias, encuadernadas y de alta calidad, equivalente al número de invitados y profesionales de prensa previstos a acudir presencialmente. Además, deberá adaptar dicho Dossier en un formato compatible para su publicación en las páginas webs indicadas.

• Elaborar y redactar notas de prensa, mensajes clave y comunicados, previo y durante el evento, con lenguaje apropiado, así como reseñas y publicaciones en los principales blogs de moda la información referente al evento.

• Elaborar un Dossier de Prensa diseñado específicamente para captar la atención de periodistas y profesionales de los medios, y que les proporcione:

- Detalles sobre el Evento: Información detallada sobre la edición actual del evento, destacando las novedades, temáticas y enfoques específicos.
- Colecciones presentadas: Descripciones de las colecciones que se presentarán en el evento, destacando tendencias, inspiraciones y diseñadores destacados.
- Firmas que desfilan: Lista detallada de las marcas y diseñadores que participarán en los desfiles.
- Otra información relevante para prensa: Detalles sobre eventos paralelos, ruedas de prensa, oportunidades de entrevistas y cualquier otra información que sea relevante para los medios de comunicación.

• Enviar dichos materiales de comunicación a todos los medios de comunicación (online y offline) indicados en su propuesta, una vez aprobados por **LA CONSEJERÍA**, en formato digital o en papel, si es preciso, realizando todas las labores necesarias para asegurar su publicación en cada uno de los medios.

• En un plazo máximo de 3 días desde la finalización del evento, el contratista deberá elaborar un Dossier de Cierre con toda la información del evento (firmas y modelos participantes, patrocinios y presentaciones y acciones realizadas, etc.) que se enviará a los medios de comunicación.

2.1.2. Materiales audiovisuales:

• Producir y elaborar todos los materiales de comunicación necesarios para el desarrollo de los Planes de medios internacional, nacional y regional aprobados por **LA CONSEJERÍA** (spot de televisión, cuña de radio, anuncio para prensa escrita y banners para redes y prensa online, entre otros).

• Elaborar todos los contenidos audiovisuales del evento, que incluirán, como mínimo:

- **Vídeo:** el adjudicatario llevará a cabo las siguientes tareas:
  - Llevar a cabo la grabación integral de todos los desfiles, ruedas de prensa, actos de presentación y del resto de acciones de comunicación que se realicen en el marco del evento.
  - Además, deberá realizar y editar como mínimo, los siguientes vídeos, en inglés y en español:

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	15/39

- **Vídeos generales del Evento:** Vídeos que brinden una visión general del evento, destacando la ubicación, la decoración, y la atmósfera general.
- **Cobertura de todos los Desfiles de Moda:** Vídeos detallados de cada desfile, destacando los momentos más impactantes y las tendencias presentadas.
- **Resumen Diario:** donde se haga un resumen las actividades y momentos destacados de cada día.
- Entrevista a diseñadores, modelos, patrocinadores, celebridades, invitados, etc.
- **Aspectos Destacados de Stands y Expositores:** Vídeos que muestren los stands de expositores destacados, resaltando productos o servicios relevantes para el evento.
- **Recapitulación Final del Evento:** Un video que sintetice los aspectos más destacados del evento en su conjunto, destacando logros, participación y momentos inolvidables, patrocinadores, celebridades, etc.
- **Promocionales para Futuras Ediciones:** Breves vídeos promocionales que puedan utilizarse para la promoción de futuras ediciones del evento.

- El contratista deberá ajustar el tiempo y optimizar los vídeos al propósito o plataforma o red social en la que se compartirán.
- Entregar todo el material audiovisual reseñado anteriormente a **LA CONSEJERÍA**, para su aprobación.
- El contratista facilitará a través de alguna plataforma online, con control de acceso, los vídeos realizados a diseñadores participantes, medios de comunicación, etc.

o **Contenido para streaming:** el adjudicatario deberá llevar a cabo las siguientes tareas:

- Crear el contenido para el streaming del evento, así como realizar la retransmisión del mismo, de manera que los desfiles se puedan visualizar en directo en la página web del evento, así como en otras plataformas que se propongan. La adjudicataria deberá asumir los costes de grabación, de la transmisión de la señal, así como del personal necesario para llevar a cabo la retransmisión del mismo. No obstante, en el caso de que algún patrocinio o media partner realice la grabación del evento y dicha señal pueda ser usada para el streaming, el adjudicatario podrá destinar el ahorro a alguna otra partida, previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**.
- Ejecutar su propuesta de dinamización del streaming, designando a una persona responsable encargada de informar de posibles errores en la retransmisión del streaming (retrasos, fallos de conexión, entre otros).
- Coordinarse con la empresa adjudicataria encargada de la página web del evento.

o **Fotografía:** el adjudicatario deberá ejecutar las siguientes tareas:

- Realizar las fotografías del evento, que se distinguirán de la siguiente manera:
    - <u>Fotografías de Pasarela:</u> realización de fotografías nítidas y de calidad de cada desfile, debiéndose realizar fotografías de cada look de cada diseñador participante. Para lo que deberá contar con un profesional o profesionales de reconocida experiencia en el sector de la moda, con experiencia en las principales Pasarelas de Moda internacionales.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Página	16/39

- Fotografías sociales del evento: realización de fotografías del backstage de cada desfile, de la peluquería y el maquillaje de las modelos, de la presencia de los patrocinadores, del montaje y de los espacios del evento en general, fotos de ambiente de público asistente, así como de las ruedas de prensa y de los eventos comunicativos. Para lo que deberá contar con profesional o profesionales de fotografía social, con reconocida experiencia en eventos de moda.

- Publicar, cada día, el material fotográfico en una plataforma online con clave de acceso para diseñadores participantes, prensa y organización, así como, una vez finalizado el evento, entregar una memoria externa con todo el material, organizado por desfiles, en alta y en baja resolución a **LA CONSEJERÍA**.

2.1.3. Generación y actualización de contenidos para la página web del evento:

- Mantenimiento y Actualización Continua de la Página Web: La empresa licitadora se comprometerá a mantener de manera constante la información en la página web oficial, asegurando la actualización regular de todos los elementos visuales y de contenido. Este proceso se llevará a cabo de manera coordinada con la empresa adjudicataria encargada de la gestión de la página web del evento, garantizando así que la información refleje de manera precisa los detalles más recientes del evento y esté alineada con la imagen y los objetivos establecidos.

- Entrega Oportuna de Información para Actualización Web: Con el propósito de mantener la web del evento actualizada, la empresa licitadora deberá proporcionar toda la información correspondiente a la edición 2024 de manera completa y actualizada. Este conjunto de datos deberá entregarse a la empresa adjudicataria de la página web del evento con la debida antelación, fijándose como plazo máximo el 1 de septiembre de 2024. De esta manera, se asegurará una integración fluida y oportuna de la información en la plataforma web.

- Generación de Contenidos Multilingües: La empresa licitadora se encargará de generar y entregar los contenidos e información necesarios para la página web del evento en ambos idiomas, inglés y español. Esta información deberá entregarse en los formatos especificados por LA CONSEJERÍA y ajustarse a la estructura predefinida de la web. La entrega deberá realizarse con la antelación suficiente para permitir su publicación antes, durante y después del evento. Asimismo, se comprometerá a mantener actualizada la información, incorporando novedades o cambios de manera inmediata.

- Entrega de Contenido para Publicación Inmediata: La empresa licitadora será responsable de entregar tanto el contenido generado como los materiales de comunicación necesarios a la empresa adjudicataria encargada de la página web. Esta entrega se realizará de manera inmediata para su publicación, abarcando fotografías y vídeos de los desfiles, así como información detallada sobre los diferentes aspectos del evento. LA CONSEJERÍA establecerá un procedimiento para la supervisión, validación y aprobación de contenidos a ser publicados.

- Nota de Cierre Post-Evento: Como cierre del evento, la empresa licitadora elaborará y entregará, el día siguiente a la finalización del mismo, una nota de cierre contenga los datos relevantes, tales como el número de participantes, asistentes, patrocinadores, desfiles, entre otros. Esta información permitirá su publicación inmediata en la página web, brindando a los usuarios un resumen completo de los logros alcanzados durante el evento.

2.1.4. Gestión y difusión de las redes sociales del evento:

- El adjudicatario deberá dirigir todas las publicaciones, promociones y contenido generado en redes exclusivamente a las cuentas oficiales de redes sociales y sitios web del Cabildo.

- Designar a una persona responsable de la gestión de las redes sociales, que ejercerá como interlocutor con **LA CONSEJERÍA**.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	17/39

- Generar los contenidos del evento adaptados a las redes sociales del evento (Instagram, Facebook, X, Tik-Tok y Youtube), siempre con el previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**.

- Llevar a cabo la planificación anual de los contenidos, indicando la temática empleada (como por ejemplo por temporada de las colecciones, entre otras).

- Gestionar y supervisar la difusión de dichos contenidos en las redes sociales del evento: desde la semana anterior a la rueda de prensa de presentación del evento hasta la finalización del contrato.

- Publicar y difundir en las redes sociales del evento, el número determinado por la Comisión de Seguimiento de fotografías diarias editadas y en el formato adecuado para su publicación en las distintas redes sociales del evento.

- Producir, publicar y difundir en todas las redes sociales del evento, el día siguiente a la finalización del evento, una nota e imagen de cierre con los datos relevantes del mismo (número de participantes, número de asistentes, número de patrocinadores, número de desfiles, entre otros).

2.1.5. Presencia del equipo de prensa en el evento:

- El personal del equipo de prensa cubrirá todos los eventos y sesiones programados en la agenda de **GCSW** para el correcto desarrollo de los materiales de comunicación reseñados en el presente pliego.

