PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS DE LOS SERVICIOS DE PATROCINIO PARA EL EVENTO "*PASAIA ITSAS FESTIBALA 2026*".

1. OBJETO DEL CONTRATO.

PATROCINIO PUBLICITARIO DEL EVENTO DENOMINADO ***PASAIA ITSAS FESTIBALA 2026***.

El objeto del contrato cuya adjudicación se pretende consiste en la prestación de los servicios de patrocinio en el evento "***PASAIA ITSAS FESTIBALA 2026***" por BASQUETOUR TURISMOAREN EUSKAL AGENTZIA - AGENCIA VASCA DE TURISMO, SA. (en lo sucesivo, "BASQUETOUR" o "el Patrocinador').

BASQUETOUR precisa promocionar su imagen a través de los logos corporativos y participación en los diversos actos que componen el evento, motivo por el cual requiere que, con motivo del ***PASAIA ITSAS FESTIBALA 2026*** consistente en un destacado festival marítimo-cultural internacional celebrado bienalmente en la bahía de Pasaia (Gipuzkoa), que reúne embarcaciones tradicionales de madera de todo el mundo. Durante varios días, combina la exhibición de barcos históricos con actividades en tierra como música, gastronomía, artesanía y oficios tradicionales, celebrando la cultura y el patrimonio, y que se organizará los días 14 al 17 de mayo de 2026.

Recuperar el valor patrimonial del puerto de Pasaia y aumentar su proyección internacional como puerto del patrimonio son los objetivos de dicho festival. Con la creencia de la recuperación y promoción del gran legado marítimo cultural. Pasaia Itsas Festibala es una escenificación de la apuesta estratégica de convertir la propia historia en uno de los ejes para la transformación de Pasaia.

No es casualidad que Albaola eligiera Pasaia para ubicar su sede principal para la salvaguarda del patrimonio marítimo cultural; y no lo es tampoco que lo eligiera para construir el galeón ballenero San Juan, ya que en Pasaia construyeron el primer San Juan, nuestros antepasados en el XVI, así como innumerables barcos de madera a lo largo de los siglos. Pasaia era un gran centro de construcción naval, un lugar lleno de carpinteros de ribera, profesionales de un oficio prácticamente desaparecido de nuestras costas. Por eso, entre otras cosas, Albaola Itsas Kultur Faktoria alberga también una escuela internacional de carpintería de ribera.

El éxito de público logrado por el festival, así como la participación en el mismo de diferentes culturas marítimas y de cientos de embarcaciones y tripulantes llegados de otros puertos, demuestran que el patrimonio y la cultura marítimas son un valioso dinamizador de nuestro territorio. Es una realidad que motiva a reforzar nuestro compromiso con la autenticidad y a seguir dando protagonismo a los barcos con valor patrimonial. La calidad de las embarcaciones y la diversidad cultural marítima es la base del carácter de Pasaia Itsas Festibala y la sostenibilidad y la solidaridad los valores transversales intrínsecos a nuestra actividad.

La relación que las personas hemos tenido y tenemos con el mar sigue siendo una fuente de conocimiento, enriquecimiento continuo y motivo de celebración; por esta razón se celebrará del 14 al 17 de mayo de 2026 el Pasaia Itsas Festibala. Este festejo se traducirá en actividades tanto en tierra como en mar en consonancia con los valores de respeto, promoción y participación de esta cultura ancestral. Durante cuatro días embarcaciones de diferentes países nos visitarán, y se mezclarán culturas marítimas que se expresarán

a través de su gastronomía, su música y los oficios relacionados con el mar. Es un festival donde el público de todas las edades encontrará atractivos diferentes, y a buen seguro, repetirá.

Habida cuenta de la repercusión publicitaria que se obtendrá con la presencia de la imagen de **Euskadi Basque Country** en todos los eventos de imprenta (programas de mano, cartelería, etc.) web, redes sociales y en las proyecciones, el Patrocinador está interesado en incentivar, mediante el patrocinio, las actividades, eventos y festivales que fomenten la imagen de Euskadi, tanto dentro como fuera de las fronteras nacionales para impulsar la competitividad del sector turístico vasco.