- Dicho equipo de prensa también asistirá a todos los actos, encuentros y eventos programados en el marco de **GCSW**, con la finalidad entre otras cuestiones la siguientes:

  - Proporcionar cobertura en vivo en las redes sociales, compartiendo imágenes y vídeos de momentos destacados, desfiles y entrevistas.
  - Coordinar, facilitar y supervisar a la prensa invitada asegurándose de que se están llevando a cabo las entrevistas, sesiones de fotos, reportajes y encuentros programados con diseñadores, celebridades, autoridades, etc.
  - Distribuir materiales de prensa, acreditaciones de prensa, etc.
  - Coordinar y colaborar con fotógrafos y videógrafos externos para asegurar una cobertura completa del evento.
  - Monitorizar las redes sociales para detectar comentarios, preguntas o menciones relacionadas con el evento.
  - Recopilar testimonios y reacciones en persona de los participantes, diseñadores y asistentes para su inclusión en la cobertura mediática.

2.2. Programación temporal de la comunicación:

La comunicación del evento contará con la siguiente programación temporal, cuyas tareas a llevar a cabo por la adjudicataria son, como mínimo, las relacionadas a continuación:

2.2.1. Comunicación previa al evento: desde la formalización del contrato hasta la fecha de inicio del evento. La empresa deberá realizar las siguientes tareas:

- Enviar y entregar el Dossier General del evento a todos los perfiles participantes en el mismo contemplados en su propuesta (prensa, autoridades, patrocinadores, invitados profesionales, diseñadores, entre otros).
- Enviar las notas de prensa y comunicados previos al evento, así como reseñas y publicaciones a los principales blogs de moda la información referente al evento.
- Enviar el dossier de prensa a todos los medios online y offline indicados en su propuesta y, en su caso, a aquellos que se le indiquen desde **LA CONSEJERÍA**.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Página	18/39

- Una vez remido el dossier de prensa a los medios, deberá entregar un informe a **LA CONSEJERÍA** donde se detalle el periodista, estilista o persona de cada medio a la que se le ha remitido la información, la fecha en la que se ha remitido, así como todos los detalles relevantes de dichos envíos, distinguiendo por sectores (generalistas, especializados en moda, otros de interés) y ámbito (regional, nacional e internacional).

- A su vez, un mes antes de la fecha de inicio del evento, la adjudicataria deberá entregar un informe a **LA CONSEJERÍA** con el listado definitivo de los medios que acudirán a cubrir el evento, y el reportaje o cobertura mediática que va a realizar cada uno.

- El contratista se encargará de la gestión de invitaciones personalizadas, así como de la elaboración de agendas de trabajo específicas para periodistas, profesionales invitados, influencers y celebridades incluidos en su propuesta, con el propósito de facilitar la cobertura presencial del evento. Además, se encargará de coordinar los detalles logísticos relacionados con los viajes de los periodistas y profesionales, asegurándose en todo momento de que la invitación refleje claramente que el evento es organizado por el Cabildo de Gran Canaria.

- El contratista llevará a cabo la planificación y organización de una agenda completa que incluirá encuentros, entrevistas individuales y/o colectivas entre los representantes de **LA CONSEJERÍA** y los invitados profesionales y firmas que acuden al evento. El propósito de esta tarea es garantizar una atención oportuna y programada para los invitados. Además, el contratista se encargará de proporcionar a **LA CONSEJERÍA** toda la información necesaria para lograr una coordinación efectiva en el desarrollo de estos encuentros.

- El contratista deberá elaborar la agenda de comunicación para los diseñadores participantes, que abarcará el plan detallado de todas las actividades de comunicación programadas diariamente, como entrevistas personales, sesiones de fotografía, entre otras. Esta agenda se desarrollará en colaboración con los diseñadores participantes y los profesionales de prensa, garantizando una comunicación informada y organizada entre todas las partes en todo momento. Además, será crucial advertir a todas las partes sobre la obligatoriedad de mantener disponibilidad de horarios para participar en las entrevistas y acudir a las actividades programadas.

- Facilitar a **LA CONSEJERÍA**, un informe de las notas de prensa remitidas, que incluya el resultado que ha supuesto su elaboración y envío.

- Se deberá llevar a cabo los actos, encuentros y eventos propuestos recogidos en el punto 2.3 de la cláusula II del presente pliego, y en caso de haber incluido acciones de comunicación complementarias en su propuesta, la adjudicataria deberá ejecutar dichas acciones de comunicación propuestas, todo ello, una vez aprobado por **LA CONSEJERÍA**.

- Asistir a las reuniones de coordinación previas al evento que sean convocadas desde **LA CONSEJERÍA.**

- El contratista deberá definir y establecer el proceso mediante el cual compartirá la documentación gráfica y audiovisual del evento con los medios y profesionales para su posterior publicación. Esto incluirá la creación de un sistema eficiente de distribución de material visual, garantizando que los medios y profesionales tengan acceso oportuno y organizado a fotografías, vídeos y cualquier contenido multimedia relevante. La finalidad es facilitar la difusión del evento de manera efectiva y coordinada. Facilitando un sistema en línea para que los medios puedan descargar fácilmente imágenes y vídeos de alta resolución.

2.2.2. Comunicación durante el evento: este período abarcaría los días de celebración del evento, previsto del 2 al 5 de octubre de 2024. En este apartado se contemplarán las acciones para difundir las actividades que se realicen durante el evento con el fin de lograr el objetivo de la notoriedad y posicionamiento del evento. La empresa deberá realizar las siguientes tareas:

- Organizar las ruedas de prensa acordadas con **LA CONSEJERÍA** para los días del evento, gestionando la logística y la decoración correspondiente.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	19/39

- Asistir y acompañar a todos los medios de comunicación presentes durante el evento, brindando apoyo desde su llegada hasta la salida de la isla. Esto incluirá la entrega de acreditaciones, la coordinación de la prensa escrita, la supervisión de la tarima de gráficos, el control de accesos al evento, la entrega de material audiovisual, la entrega de dossier de prensa y la coordinación de la sala de prensa.

- Una vez aprobada la propuesta de medios por **LA CONSEJERÍA**, la adjudicataria deberá llevar a cabo trabajos de coordinación para la realización de las acciones de comunicación acordadas con los medios (publicaciones, reportajes, entrevistas, etc.).

- Difundir las notas de prensa diarias en medios de comunicación online y offline, así como en las redes sociales del evento, que permitan potenciar la difusión del mismo durante su celebración.

- Enviar periódicamente a los medios de comunicación, en función de las noticias o acciones que se vayan generando, materiales audiovisuales, fotográficos e informativos de todo lo que va sucediendo en el marco del evento. Asimismo, deberá remitir dicho material e información a **LA CONSEJERÍA** para llevar a cabo su supervisión.

- Gestionar la agenda de comunicación de todos los diseñadores participantes, coordinando encuentros y presentaciones personalizadas con los medios de comunicación que han acudido a cubrir el evento presencialmente, incluyendo la presentación personalizada de cada diseñador de una muestra de su colección en el backstage a todos y cada uno de los medios asistentes, entre otros. Garantizándose asimismo que en los encuentros con medios siempre haya un responsable de **LA CONSEJERÍA**.

- Impulsar el mayor número posible de entrevistas y reportajes, para lograr la máxima difusión sobre el evento y sobre las firmas participantes, contando tanto con los responsables del Programa "Gran Canaria Moda Cálida" (designando **LA CONSEJERÍA** los portavoces que estime oportunos) como con los diseñadores participantes en el evento.

- Coordinar y gestionar la agenda de encuentros de los medios de comunicación que han acudido a cubrir el evento presencialmente con las firmas participantes, patrocinadores y colaboradores, durante el evento, de forma que se eviten coincidencias en las convocatorias que interfieran en los intereses y objetivos de la organización. Debiendo estar coordinado en todo momento con **LA CONSEJERÍA**. Garantizándose asimismo que en los encuentros con medios siempre haya un responsable de **LA CONSEJERÍA**.

- Convocar a los medios al photocall oficial para posados de celebrities e influencers, diseñadores, modelos, instituciones, e invitados relevantes: Gestión de 1to1s, canutazos y corrillos de prensa en photocall.

- Garantizar que los medios acreditados tengan acceso con inmediatez a las imágenes y vídeos que se generen durante el evento, por lo que el adjudicatario deberá coordinarse con los fotógrafos y videógrafos del evento para asegurar que se capturen los momentos clave y se proporcionen rápidamente a los medios.

- El adjudicatario deberá hacer entrega del material audiovisual generado a cada firma participante, a los patrocinadores y a **LA CONSEJERÍA**. En dicho material se incluirá un vídeo final resumen del evento, que destaque los momentos más significativos y la esencia del evento en su totalidad.

- Llevar a cabo el seguimiento de medios online y offline: a nivel regional, nacional e internacional.

- Asistir a las reuniones de coordinación convocadas desde **LA CONSEJERÍA**.

2.3. <u>Plan de medios internacional, nacional y regional:</u>

La adjudicataria deberá elaborar el plan de medios que abarque los ámbitos internacional, nacional y regional, con una cuantía mínima de 130.000 euros (impuestos incluidos), destinados

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	20/39

exclusivamente al abono de inserciones publicitarias, sin incluir posibles comisiones de agencia de compra de medios.

La selección de los medios en los cuales se llevarán a cabo las inserciones publicitarias deberá ser debidamente justificada. Este plan debe contar con el visto bueno y la aprobación de **LA CONSEJERÍA**, que podrá realizar las modificaciones que considere oportunas. La ejecución y gestión de este plan estarán a cargo de la empresa adjudicataria, que asumirá y abonará todos los costes asociados a su implementación.