Por consiguiente, resulta de vital interés que BASQUETOUR tome parte en el referido evento cuya repercusión social y en medios se ajusta a los objetivos de BASQUETOUR para la promoción de Euskadi en los mercados estatales e internacionales que sean prioritarios y estratégicos de acuerdo con la coyuntura del mercado, para lo que el Patrocinado se compromete a colaborar en la publicidad del Patrocinador en los términos descritos en el presente pliego, a cambio de percibir de este último una ayuda económica, para que el Patrocinado pueda organizar el ***Pasaia Itsas Festibala*** los días del 14 al 17 de mayo de 2026.

La colaboración publicitaria del Patrocinado no podrá traspasar en ningún caso los límites de licitud del Título II de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, (en adelante, la "Ley General de Publicidad").

2. RÉGIMEN JURÍDICO Y NORMATIVA APLICABLE.

- Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transpone al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante LCSP).
- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.
- Ley 4/2005, de 18 de febrero, para la igualdad de Mujeres y Hombres.

3. CESIÓN DE DERECHO DE USO DE LAS MARCAS DEL PATROCINADOR.

En virtud del contrato cuya adjudicación se pretende, el Patrocinador concede al Patrocinado una licencia de uso no exclusivo de la marca **Euskadi Basque Country** a los solos efectos de su utilización en el **PASAIA ITSAS FESTIBALA 2026** y el/la Patrocinado/a se compromete a respetar en todo momento el color y logotipo de las marcas, así como a utilizarlas conforme a la legalidad vigente y a los solos efectos de lo dispuesto en el presente Contrato.

El Patrocinado se compromete a no alterar ni desfigurar de ninguna manera las marcas objeto de publicitación. En cualquier caso, la utilización de las marcas corporativas del Patrocinador será siempre revisada y autorizada por el Patrocinador, con el fin de conservar su imagen identificativa y la cultura de la empresa.

4. OBLIGACIONES DEL PATROCINADO.

El patrocinado se obliga a colaborar publicitariamente con Basquetour en los términos siguientes:

a) Ser el responsable final del correcto desarrollo de la actividad. Realizar la organización integral del evento, haciéndose responsable de todos los gastos relativos al mismo.

b) Tramitar todos los permisos necesarios para la organización del evento.

c) Atender el desarrollo del evento en todo momento y velar por la seguridad de las personas asistentes a la misma.

d) Coordinar todos los medios técnicos y logísticos necesarios para la organización del evento según el programa acordado.

e) Realizar de forma clara mención expresa al patrocinio de Basquetour S.A. (mediante la marca Euskadi Basque Country) en cuantos soportes o plataformas publicitarias sean desarrollados por la organización.

.- RETORNOS PARA LA EDICIÓN 2026 DEL PATROCINIO.

Los retornos y contraprestaciones que la ASOCIACIÓN ALBAOLA, como organizadora del evento PASAIA ITSAS FESTIBALA 2026, ofrece a Basquetour a cambio de su patrocinio serán los siguientes:

Desglose económico de la financiación solicitada:

ACTIVIDADES MAR-BARCOS GRANDES	**118.675 €**
Etoile Du Roy	72.600 €
ND Rumengol	6.750 €
Recouvrance	27.225 €
Evangelina	12.100 €
MARKETING	**46.650 €**
Estudio de impacto y encuestas de satisfacción	4.000 €
Impresiones (tickets, carteles, banderolas, banderas)	5.650 €
Documentación audiovisual del evento	25.000 €
Soporte de agencia de comunicación	12.000 €
TOTAL	**165.325 €**

5. Plan de visibilidad y retorno publicitario

Con el objetivo de garantizar la máxima difusión del patrocinio de **Basquetour**, se contemplan las siguientes acciones:

5.1 Presencia en material promocional

El logotipo de **Basquetour** aparecerá en:

- programa oficial del evento

- cartelería promocional
- banners y soportes gráficos
- acreditaciones
- material informativo

5.2 Comunicación digital

- Inclusión del logotipo en la **web oficial del evento**
- Menciones en publicaciones de **redes sociales**
- Inclusión en **newsletter y campañas digitales**

5.3 Presencia durante el evento

- señalética del recinto
- pantallas o soportes audiovisuales
- menciones institucionales

6. Cuantificación del retorno publicitario

El retorno publicitario del patrocinio se estima a partir de la audiencia prevista y del alcance de las acciones de comunicación.

Impacto estimado

Acción

Audiencia estimada

Asistencia presencial

140.000

Alcance en redes sociales

Instagram 4.428 seguidores

Facebook 4.088 seguidores

X (Twiter) 903 seguidores

Youtube: 348 seguidores

Difusión en medios

55 periodistas acreditados

Impactos publicitarios

Impacto total estimado:

300 impactos estimados

Valoración económica del retorno

El valor equivalente de las acciones publicitarias se estima en:

900.000,00€

Retorno publicitario estimado para Basquetour

Concepto

Alcance estimado

Valor económico (€)

Visibilidad en evento

140.000 asistentes presenciales

75.000 €

Ecosistema digital

1,5 – 3 millones impresiones

55.000 – 70.000 €

Cobertura mediática (PR)

300 impactos en prensa / 75 periodis-tas

900.000 €

Asociación marca destino Euskadi

Valor reputacional cualitativo

45.000 €

Activaciones institucionales

Presencia institucional y relacional

25.000 €

TOTAL RETORNO ESTIMADO (AVE)

1.100.000 – 1.120.000 €

Este retorno refleja la **valoración publicitaria global del festival**, sumando visibilidad en evento, medios digitales, cobertura mediática y activaciones institucionales.

Retorno publicitario directo para Basquetour

- **Aportación Basquetour:** 200.000 € (IVA incluido)
- **Presupuesto total del festival:** 965.000 €
- Retorno publicitario proporcional atribuible a Basquetour:

≈230.000–232.000€

- ROI directo:

$ROI = Retorno directo / Inversión \approx 1{,}16$

Este valor refleja la parte proporcional del retorno publicitario atribuible a la inversión de Basque-tour, **sin incluir impacto económico inducido ni valor estratégico de marca**.

Impacto económico inducido

- **Impacto económico estimado en Pasaia y comarca:** 3.500.000 €
- Proveniente de gasto en alojamiento, restauración, comercio, transporte y actividades culturales
- Representa un **multiplicador de 17,5 veces sobre la inversión de Basquetour**, reforzando la eficiencia y valor institucional del patrocinio .

Interpretación estratégica

Más allá del retorno publicitario directo, la inversión de Basquetour genera beneficios estratégicos clave:

1. **Posicionamiento de Euskadi** como destino experiencial y cultural
2. **Atracción de turismo de valor**, con estancias más largas y gasto elevado
3. **Desestacionalización** de la demanda turística (evento en mayo)
4. **Distribución territorial del turismo**, fortaleciendo Pasaia como enclave costero sostenible
5. **Retorno institucional ampliado**, incluyendo visibilidad, reputación y asociación a un evento internacional de referencia.

Conclusión

La participación de Basquetour en el **Pasaia Itsas Festibala 2026** constituye una **inversión estratégica de alto valor**, ofreciendo:

- **Retorno publicitario directo proporcional:** 230.000 – 232.000 €
- **ROI directo:** 1,16
- **Impacto económico inducido:** 3.500.000 €
- Refuerzo de los **objetivos institucionales de Basquetour**, incluyendo posicionamiento, sostenibilidad, cultura, turismo de valor y desarrollo territorial equilibrado

En síntesis, la colaboración combina **eficiencia publicitaria, impacto económico y valor estratégico**, alineándose plenamente con la misión de Basquetour.