En detalle, las tareas a realizar incluyen, entre otras, las siguientes:

- Ejecutar el plan de medios internacional, nacional y regional, una vez aprobado por **LA CONSEJERÍA.**
- Elaborar, aportar y abonar cualquier material necesario para el desarrollo del Plan (spot de televisión, cuña de radio, anuncio para prensa escrita, banners para redes y prensa online, entre otros), los cuales deberán ser aprobados previamente por **LA CONSEJERÍA**.
- Una vez ejecutado el plan de medios, la empresa deberá incluir en su Memoria Final que entregará a **LA CONSEJERÍA**, la siguiente documentación como justificación de su ejecución:
    - Copia de documentación que acredite la realización de todos los pagos a cada medio contratado.
    - En el caso de radios: certificados de las empresas emisoras de radio indicando nº de cuñas emitidos, duración de la misma y período de emisión.
    - En el caso de televisiones: certificados de las empresas emisoras de televisión indicando nº de spots emitidos, duración de los mismos y período de emisión.
    - En el caso de prensa escrita: certificados de las empresas indicando nº anuncios publicados, dimensiones y fecha de publicación, así como fotocopia de los anuncios.
    - En el caso de prensa online y redes: certificados de las empresas indicando nº banners publicados, dimensiones y fechas de duración de la publicación, así como pantallazo de la publicación.

2.4. <u>Actos, encuentros y eventos de comunicación:</u>

En el marco de **GCSW**, se realizarán una serie de actos, encuentros y evento de comunicación con el objetivo de dinamizar y promocionar el mismo. Para ello, la adjudicataria deberá llevar a cabo la organización de dichos actos, encuentros y eventos, y deberá abonar los gastos que conlleve la realización de los mismos. En caso de contar con patrocinio para alguno o algunos de dichos actos, la adjudicataria podrá destinar el coste propuesto para su ejecución a otra partida, siempre con la previa aprobación de **LA CONSEJERÍA** o bien detraer de la factura final, el ahorro que le suponga dicho patrocinio.

- Coordinar e invitar a los participantes propuestos para que acudan a dichas acciones de comunicación, con el objetivo de que los diseñadores puedan interactuar y establecer relaciones profesionales con los medios asistentes, patrocinadores y profesionales invitados en un ambiente distendido.
- Realizar, en función del tipo de acto, encuentro y/o evento de comunicación, las siguientes tareas:
    - <u>Acto de presentación de **GCSW** en el marco de la edición de septiembre de "Mercedes-Benz Fashion Week Madrid":</u> El adjudicatario deberá planificar y

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	21/39

organizar el acto de presentación, una vez aprobado por **LA CONSEJERÍA**. Para ello, deberá llevar a cabo, como mínimo, las siguientes tareas:

- Convocar a los participantes propuestos para dicho acto de presentación.
- Organizar y adecuar el espacio, decoración y elementos promocionales propuestos.
- Aportar y abonar los medios técnicos necesarios para el desarrollo del acto, así como llevar a cabo su seguimiento.
- Enviar las notas de prensa y entregar el material de comunicación a los profesionales de prensa.

- Ruedas de prensa y/o actos de presentación del evento: El adjudicatario deberá planificar y organizar la rueda de prensa, una vez aprobado por **LA CONSEJERÍA**. Para ello, deberá llevar a cabo, como mínimo, las siguientes tareas:
  - Convocar a los participantes propuestos para dicha rueda de prensa.
  - Organizar y adecuar el espacio, decoración y elementos promocionales propuestos.
  - Aportar y abonar los medios técnicos necesarios para el desarrollo de la rueda de prensa, así como llevar a cabo su seguimiento.
  - Enviar las notas de prensa y entregar el material de comunicación a los profesionales de prensa.
  - Llevar a cabo la atención inmediata a los medios en las horas posteriores a la rueda de prensa, así como el seguimiento de lo publicado, etcétera.
- Acto de apertura (opening) de **GCSW**: El adjudicatario deberá planificar y organizar el acto de apertura del evento. Este acto, deberá ser un momento significativo que marque el inicio del evento y establezca la atmósfera de **GCSW**, por lo que será de vital importancia definir de forma atractiva el acto inaugural, así como su correcta organización con el objetivo de que estén presentes todos los diseñadores, modelos, patrocinadores, prensa, Influencers y Celebridades, profesionales invitados, etc. Para ello, deberá llevar a cabo, como mínimo, las siguientes tareas:
  - Convocar y asegurarse la presencia del mayor número de personalidades y profesionales del sector además de los anteriormente indicados.
  - Organizar y adecuar el espacio, decoración y elementos promocionales propuestos.
  - Aportar y abonar los medios técnicos necesarios para el desarrollo del acto, así como llevar a cabo su seguimiento.
  - Enviar las notas de prensa y entregar el material de comunicación a los profesionales de prensa.
- Encuentro entre prensa e influencers invitados y diseñadores participantes: El adjudicatario deberá planificar y organizar dicho encuentro, una vez aprobado por **LA CONSEJERÍA**. Para ello, deberá llevar a cabo, como mínimo, las siguientes tareas:
  - Convocar a los participantes propuestos para dicho encuentro, manteniéndoles informados en todo momento.
  - Organizar y adecuar el espacio, decoración y elementos promocionales propuestos.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	22/39

- Aportar y abonar los medios técnicos necesarios para el desarrollo del encuentro, así como llevar a cabo su seguimiento.

- Acto de cierre de **GCSW**: El adjudicatario deberá planificar y organizar dicho acto de cierre, una vez aprobado por **LA CONSEJERÍA**. Para ello, deberá llevar a cabo, como mínimo, las siguientes tareas:
  - Convocar a los participantes propuestos para dicho acto de cierre.
  - Organizar y adecuar el espacio, decoración y elementos promocionales propuestos.
  - Aportar y abonar los medios técnicos necesarios para el desarrollo del acto, así como llevar a cabo su seguimiento.
  - Enviar las notas de prensa y entregar el material de comunicación a los profesionales de prensa.

2.5. Seguimiento de prensa:

El adjudicatario deberá realizar un seguimiento continuado de las noticias de prensa, internet, radio y televisión vinculadas al evento que abarcará un periodo desde el mes anterior hasta el mes posterior a la fecha de celebración del evento.

Este seguimiento incluirá las noticias internacionales, nacionales y regionales que se generen, en función de las acciones de comunicación que se desarrollen. En esta línea deberá realizar, como mínimo, las siguientes tareas:

- Elaborar un informe de impactos en prensa a partir de la fecha de inicio del contrato y a lo largo de toda su duración.

- Entregar a **LA CONSEJERÍA** un informe de impactos que incluirá todas las informaciones publicadas en los diferentes medios de comunicación y en Internet: prensa escrita, radio, televisión y medios digitales. Además, se incluirán los clips tanto de radio (formato MP3 o equivalente) como en televisión (formato WMV o equivalente). El formato del clipping será propuesto por el adjudicatario y aprobado por **LA CONSEJERÍA**.

2.6. Media partners del evento:

La adjudicataria realizará las gestiones necesarias para que el evento cuente con cadenas de televisión o plataformas digitales o grupos de prensa, para que sean media partners del evento y refuercen la difusión del mismo. La decisión final sobre quienes serán media partner del evento, deberá contar con el visto bueno por escrito de **LA CONSEJERÍA**, y se deberá formalizar acuerdo mediante documento escrito firmado por la adjudicataria y el media partner donde se recojan las contraprestaciones, y así como los derechos y obligaciones de cada una de las partes. Para ello, la adjudicataria deberá realizar, a su vez, las siguientes tareas:

- En el caso de cadenas de televisión como media-partner del evento, la adjudicataria gestionará que lleve a cabo la retransmisión del mismo y/o la realización de programas o de reportajes especiales a emitir en la cadena en horarios a determinar.

- Contratar y asumir los costes de producción adicionales que requieran la televisión o las televisiones que sean media partner del evento, en su caso (como travelling robotizado, cabeza caliente, u otros similares).

- Asumir los costes y realizar la producción del espacio o set para que se instalen los media partners seleccionados el hall del recinto en el que se vaya a desarrollar el evento.

3. "CELEBRITIES Y/O INFLUENCERS" E INVITADOS

3.1. Contratación de "Celebrities e influencers":

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Página	23/39

El adjudicatario, previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**, deberá formalizar la contratación de las "celebrities e influencers" locales, nacionales e internacionales que incluía en su propuesta y que serán imagen de **GCSW**. Para ello, realizará las siguientes tareas:

- Elaborar un plan de creación de contenido previo al evento, definiendo qué contenido se va a publicar, cuándo y en qué plataforma, para generar necesidad o deseo de usuarios.

- Coordinar con las celebrities e influencers para su participación en acciones de las redes sociales del evento.

- Presentar y entregar a **LA CONSEJERÍA**, dos meses antes de la celebración del evento, todos los contratos y acuerdos firmados con los celebrities e influencers, en los que se recojan las acciones que va a realizar cada uno.

- Una vez aprobado por **LA CONSEJERÍA**, la adjudicataria deberá entregarle a cada "Celebrity e influencer" contratado el Dossier del evento, con el objetivo de ofrecer información que facilite la contextualización del evento.

- Ejercer de soporte técnico y asistencia a dichos "Celebrities e influencers" durante el período pactado en los acuerdos. Para ello, el adjudicatario se encargará de la gestión, coordinación y abono de los billetes de avión, desplazamientos internos, hospedaje, manutención, dietas, etc., de celebrities e influencers contratados.

- Gestionar las acreditaciones y sitting para influencers.

- Organizar, coordinar y supervisar las acciones especiales pactadas con cada celebrity e influencer, que como mínimo, deberán cumplir lo siguiente:

    - Ser imagen de "Gran Canaria Swim Week 2024": ceder su imagen al evento, al ser personas que suponen un reclamo para los medios de comunicación, deberán permitir que se difunda su presencia, que se les fotografíe y se les hagan entrevistas y reportajes, en el marco del evento.

    - Llevar a cabo las acciones especiales que se incluyan en la propuesta del adjudicatario.

    - Difundir en sus redes sociales el evento los días de los desfiles (publicar stories en Instagram, post en blogs, entre otros).