El importe total del patrocinio, a través de los diferentes retornos, contraprestaciones y/o capacidades de visibilidad expuestas anteriormente, ha sido cuantificado en **200.000,00 € (I.V.A. incluido)**

NOTA: La imagen de Basquetour (Euskadi Basque Country) compartirá espacios de comunicación con otras empresas y administraciones patrocinadoras del festival, no teniendo exclusividad en ningún soporte de comunicación del evento.

PROCEDIMIENTO:

Basquetour (Euskadi Basque Country) y la ASOCIACIÓN ALBAOLA consensuarán una estrategia de comunicación en redes sociales, web y otros medios de comunicación impresos, digitales y otras acciones de comunicación, que sirva como marco que defina plazos y contenidos específicos para cada acción.

Basquetour (Euskadi Basque Country) deberá suministrar la documentación a ser comunicada por redes sociales y web en plazo y formato consensuado en el anterior proceso de desarrollo de la estrategia de comunicación.

f) Comunicar cualquier incidencia que suponga una alteración del normal desarrollo de las acciones.

g) Asumir las obligaciones impuestas por la Ley 4/2005, de 18 de febrero, para la igualdad de Mujeres y Hombres, a las entidades que contratan, convenian o reciben ayudas de la Administración en su art. 2.3: i. Regirse según los principios de la igualdad de trato, la igualdad de oportunidades, el respeto a la diversidad y a la diferencia con respecto a sus trabajadoras y trabajadores. ii. Integrar la perspectiva de género, utilizar la acción positiva, avanzar en la eliminación de roles y estereotipos en función del sexo, en sus actuaciones. iii. A procurar una representación equilibrada de mujeres y hombres con capacidad, competencia y preparación adecuada en sus órganos directivos y colegiados. iv. A efectuar un uso no sexista del lenguaje y las imágenes en cualquier tipo de soporte.

h) Cumplir con la normativa vigente en materia de protección de datos.

i) Asumir los gastos fiscales, notariales o de otra índole que en su caso se generen con motivo del otorgamiento del presente Contrato.

j) Asumir el coste de todos los soportes publicitarios que sea necesario adquirir, rotular o colocar para el cumplimiento de las obligaciones que le corresponden con arreglo al presente Contrato.

k) La ASOCIACIÓN ALBAOLA presentará en el plazo de un mes desde la finalización del evento la siguiente documentación:

- Dos memorias finales (una memoria final de actividad y otra memoria final económica), además de un estudio de impacto en materia de comunicación (RRSS, prensa, radio, TV…) realizado por una empresa externa independiente, junto con los justificantes y acreditaciones correspondientes.

5. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR

La entidad organizadora deberá presentar su propuesta de patrocinio, en la que describirá las acciones promocionales y publicitarias contrapartida del patrocinio que oferte, que como mínimo serán aquellas descritas en la cláusula cuarta del presente pliego, en las que utilizará la imagen y logo institucional de “Euskadi Basque Country”, y “Departamento de Turismo, Comercio y Consumo del Gobierno Vasco” en los distintos soportes desarrollados para la realización del evento.

La oferta deberá recoger el importe total de los servicios ofertados desglosando el importe principal con su IVA correspondiente.

La oferta presentada se valorará según las contraprestaciones que contemple, en función del número, variedad y repercusión de estas.

A la finalización del evento y en un plazo no posterior a un mes, la empresa adjudicataria deberá entregar la documentación que justifique el cumplimiento de las contraprestaciones contempladas en el contrato, esto es, dos memorias finales (una memoria final de actividad y otra memoria final económica), además de un estudio de impacto en materia de comunicación (RRSS, prensa, radio, televisión, etc.) realizado por una empresa externa independiente, junto con los justificantes y acreditaciones correspondientes, se incluirán, al menos, los siguientes puntos:

- desarrollo del evento, con descripción de las actividades realizadas y datos aproximados de los participantes (número, procedencia, etc.).
- originales, fotografías o fotocopias de los distintos soportes utilizados para la difusión del evento y, por consiguiente, de la marca Euskadi Basque Country.
- Análisis del impacto en cada medio.
- Dossier de noticias relacionadas con el evento y valoración del impacto en medios

realizado por empresa.