    - En relación con las celebrities e influencers invitadas a acudir presencialmente al evento:

        - Asistir a los desfiles de adulto, siempre que la realización de las acciones especiales que van a llevar a cabo durante esos días lo permita.

        - Asistir, como mínimo, a uno de los eventos de comunicación principales (opening y/o clausura). Dicha participación en el evento de comunicación deberá recogerse en el contrato con la celebrity/influencer para garantizar su presencia, con el previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**.

        - Posar en photocall oficial, en kissing room y en stands de patrocinadores oficiales después de los desfiles.

    - En relación con las celebrities e influencers cuyo acuerdo no incluya acudir presencialmente al evento:

        - Llevar a cabo las acciones pactadas incluidas en su propuesta, siempre con el previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**.

- Llevar a cabo el seguimiento en tiempo real de las publicaciones en redes sociales de los influencers.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	24/39

- Elaborar y presentar un reporte detallado de resultados de dichas publicaciones, según los indicadores establecidos por la estrategia de comunicación.

3.2. Invitados profesionales al evento:

El adjudicatario deberá formalizar la invitación de las celebridades y profesionales relacionados con el sector de la moda y/o estilo de vida, de ámbito nacional y/o internacional, de reconocido prestigio incluidos en su propuesta, siempre con el previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**. Para ello, realizará las siguientes tareas:

- Realizar la agenda y planning de los invitados profesionales al evento.
- Presentar y entregar a **LA CONSEJERÍA**, un mes antes del evento, todos los contratos y acuerdos firmados con los invitados, en los que se recojan las acciones que va a realizar cada uno.
- Una vez aprobado por **LA CONSEJERÍA**, la adjudicataria deberá entregarle a cada invitado profesional el Dossier del evento, con el objetivo de ofrecer información que facilite la contextualización del evento.
- Asistir y acompañar a todos los invitados los días del evento, así como gestionar y coordinar las posibles entrevistas y/o actividades similares recogidas en los acuerdos por escrito con los invitados, siempre con el previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**.
- Gestionar, coordinar y abonar los billetes de avión, desplazamientos internos, hospedaje, manutención, dietas, etc., de los invitados profesionales.

4. PATROCINIOS QUE RESPALDEN EL EVENTO

La adjudicataria propondrá los posibles patrocinadores contemplados en su propuesta o aquellos que surjan con posterioridad, y ejecutará como mínimo las siguientes tareas:

- Con los patrocinadores propuestos por el adjudicatario a los que **LA CONSEJERÍA** dé el visto bueno, deberá negociar el acuerdo definitivo de patrocinio en el que se recogerán las aportaciones y contraprestaciones de cada Patrocinador.
- El adjudicatario podrá ofrecer, a los patrocinadores, la posibilidad de estar presente en los soportes publicitarios de streaming y/o pantalla de la zona exterior del recinto.
- Elaborar y gestionar los acuerdos de patrocinios para cada acto, encuentro y evento de comunicación señalados en su propuesta, siempre con el previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**.
- Dicha formalización se realizará mediante documento firmado por la adjudicataria y el patrocinador con el previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**, en el que se detallará, como mínimo, los siguiente:
    - Identificación del patrocinador.
    - Detalles sobre las aportaciones dinerarias o en especie del patrocinador:
        - En el caso de aportaciones dinerarias, deberá especificarse la aportación dineraria total, incluyendo, si procede, la comisión que se aplique por parte de licitador que en ningún caso podrá superar el 25% de dicha aportación económica de forma general. No obstante, para aquellos patrocinios cuya aportación dineraria sea superior a 10.000 euros se podrá aplicar una comisión de hasta un máximo del 30 % de la misma.
        - En el caso de aportaciones en especie, se detallarán productos o servicios que el patrocinador proporcionará, debiendo cuantificarse económicamente. Las aportaciones en especie no podrán generar beneficios económicos para el adjudicatario, no pudiendo aplicarle comisión alguna.
    - Especificación de cualquier exclusividad, si la hubiera.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	25/39

- Compromisos y contraprestaciones acordados con el patrocinador, así como derechos y obligaciones de cada una de las partes.

- El adjudicatario deberá entregar a **LA CONSEJERÍA**, un mes antes de la celebración del evento, el informe de los patrocinios detallando lo que ingresarán por dicha acción, así como las copias de todos los acuerdos de patrocinios. En el caso de surgir patrocinios posteriores a dicha fecha, la adjudicataria deberá informar y actualizar dicho informe, para el previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**.

- Con respecto a la tramitación de los ingresos o ahorros procedentes de las aportaciones de los patrocinadores:

  - En caso de aportaciones dinerarias: la adjudicataria será la que reciba el pago total del patrocinio y descontado, en su caso su comisión, ingresará la cantidad restante en la cuenta corriente del Cabildo de Gran Canaria o bien, abonará directamente aquellas acciones vinculadas al evento, previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**. La adjudicataria deberá presentar, un mes antes del evento, compromiso en firme con los ingresos que va a realizar y copias de los acuerdos de patrocinio firmados.

    Asimismo, a la finalización del evento, la adjudicataria deberá acreditar de forma fehaciente que la aportación dineraria de patrocinios se ha destinado a aquellos conceptos aprobados por **LA CONSEJERÍA y en caso de que haya sobrante la** adjudicataria lo deberá detraer de su factura final.

  - En caso de aportaciones en especies: la adjudicataria será la que supervise que se realizan dichas aportaciones y que su valor se corresponde con el de la cuantificación económica realizada. En caso de que las aportaciones en especies, supongan la realización de prestaciones o aportación de equipamientos o cualesquiera elementos, incluidos en la presente licitación, la adjudicataria podrá detraer de su factura el ahorro que le suponga dicha aportación o destinarlo a financiar mejoras del evento, siempre previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**.

- Llevar a cabo el contacto, relación y seguimiento, a cada una de las empresas con las que se acuerde un patrocinio una vez firmado dicho acuerdo de patrocinio.

- Supervisar que todo el desarrollo de la imagen de marca y de producto del patrocinador, así como las acciones promocionales que realice (espacios de la marca en el evento, acciones de comunicación, entre otros) son coherentes con la imagen y valores del evento.

- Ejercer de soporte técnico y asistencia a dichos patrocinadores durante los días previos y durante el evento. Para lo que la licitadora deberá contar con personal en Gran Canaria, que realice el apoyo a la implementación de las acciones de los patrocinadores. Coordinando y supervisando que todo el montaje y desarrollo de las marcas patrocinadores en el evento, es fiel reflejo de lo recogido en los acuerdos de patrocinio suscritos.

La adjudicataria será la única interlocutora con los responsables del Palacio de Congresos, para el soporte, montaje y desarrollo de las marcas patrocinadoras durante el evento.

- Llevar a cabo el seguimiento y control de los compromisos del patrocinador recogidos en los acuerdos de patrocinios firmados, así como la gestión para el cumplimiento de las contraprestaciones que debe recibir por la adjudicataria.

- Controlar y medir la eficacia del patrocinio, supervisando el cumplimiento de lo pactado por el patrocinador y el grado de satisfacción de todas las partes implicadas (patrocinador, adjudicataria y Cabildo de Gran Canaria). Para ello, una vez aprobada su propuesta de modelo de encuestas por **LA CONSEJERÍA**, la adjudicataria realizará encuestas de evaluación de patrocinios a dichas partes implicadas.

- Elaborar y entregar a **LA CONSEJERÍA**, una Memoria Final, al mes de celebración del evento, donde detalle cada uno de los patrocinadores contactados y los finalmente conseguidos,

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	26/39

especificando en qué ha consistido cada patrocinio conseguido y el trabajo llevado a cabo con cada uno de ellos. Deberá incluir detalle de lo ingresado por cada patrocinador, de la comisión aplicada, así como del importe a ingresar al Cabildo.

- Elaborar y entregar una memoria a cada patrocinador, con el resultado de su participación en el evento y dossier de medios específico de su participación.

5. PRODUCCIÓN DE LOS DESFILES

5.1. Escenografía de los desfiles en el interior del recinto:

- Una vez recibido el visto bueno de **LA CONSEJERÍA** para la propuesta de escenografía de los desfiles en el interior del recinto, la adjudicataria deberá elaborar y presentar el proyecto definitivo que incluirá memorias, planos, infografías, dibujos, entre otros.

- Una vez aprobado dicho proyecto definitivo de escenografía por **LA CONSEJERÍA**, la adjudicataria deberá elaborar la conceptualización de la Pasarela, el proyecto artístico de escenografía y el proyecto técnico de organización de backstage, siempre con el previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**:

  - El proyecto artístico deberá ser sostenible e incluir como mínimo: infografías representado el diseño de la Pasarela, detalle de la escenografía, concepto y guion de los desfiles, propuesta de diseño de iluminación y de ambientación sonora.

  - El proyecto técnico de organización de backstage, regiduría y gestión de los desfiles deberá ser sostenible e incluir como mínimo: planos con detalle de la distribución de los espacios (sala de desfiles; zona para backstage, peluquería-maquillaje y vestuario; zona de gráficos y de público; tarimas prensa; zona de control técnico; zona de iluminación y sonido; entre otras), diagrama de iluminación y sonido, desglose de material necesario (material de iluminación y sonido, sistemas de video, pantallas, rigging, suelo Pasarela, moqueta con tratamientos ignífugos, tarimas, gradas público) y detalle de todas las infraestructuras, mobiliario y elementos decorativos necesarios para la correcta ejecución de la propuesta.

- Para la edición del año 2024, se prevé que los desfiles interiores se realicen en EXPOMELONERAS, y por tanto el proyecto de pasarela y de backstage diseñado por la adjudicataria será ejecutado por EXPOMELONERAS S.A, empresa que gestiona el Palacio de Congresos, quien asumirá los gastos de ejecución de dicho proyecto, estimándose el coste a destinar para escenografía y backstage en 150.000 euros (impuestos no incluidos).

Mediante el contrato que se prevé realizar con el Palacio de Congresos de Expomeloneras, se prevé una partida presupuestaria de 150.000 euros para:

- Suministro de todo el material necesario para la correcta ejecución del proyecto artístico y del proyecto de organización de backstage, regiduría y gestión de los desfiles.
- Montaje y desmontaje de toda la infraestructura necesaria para la correcta ejecución del proyecto artístico y del proyecto de organización de backstage, regiduría y gestión de los desfiles.

Por lo que la adjudicataria deberá coordinarse con los responsables del Palacio de Congresos, para llevar a cabo la correcta ejecución y desarrollo del proyecto y del evento, y para ajustarse a los límites presupuestarios de la implementación de su propuesta, realizando los ajustes necesarios (previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**).

5.2. Escenografía de los desfiles en localizaciones exteriores:

Para la edición 2024, la empresa adjudicataria deberá llevar a cabo, al menos, un desfile en una de las locaciones exteriores propuestas. Se espera que en ediciones posteriores se incremente el número de desfiles en localizaciones exteriores como parte de la evolución y enriquecimiento continuo del evento.

Para ello, el adjudicatario deberá realizar las siguientes tareas:

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	27/39

- Una vez recibido el visto bueno de **LA CONSEJERÍA** para la propuesta de escenografía del desfile o desfiles en localizaciones exteriores, la adjudicataria deberá elaborar y presentar el proyecto definitivo que incluirá detalles de la ubicación definitiva, memorias, planos, infografías, dibujos, entre otros.

- Una vez aprobado dicho proyecto definitivo de escenografía por **LA CONSEJERÍA**, la adjudicataria deberá elaborar la conceptualización del desfile o desfiles en la ubicación propuesta, el proyecto artístico de escenografía y el proyecto técnico de organización de backstage, siempre con el previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**:

    - El proyecto artístico deberá ser sostenible e incluir como mínimo: infografías representado el diseño de la Pasarela, detalle de la escenografía, concepto y guion de los desfiles, propuesta de diseño de iluminación y de ambientación sonora.
    - El proyecto de técnico de organización de backstage, regiduría y gestión de los desfiles deberá ser sostenible e incluir como mínimo: planos con detalle de la distribución de los espacios (zona de Pasarela; zona para backstage con peluquería-maquillaje y vestuario; zona de gráficos y de público) y detalle de todas las infraestructuras, mobiliario y elementos decorativos necesarios para la correcta ejecución de la propuesta.

- La adjudicataria, siempre con el previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**, deberá ejecutar el proyecto definitivo de escenografía de desfiles en localizaciones exteriores, así como abonar todos los costes de dicha ejecución.

5.3.<u>Organización, calendario de trabajo y gestión de los desfiles:</u>

- Una vez aprobada su propuesta por parte de **LA CONSEJERÍA**, la adjudicataria deberá llevar a cabo la dirección, desarrollo, regiduría, control y coordinación general de los desfiles, tanto de los que se realicen en el Palacio de Congresos como en localizaciones exteriores, a través de un calendario con fijación de hitos y controles de seguimiento, y cumplimiento de acciones y actividades.

- Realizar y ejecutar el programa/calendario de los desfiles a celebrar, tanto para los desfiles que se realizarán en el Palacio de Congresos como en localizaciones exteriores, coherente y que facilite la labor de los profesionales de prensa que acuden al evento, “Celebrities e influencers”, diseñadores participantes, entre otros, optimizando los recursos económicos. Para realizar dicho programa/calendario se deberá tener en cuenta lo siguiente:

    - Las fechas previstas de celebración de los desfiles son los días 2, 3, 4 y 5 de octubre de 2024.
    - La edición 2024 contará con desfiles tanto en el Palacio de Congresos como en localizaciones exteriores.
    - La previsión de firmas de moda baño que participarán es de entre 20-30 femeninas y, entre 2-5 masculinas, tanto de firmas consolidadas como de firmas de nueva implantación en el mercado.
    - Los desfiles serán individuales, salvo en el caso de desfiles de diseñadores “nuevos talentos”, los cuales podrán ser compartidos (máximo 2 firmas).

- Elaborar el concepto y guion de los desfiles: se deberá realizar un concepto general para la Pasarela, basado en la moda baño, así como un guion detallado de los desfiles a realizar, en función de los diseñadores participantes. Se deberá supervisar y controlar las escenografías que proponga cada diseñador.

- Todos los desfiles tendrán la misma estructura y escenografía. Cualquier acción dinamizadora propuesta por el diseñador requerirá la autorización previa de **LA CONSEJERÍA**, y siempre será a cargo del diseñador. La adjudicataria será responsable de dichas acciones dinamizadoras que

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Página	28/39

planteen los diseñadores: prendas, estilismos, modelos extras y/o espectáculos adicionales, entre otros.

- Realizar y coordinar la coreografía de los desfiles: en función de las tendencias e inspiración de la colección que presenta cada firma, así como de la música seleccionada.

- Seleccionar la música y coordinar la misma durante los desfiles, así como gestionar y contratar derechos de autor, de producción y de emisión de música o similares (SGAE, AGEDI, entre otros).

- Seleccionar imágenes para las pantallas (por diseñador y por desfile), siempre con el previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**, así como gestionar los posibles cánones o derechos de autor.

- Producir imágenes/vídeos que acompañen a las colecciones, en caso de que las firmas participantes no lo aporten, siempre con el previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**.

- Dirigir y coordinar la peluquería y el maquillaje de los desfiles: estableciendo los looks de peluquería y maquillaje, y coordinándose con los equipos de peluquería y maquillaje de las firmas que patrocinen el evento.

- Dirigir y coordinar el backstage: recepción de colecciones, colocación de prendas para cada desfile, pruebas de vestuario y fotografías de cada look, organización de percheros y vestir a cada modelo, recogida y devolución de colecciones, entre otros.

- Dirigir, asesorar y coordinar el estilismo de las colecciones: ordenando las colecciones según los cánones estéticos del momento, definiendo conjuntos y asesorando sobre los complementos adecuados para cada colección.

- Asistir a las reuniones que se convocarán con los técnicos de **LA CONSEJERÍA**, para las labores de coordinación y seguimiento de los trabajos.

- Elaborar, coordinar, controlar y llevar a cabo el seguimiento de los calendarios de trabajo de todos los equipos implicados en la producción artística, tanto de los desfiles en el recinto como de los desfiles en la ubicación exterior, que serán como mínimo los siguientes:

  - Equipo de producción: calendario de montaje y desmontaje, con días de ensayos y pruebas técnicas, así como de desfile.
  - Equipo de iluminación y ambientación sonora: calendario de montaje y desmontaje con días de pruebas técnicas y desfiles.
  - Modelos: calendario de desfiles de cada uno de los desfiles que realizará, horarios de pruebas de cada colección (fittings), horario de pruebas de peluquería y maquillaje, ensayos.
  - Equipo de peluquería y maquillaje: calendario de montaje y desmontaje, así como calendario de pruebas y desfiles. Ejecutar y supervisar las pruebas de peluquería y maquillaje.
  - Equipo de backstage (ayudantes de vestuario): calendario de trabajo del equipo de backstage, montaje de colecciones, fittings y desfiles. Ejecutar y supervisar las pruebas de colecciones: propuesta de organización y calendario de fittings.
  - Marcas participantes: llevar a cabo el seguimiento de las colecciones de los diseñadores, incluidos los nacionales e internacionales invitados, coordinar las entradas y salidas de las colecciones de todos los diseñadores, envío casting a los diseñadores, horarios de fittings, pruebas de iluminación y sonido. Enviar a cada diseñador participante, como mínimo diez días antes de su desfile, los composits (curriculum y fotografías) y medidas de los/las modelos seleccionadas.

- Gestionar, coordinar y abonar los costes de logística, billetes de avión, desplazamientos internos, hospedaje, manutención, dietas y cualquier gasto similar de todo el personal de producción y de organización de los desfiles de la empresa adjudicataria.

5.4. Selección de modelos:

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	29/39

- Organizar y gestionar los desfiles, mediante la elaboración de la propuesta de casting de modelos (selección y contratación de los modelos participantes en los desfiles) acorde al número de firmas de moda baño participantes.

- Seleccionar y contratar, como mínimo, 30 modelos femeninos y 15 modelos masculinos, incluidos en su propuesta, una vez aprobada por **LA CONSEJERÍA**.

- Los modelos deberán presentar un aspecto saludable y ser un reflejo de la diversidad existente en la sociedad actual. **LA CONSEJERÍA** comprobará estos extremos antes de la celebración de los desfiles, pudiendo rechazar los modelos que los incumplan y debiendo el adjudicatario reemplazarlos por otros de nivel equivalente, sin coste adicional. Si, por causas de fuerza mayor, alguno de los/las modelos propuestas no pudiera participar en el desfile, los/las modelos que los sustituyan deberán contar con la supervisión de esta **CONSEJERÍA**. En cualquier caso, la selección definitiva de los/as modelos precisará de la aprobación previa por parte de esta **CONSEJERÍA**.

- Se garantizará la presencia de número suficiente de modelos (femeninas y/o masculinos) cuya presencia suponga un claro reclamo para los medios de comunicación, por su reconocido prestigio, su presencia en las principales Pasarelas internacionales de moda, la realización de campañas relevantes de publicidad en los últimos 3 años, así como por su alta presencia en rrss.

- Incluir en el contrato con los modelos, como mínimo, los siguientes compromisos de:
    - Acudir a los actos, encuentros y eventos de comunicación que la organización determine, como el acto de cierre del evento.
    - Promocionar el evento en sus redes sociales, empleando los perfiles y hashtags oficiales del evento y del Programa “Gran Canaria Moda Cálida”.

- Elaborar y entregar presupuesto detallado del coste de cada modelo, siendo el presupuesto para el casting de modelos como mínimo de 300.000 euros. (incluyendo desplazamientos, alojamientos y comisiones de agencia).

- Gestionar, coordinar y abonar los costes de logística, billetes de avión, desplazamientos internos, hospedaje, manutención, dietas y cualquier gasto similar de los modelos contratados.

5.5. Marcas de moda baño:

5.5.1. Metodología y comité de selección de las marcas que se presenten a la convocatoria pública de participación en GCSW:

Una vez aprobada por **LA CONSEJERÍA** la propuesta de metodología y comité de selección de las marcas que se presenten a la convocatoria pública de participación en **GCSW**, la adjudicataria deberá realizar, como mínimo, las siguientes tareas:

- Redactar las Bases de selección, tanto para las marcas consolidadas como para las emergentes, que incluyan los requisitos y criterios de valoración definitivos.

- Una vez aprobada por **LA CONSEJERÍA** la propuesta de miembros del comité de selección, la adjudicataria deberá efectuar la constitución de dicho comité, formalizando el compromiso con los miembros finalmente acordados.

- Convocar reuniones de seguimiento y gestión del comité de selección, con la finalidad de llevar a cabo el proceso de selección.

- Entregar a **LA CONSEJERÍA**, el informe de evaluación del comité de selección de las marcas participantes.

- Gestionar, coordinar y abonar los costes de logística, billetes de avión, desplazamientos internos, hospedaje, manutención, dietas y cualquier gasto similar de los miembros del comité de selección, en su caso.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	30/39

5.5.2. Organización de las marcas participantes e invitadas que desfilan en **GCSW**:

- En relación con todas las marcas participantes e invitadas, la adjudicataria deberá llevar a cabo los contactos previos, el envío del Dossier del evento, de las normas de participación, y de la agenda de trabajo en relación con los medios de comunicación que asistan a **GCSW**. La adjudicataria deberá entregar la carta de invitación de firmas a participar, así como el modelo de carta de confirmación de participación que recoge los derechos y obligaciones de los participantes, una vez recibido el visto bueno por parte de **LA CONSEJERÍA**.

- En relación con las marcas invitadas: cerrar la participación de las marcas aprobadas por **LA CONSEJERÍA**, escritos de aceptación de las normas de participación por cada marca, y apoyo en la logística que conlleva el traslado a Gran Canaria de las colecciones y personal de cada marca.

- Coordinar el transporte y recepción de las colecciones de todas las marcas participantes. Para ello, la adjudicataria deberá:
  - En relación con las marcas participantes: coordinar y recepcionar la mercancía en el recinto en el que se vaya a desarrollar el evento.
  - En relación con las marcas invitadas: coordinar y recepcionar el transporte de la mercancía, pudiendo realizarse, en su caso, en su oficina en la península y encargarse posteriormente de su traslado a la isla.

- Llevar a cabo el estudio y coordinación del calendario de trabajo para los diseñadores participantes:
  - Seguimiento de las colecciones de los diseñadores, incluidos los diseñadores invitados.
  - Entradas y salidas de colecciones de todos los diseñadores.
  - Pruebas de colecciones: propuesta de organización y calendario de fittings.
  - Pruebas de peluquería y maquillaje.
  - Asesoramiento en su propuesta del estilismo.
  - Envío a cada diseñador participante, como mínimo diez días antes de su desfile, los composits (curriculum y fotografías) y medidas de los/las modelos seleccionadas.

- Informar a todas las marcas participantes e invitadas que todos los desfiles tendrán la misma estructura y escenografía, y que por tanto cualquier acción dinamizadora propuesta por el diseñador requerirá la autorización previa de **LA CONSEJERÍA**, y siempre será a cargo del diseñador. La adjudicataria será responsable de dichas acciones dinamizadoras que planteen los diseñadores: prendas, estilismos, modelos extras y/o espectáculos adicionales, entre otros.

- Coordinar la participación de todas las firmas que desfilan, ejerciendo de soporte técnico y asistencia en todas las tareas necesarias por las marcas durante los días de ensayos y de los desfiles.

- Entregar a cada firma participante e invitada las fotografías y vídeo de su desfile, así como cualquier material audiovisual del mismo.

- Llevar a cabo el seguimiento a todas las firmas que desfilaron, comprobando que han recogido sus colecciones y accesorios, y realizando encuestas de valoración de cada firma respecto del evento en general y de su participación en particular.

- Elaborar y entregar a **LA CONSEJERÍA** una Memoria Final, al mes de celebración del evento, que incluya los detalles de la participación de todas las marcas que han desfilado en el evento.

- Gestionar, coordinar y abonar los costes de logística, billetes de avión, desplazamientos internos, hospedaje, manutención, dietas y cualquier gasto similar de los diseñadores invitados, en los que se justifique sea necesario, con el previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Página	31/39

6. PLAN DE TRABAJO DEL EVENTO

6.1. Equipo de trabajo del evento:

- Previo a la realización del evento, se deberá presentar a **LA CONSEJERÍA** el organigrama definitivo del equipo de trabajo, debiendo detallar, cuadro de mando (responsable del contrato y directores) así como resto del personal tanto el personal propio de la empresa, como el de las empresas subcontratadas, que ponen personal a disposición el contrato.

- El contratista deberá proporcionar un desglose detallado de los gastos de personal asociados con la ejecución del presente contrato. Además, se deberá indicar el porcentaje de imputación de cada nómina al contrato, especificando cómo se distribuyen los costes laborales en relación con las tareas y responsabilidades establecidas en este acuerdo. En caso de que el contratista decida subcontratar con otras empresas para la ejecución de alguna parte del contrato, se requerirá una presentación detallada de los costes asociados al personal subcontratado. Esta información debe incluir el desglose de los gastos laborales, especificando el porcentaje de imputación de cada nómina al contrato, y cualquier otro coste adicional relacionado con el personal subcontratado.

- El adjudicatario deberá contratar el personal necesario para la ejecución del evento, recogido en el organigrama propuesto, ajustándolo, con el visto bueno de **LA CONSEJERÍA**, con el objetivo de conseguir la máxima eficiencia en la conformación de equipos de trabajo, minimizando los costes de desplazamientos y manutención de personal que no reside en la isla, sin comprometer la calidad y el impacto del evento

- El adjudicatario deberá supervisar y llevar a cabo el seguimiento de los equipos de trabajo, incluyendo la coordinación con la empresa que resulte adjudicataria de la Producción Técnica del evento (personal de montaje de infraestructuras, seguridad, azafatas, entre otros).

- Gestionar, coordinar y abonar los costes de logística, billetes de avión, desplazamientos internos, hospedaje, manutención, dietas y cualquier gasto similar del personal necesario para el desarrollo del proyecto, en los que se justifique sea necesario, con el previo visto bueno de **LA CONSEJERÍA**.

6.2. Plan de trabajo, metodología y cronograma:

- Presentar a **LA CONSEJERÍA** el plan de trabajo que guiará el desarrollo y organización del evento, así como la metodología, procedimientos aplicados, los medios con lo que se cuentan para cada tarea.

- Una vez aprobada la propuesta de plan de trabajo por **LA CONSEJERÍA**, la adjudicataria deberá ejecutar dicho plan que guiará toda la elaboración, desarrollo, organización y realización del evento.

- Una vez aprobada la propuesta de metodología por **LA CONSEJERÍA**, la adjudicataria deberá implantar dicha metodología, así como llevar a cabo el control y seguimiento de todas las acciones y tareas.

- Una vez aprobada la propuesta de cronograma por **LA CONSEJERÍA**, la adjudicataria deberá realizar la coordinación, supervisión y seguimiento de todos los trabajos y actividades incluidos en dicha propuesta.

- Acudir a las reuniones periódicas de la Comisión de Seguimiento.

- Coordinar y llevar a cabo una buena comunicación entre las partes que conforman la realización y organización del evento.

- Preparar y entregar acreditaciones a los diseñadores, patrocinadores, prensa, autoridades e invitados profesionales, teniendo en cuenta el aforo previsto en la propuesta.

6.3. Métodos de evaluación de los objetivos:

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	32/39

- Una vez aprobada la propuesta de métodos de evaluación de los objetivos por **LA CONSEJERÍA**, la adjudicataria deberá entregar un informe que incluya los indicadores de gestión y el sistema de recopilación de datos, especialmente a nivel presupuestario, que se van a emplear en dicha evaluación de los objetivos.

- Una vez aprobada la propuesta de modelo de Memoria Final por **LA CONSEJERÍA**, la adjudicataria deberá elaborar y entregar a **LA CONSEJERÍA**, una Memoria Final con el detalle del cumplimiento presupuestario y de los objetivos de cada una de las tareas del evento, de manera que se extraigan conclusiones evaluativas para el cierre de la edición, y para la preparación de las futuras ediciones. Dicha Memoria deberá incluir, como mínimo:

    - Relación de los profesionales y/o posibles empresas subcontratadas para la realización de las tareas.
    - Grado de ejecución de las tareas realizadas por parte de los profesionales y/o posibles empresas subcontratadas.
    - Grado de ejecución de las tareas realizadas por parte del contratista principal.
    - Nivel de cumplimiento de los objetivos marcados para el correcto desarrollo del evento.
    - Apartado específico para la medición del nivel de ejecución presupuestaria, incluyendo el detalle de cumplimiento de los acuerdos de patrocinios.

- Una vez aprobada la propuesta de modelo de encuestas por parte de **LA CONSEJERÍA**, la adjudicataria deberá elaborar y realizar dichas encuestas al público asistente, marcas participantes e invitadas, patrocinadores, medios de comunicación asistentes, y posibles empresas subcontratadas, con la finalidad de incorporar a la Memoria Final dicha evaluación por parte de los principales perfiles participantes del evento.

7. MEMORIA FINAL DEL EVENTO, MEMORIA ECONOMICA Y PROPUESTA FUTURAS EDICIONES:

7.1. Memoria Final del evento:

Antes del 30 noviembre de 2024 (y siguientes en caso de prórroga) el adjudicatario deberá presentar la Memoria Final del evento la cual deberá, además de proporcionar una visión integral del desarrollo, ejecución y resultados, contener como mínimo los siguiente**:**

- Imagen de "Gran Canaria Swim Week 2024"**:** Resumen de la estrategia implementada para proyectar la imagen del evento.

- Una memoria de la comunicación del evento, que contenga, como mínimo:

    - Acciones de comunicación realizadas.
    - Detalles sobre ruedas de prensa, presentaciones, entrevistas, y otras actividades de comunicación realizadas.
    - Cobertura de eventos, encuentros y actividades con medios.
    - Relación detallada de medios contactados.
    - Relación detallada de medios que acuden al evento (indicando nombre y/o cargo del profesional que acude en representación de cada medio).
    - Relación detallada de reportajes, entrevistas y cobertura de cada medio invitado.
    - Clipping del seguimiento de medios (distinguiendo entre prensa escrita, prensa online, redes sociales y web del evento).
    - Valoración económica de lo publicado.
    - En cuanto a las Redes Sociales y Marketing Digital: deberá realizar una evaluación del rendimiento en plataformas de redes sociales. Informando sobre los datos sobre

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Página	33/39

interacciones, alcance y participación. Además, deberá realizar un análisis de la efectividad de las campañas de marketing digital efectuadas.

- Informe de Celebrities y/o Influencers contratadas: Descripción de las celebridades contratadas y su impacto, su coste individualizado, así como una evaluación del retorno de imagen y visibilidad. Deberán anexar los contratos y acuerdos firmados
- Informe de los Invitados Profesionales al Evento: Lista de invitados profesionales y evaluación de su participación y el coste de su participación. Deberán anexar los contratos y acuerdos firmados
- Informe de Patrocinios, que contenga, como mínimo:
  - Desglose de los patrocinios obtenidos, cuantificando sus aportaciones y el resultado de su participación.
  - Informe económico de los ingresos por patrocinio, y su aplicación en el presupuesto, incluyendo la valoración económica de los patrocinios en especie.
  - Deberán anexar los contratos y acuerdos firmados.
- En cuanto a los desfiles:
  - Descripción de la escenografía implementada en el interior del recinto y su recepción.
  - Escenografía de los Desfiles en Localizaciones Exteriores.
  - Evaluación del cumplimiento de los horarios y la logística.
  - Incidencias destacables en cuanto al desarrollo de la Pasarela como el backstage.
- Listado final de modelos participantes, resultados de su participación. Deberán anexar los contratos y acuerdos firmados.
- Listado de marcas participantes y resultados de su participación, deberán anexar el compromiso de participación firmado por las marcas participantes.
- Informe de las subcontrataciones realizadas:
  - describiendo el servicio y las tareas subcontratadas.
  - haciendo una valoración de los resultados.
  - se deberá anexar los contratos y acuerdos firmado con los subcontratistas.

7.2.- Memoria Económica Final:

La Memoria Económica Final, elaborada por el contratista, deberá ser entregada antes del 30 de noviembre, junto con la Memoria Final del evento (descrita en el punto 7.1 de la presente clausula) y será fundamental para evaluar la eficiencia y transparencia en la gestión económica del contratista durante la realización del evento.

La Memoria Económica Final deberá contener como mínimo:

- **Presupuesto Inicial y Modificaciones:**
  - Desglose del presupuesto inicial presentado, detallando cada partida de gasto.
  - Cualquier modificación realizada durante la ejecución del contrato, indicando las razones y la aprobación correspondiente por parte de LA CONSEJERÍA.
- **Ingresos por patrocinios y su reflejo en el presupuesto de gastos:**
  - Detalle de los ingresos generados a través de patrocinios, especificando si son en efectivo o en especie, así como de las comisiones practicadas

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	34/39

- Desglose de cada patrocinio, incluyendo el nombre del patrocinador, el monto o valor de la aportación, y las condiciones acordadas.
- se deberá incluir una explicación clara y detallada sobre el destino de los ingresos generados por patrocinios. Esto implica proporcionar información específica sobre los fondos, incluyendo si fueron depositados en la cuenta del Cabildo o si se destinaron a gastos específicos dentro del presupuesto del evento

- **Gastos de Personal:** Detalle de los gastos relacionados con el personal contratado para la realización del evento.
- **Gastos Logísticos y de Desplazamiento:** Desglose de los costos relacionados con la logística, desplazamientos, billetes de avión, hospedaje, manutención, dietas, entre otros.
- **Gastos de Producción y Escenografía:** Detalle de los gastos asociados con la producción de desfiles, escenografía en el interior y exterior del recinto.
- **Gastos de Comunicación:**
  - Desglose de los gastos destinados a la comunicación del evento, tanto en medios tradicionales como digitales.
  - Inclusión de facturas, contratos y comprobantes de pago relacionados con la publicidad y difusión del evento e inserciones en medios.
- **Informe económico de las subcontrataciones:** debiendo especificar los gastos asociados a los servicios subcontratados.

7.3.- Propuesta futuras ediciones:

- Antes del 30 de noviembre del año 2024 (y siguientes en caso de prorroga) el adjudicatario deberá entregar un avance de su propuesta del evento para el año 2025 que contendrá el detalle de las acciones a realizar en la siguiente edición del evento.
- Antes del 1 de marzo del 2025 deberá presentarse su propuesta definitiva para valorar la posible prórroga del contrato. Dicha propuesta deberá concretar los aspectos recogidos en la cláusula 2 del presente pliego, así como el detalle de las acciones a desarrollar en la siguiente edición del evento.
- La prórroga de cada ejercicio, se decidirá en base a la Memoria Final y a la Propuesta de acciones a desarrollar, debiendo **LA CONSEJERÍA** siempre dar su visto bueno a las acciones a llevar a cabo en cada edición.

CLÁUSULA 4.- COMISIÓN DE SEGUIMIENTO Y SUPERVISIÓN DEL CONTRATO.

1. OBJETO Y CONFIGURACIÓN DE LA COMISIÓN DE SEGUIMIENTO

La ejecución del contrato será supervisada por una Comisión de Seguimiento creada por el Servicio de Industria y Comercio, la cual estará integrada por la Consejera de Gobierno de Desarrollo Económico, Industria, Comercio y Artesanía del Cabildo de Gran Canaria y/o por la persona en quien delegue, así como el personal y las asistencias técnicas necesarias, que nombre **LA CONSEJERÍA**. Deberá por parte del contratista asistir a las Comisiones como mínimo el responsable del contrato.

La Comisión de Seguimiento del Contrato busca asegurar la transparencia, eficacia y el éxito en la ejecución del contrato, promoviendo una colaboración estrecha y un entendimiento mutuo entre las partes involucradas." La Comisión de Seguimiento será la instancia encargada de resolver, de manera consensuada, cualquier controversia que pueda surgir durante la ejecución del contrato.

2. FUNCIONES DE LA COMISIÓN DE SEGUIMIENTO

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	35/39

Las principales funciones de la comisión de seguimiento del contrato serán:

2.1. <u>Seguimiento de la ejecución del contrato:</u>

- Interpretar en caso de duda algún aspecto del presente pliego
- Realizar un seguimiento continuo del desarrollo de las tareas y actividades contratadas.
- Evaluar y revisar el cumplimiento de los plazos establecidos en el cronograma.
- Analizar y resolver posibles incidencias o desviaciones que puedan surgir durante la ejecución del contrato.
- Revisar y aprobar informes periódicos de progreso presentados por el contratista.
- Servir como instancia de comunicación para abordar cualquier aspecto relacionado con la ejecución del contrato.
- Proponer ajustes o mejoras al plan de trabajo y metodología, si es necesario y justificado.
- Dar visto bueno a la propuesta de patrocinios, medios a invitar, modelos a contratar, eventos a organizar, o similares, para cada edición del evento.
- Dar el visto bueno a la propuesta del evento de ejercicios futuros, que presente el contratista, en caso en prórroga del contrato.

2.2. <u>Seguimiento presupuestario:</u>

- Aprobar el presupuesto de gastos inicial del evento desglosado por partidas: en la primera comisión de seguimiento que se realice el contratista deberá presentar el presupuesto del evento detallado por partidas especificando los costes asociados a cada aspecto del evento, para su aprobación. Este desglose deberá facilitar una comprensión clara y transparente de la distribución de los recursos.
- Aprobar las modificaciones presupuestarias: cualquier modificación al presupuesto inicial entre partidas deberá ser comunicada a **LA CONSEJERÍA** y deberá sometida a la aprobación de la comisión de seguimiento. Esta comunicación incluirá las razones de la modificación y el impacto en el desarrollo del evento.
- Seguimiento de los ingresos por patrocinios y su reflejo presupuestario tanto en el presupuesto de gastos con en el de ingresos:
    - En el caso de recibir aportaciones de patrocinadores, ya sea en forma de dineraria o en especie, el contratista deberá dejar reflejado presupuestariamente, los ingresos recibidos y el destino de dichos ingresos en el presupuesto de gastos.
        - En el caso de patrocinios en especie que cubran bienes o servicios inicialmente previstos en el presupuesto, y que supongan un ahorro presupuestario para el contratista, este podrá ajustar su facturación, detrayendo la parte correspondiente, o destinar el importe sobrante a una partida deficitaria o a realizar alguna acción no prevista inicialmente.
        - Si los patrocinadores realizan aportaciones dinerarias, el contratista ajustará el presupuesto ingresos y gastos. Pudiendo implicar una redistribución de recursos o la asignación de fondos adicionales a áreas específicas del evento.
    - Informes de Control Presupuestario: el contratista presentará informes periódicos de control presupuestario que detallen la ejecución actual en comparación con el presupuesto inicial. Estos informes incluirán cualquier modificación, ingreso de patrocinios, ajuste presupuestario, y la justificación correspondiente. El contratista se

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	36/39

compromete a proporcionar información detallada y precisa, asegurando la rendición de cuentas en la ejecución de los recursos financieros.

2.3. Seguimiento de las subcontrataciones:

- La adjudicataria deberá presentar en la primera comisión de seguimiento un informe de los servicios que prevé subcontratar para el desarrollo del presente contrato, detallando los importes de los subcontratos a realizar

- Asimismo, deberá informar sobre los procedimientos seguidos para la subcontratación de los servicios asociados al evento gestionar y ejecutar el contrato de subcontratación de servicios, coordinarse con dicha empresa subcontratada, supervisar el buen desarrollo de los servicios externalizados, así como gestionar los pagos recogidos en dicho contrato.

- En adición, la adjudicataria deberá recoger todos los aspectos relativos a la subcontratación de servicios en la Memoria Final del evento, así como en la Memoria económica, A su vez, la adjudicataria deberá incluir en los contratos con todas las empresas subcontratadas, la obligación de dar respuestas a los requerimientos de información que se hagan desde la CONSERJERIA.

3. **CALENDARIO DE REUNIONES:**

El calendario de reuniones se fijará de forma conjunta por la Comisión, debiéndose reunir al menos una vez al mes, y presencialmente aquellas que se acuerden en el seno de la Comisión, hasta la finalización del proyecto, objeto del contrato. A las reuniones presenciales convocadas por parte de la Comisión deberá asistir el responsable del contrato de la empresa adjudicataria responsable de la coordinación y gestión del proyecto, así como cualquier otro personal técnico asesor y/o especialista en la materia designado por cualquiera de las partes cuando lo estimen conveniente.

No obstante, cualquiera de las partes podrá convocar reuniones extraordinarias, para tratar cualquier tema que se considere oportuno en el marco de la ejecución de los proyectos y/o programas objeto del contrato. De las reuniones celebradas y de los acuerdos alcanzados se levantará la oportuna acta.

La Comisión de Seguimiento se constituirá una vez formalizada la presente contratación y deberá reunirse periódicamente, levantando acta de estas reuniones de seguimiento de la realización de los trabajos de todo el evento.

CLÁUSULA 5.- GASTOS QUE DEBE ASUMIR EL CONTRATISTA ADJUDICATARIO.

El contratista adjudicatario asumirá y abonará todos los gastos que ocasionen las tareas encomendadas y detalladas en la cláusula tercera del presente pliego.

Los pagos a todos los proveedores y/o empresas subcontratadas se deberán efectuar en el plazo indicado en el marco de la Ley 15/2010, de 5 de julio, de modificación de la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en operaciones comerciales.

En todo caso, serán por cuenta del adjudicatario los siguientes conceptos, que tienen carácter enunciativo, pero no limitativo:

- Contratación y abono del diseño y producción de todos los materiales y elementos decorativos con la imagen del evento, tanto de los materiales para el interior del recinto como para la zona exterior del mismo. Incluyendo Set TV, espacio corporativo. Y elementos visuales y de señalización.
- Contratación y abono de todos los gastos de ejecución de los desfiles en localizaciones exteriores.
- Contratación y abono de honorarios de los/as modelos, celebrities e influencers (incluyendo comisión de agencia, derechos de imagen, costes de altas y bajas en seguridad social, nóminas, retenciones, etc.).
- Contratación y abono de honorarios de todos los equipos de trabajo y perfiles profesionales necesarios para el correcto desarrollo de los desfiles.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Página	37/39

- Contratación y abono de honorarios de todo el equipo de comunicación, fotógrafos, presentador/a y/o asesores en moda para retransmisión de tv mediapartner.
- Contratación y abono de todos los gastos relativos a la retransmisión del evento por medio del streaming.
- Contratación y abono de honorarios de cualquier otro profesional necesario para llevar a cabo el Proyecto presentado por la licitadora.
- Contratación y abono de los gastos derivados del transporte de las colecciones y complementos de las marcas invitadas (nacionales e internacionales), cuando así se acuerde.
- Contratación y abono de los gastos de transporte (billetes de avión, traslados internos y otros gastos de transporte), alojamientos, manutención, dietas, etc., de modelos, prensa e invitados del sector, los profesionales y equipo de trabajo que la empresa requiera para el correcto desarrollo del evento, en caso de que no residan en la isla.
- Contratación y abono de derechos de autor y de utilización de música (SGAE, AGEDI, o similares).
- Contratación y abono de derechos de imagen para las proyecciones en las Pantallas de la Pasarela o similares.

CLÁUSULA 6.- OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA ADJUDICATARIO.

1. La empresa adjudicataria deberá contar con los medios personales y materiales suficientes para supervisar, coordinar, organizar y desarrollar la celebración del evento.

2. En materia de personal, la empresa adjudicataria deberá cumplir lo siguiente:

1º) En relación con el responsable de la ejecución del contrato designado por la empresa contratada:

"La empresa contratada deberá designar al menos un coordinador o responsable de la ejecución del contrato, integrado en su propia plantilla, que tendrá entre sus obligaciones las siguientes:

a) Actuar como interlocutor de la empresa contratada frente a la entidad contratante, canalizando la comunicación entre la empresa contratada y el personal integrante del equipo de trabajo adscrito al contrato y la entidad contratante, en todo lo relativo a las cuestiones derivadas de la ejecución del contrato.

b) Distribuir el trabajo entre el personal encargado de la ejecución del contrato, e impartir a dichos trabajadores las órdenes e instrucciones de trabajo que sean necesarias en relación con la prestación del servicio contratado.

c) Supervisar el correcto desempeño por parte del personal integrante del equipo de trabajo de las funciones que tienen encomendadas, así como controlar la asistencia de dicho personal.

d) Organizar el régimen de vacaciones, licencias y permisos del personal adscrito a la ejecución del contrato, de forma que no se altere la correcta ejecución del servicio.

e) Informar a la entidad contratante sobre las variaciones, ocasionales o permanentes, en la composición del equipo de trabajo adscrito a la ejecución del contrato.

2º) En relación con las obligaciones de la empresa contratada.

a.- Corresponde exclusivamente a la empresa contratada la selección del personal que, reuniendo, en su caso, los requisitos de titulación y experiencia exigidos, formará parte del equipo de trabajo adscrito a la ejecución del contrato, sin perjuicio de la verificación por parte de la entidad contratante del cumplimiento de aquellos requisitos.

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5NfOdlFw==	Página	38/39

b.- La empresa contratada asume la obligación de ejercer de modo real, efectivo y continuo, sobre el personal integrante del equipo de trabajo encargado de la ejecución del contrato, el poder de dirección inherente a todo empresario. En particular, asumirá la negociación y pago de los salarios, la concesión de permisos, licencias y vacaciones, la sustituciones de los trabajadores en casos de baja o ausencia, las obligaciones legales en materia de Seguridad Social, incluido el abono de cotizaciones y el pago de prestaciones cuando proceda, las obligaciones legales en materia de prevención de riesgos laborales, el ejercicio de la potestad disciplinaria, así como cuantos derechos y obligaciones se deriven de la relación contractual entre empleado y empleador.

c.- La empresa contratada velará especialmente porque los trabajadores adscritos a la ejecución del contrato desarrollen su actividad sin extralimitarse en las funciones desempeñadas respecto de la actividad delimitada en los pliegos como objeto del contrato.

d.- En el caso de que la empresa contratada incumpla las obligaciones asumidas en relación con su personal, dando lugar a que el órgano o ente contratante resulte sancionado o condenado, la empresa contratada deberá indemnizar a éste de todos los daños y perjuicios que se deriven de tal incumplimiento y de las actuaciones de su personal, mediante el eventual ejercicio de las acciones legales oportunas.

3. La empresa adjudicataria deberá desarrollar sus funciones siguiendo el necesario respeto al entorno y requerimientos de la dirección del lugar donde se celebra el evento, cumpliéndose en todo caso con la legislación de ruidos y residuos aplicables a la zona y Articulo 17 del Decreto 86/2013.

4. La empresa adjudicataria, y las posibles empresas subcontratadas, deberán dar respuesta a todo requerimiento, al Cabildo o a cualquier empresa indicada por éste, para el desarrollo de estudios relativos al evento.

5. Todas Memorias, facturas y documentación que se genere del evento deberán cumplir **toda la normativa de información y publicidad que exige la Unión Europea, en especial el Manual, Art. 115 y Anexo II Reglamento (UE) 1303/2013 y Reglamento de ejecución (UE) 821/2014.** En caso de que este servicio sea cofinanciado con fondos europeos por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), se deberá hacer mención al Programa MAC-INTERREG.

6. La empresa adjudicataria deberá entregar una MEMORIA FINAL el 30 de noviembre de 2024, en la que se recojan las acciones realizadas, con detalle de objetivos e hitos conseguidos. Asimismo, entregará un clipping con todas las noticias que haya generado el evento en los medios de comunicación convencional y online, así como informe económico donde se refleje la valoración económica de todo lo publicado. **La empresa deberá entregar ejemplar o fotografía de todos los materiales promocionales y de comunicación realizados,** donde en caso de que este servicio sea cofinanciado con fondos europeos por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), se deberán observar los logos exigidos por el Programa MAC-INTERREG.

En Las Palmas de Gran Canaria, a fecha de la firma electrónica.

LA CONSEJERA DE GOBIERNO DE DESARROLLO ECONÓMICO, INDUSTRIA, COMERCIO Y ARTESANÍA.
(Acuerdo del Consejo de Gobierno Insular 31/07/2019)

Fdo.: Dª. Minerva Alonso Santana

Código Seguro De Verificación	hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Fecha	20/02/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Minerva Carmen Alonso Santana - Consejero/a de Gobierno de Desarrollo Economico, Industria, Comercio y Artesanía		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/hwky8bSLnD2vQu5Nf0dlFw==	Página	39/39