- Cumplimiento de otros aspectos en que la oferta presentada mejore las contraprestaciones referidas.

6. DOCUMENTOS DE CARÁCTER CONTRACTUAL.

Tienen carácter contractual los siguientes documentos:

a) El pliego de cláusulas administrativas particulares (PCAP).

b) El pliego de prescripciones técnicas particulares (PPT).

c) El documento de formalización del contrato.

d) La oferta de la adjudicataria.

7. CONFIDENCIALIDAD

Las Partes se comprometen a mantener confidenciales los términos y condiciones del futuro Contrato y a no realizar ningún tipo de anuncio o comunicación a terceras personas en relación con el mismo, salvo previo consentimiento expreso y por escrito de la otra Parte. La obligación de secreto y confidencialidad entrará en vigor a la firma del presente Contrato y perdurará durante toda su vigencia y por un período de cinco años posterior a su finalización.

En el supuesto de que, como consecuencia del cumplimiento de obligaciones de carácter legal para cualquiera de las Partes (incluyendo la legislación del Mercado de Valores), deba suministrarse información del presente Contrato, las Partes deberán conocer y dar el visto bueno al contenido de la información que deba suministrarse, cumpliendo en todo caso lo prevenido en la Ley que fuere de aplicación.

8. PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL.

En la ejecución del contrato de patrocinio las Partes respetarán la normativa vigente en materia de protección de datos de carácter personal, y se obligan a adoptar e implementar las medidas de seguridad a que se refiere la sección 2 del capítulo IV, artículos 32 y SS del Reglamento (UE) 2016/679 de 27 de abril de 2016 (en adelante, “RGPD”).

Las Partes se comprometen a cumplir lo dispuesto en el RGPD y demás normativa sobre Protección de Datos de Carácter Personal y, específicamente las obligaciones de información y exigencia de consentimiento expreso a los interesados para el tratamiento y cesión de sus datos.

9. INCUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES.

Si el/la Patrocinado/a, por causas que le sean imputables, desarrolla la colaboración publicitaria objeto del patrocinio con alteración, defecto o menoscabo de alguno de sus elementos esenciales, deberá ejecutar de nuevo la publicidad; si la repetición no fuera posible, el Patrocinador podrá exigir la reducción de la ayuda así como la indemnización de los perjuicios causados.

Cuando el Patrocinado/a no cumpla su obligación de difusión de la colaboración publicitaria objeto del patrocinio, el Patrocinador podrá exigir el cumplimiento posterior en las mismas condiciones pactadas, o resolver el Contrato con devolución de lo pagado al Patrocinado. En ambos casos, el Patrocinado deberá indemnizar al Patrocinador por los daños y perjuicios causados.

Cuando la falta de difusión sea imputable al Patrocinador, éste vendrá obligado a indemnizar al Patrocinado por los daños y perjuicios causados así como a satisfacerle íntegramente la ayuda económica correspondiente.

En otros supuestos de incumplimiento, el perjudicado podrá escoger entre exigir el cumplimiento o la resolución del presente Contrato, con el resarcimiento de daños y abono de intereses en ambos casos. También podrá pedir la resolución de este Contrato, aún después de haber optado por el cumplimiento, cuando éste resultare imposible.

En lo no dispuesto en esta cláusula, se acudirá al régimen de incumplimiento de obligaciones del Derecho Común.

10.GARANTÍAS.

El Patrocinador garantiza que:

(a) La publicidad realizada en virtud del presente Contrato es lícita y, en especial, que no vulnera las normas contenidas en la Ley General de Publicidad, en la Ley de Defensa de la Competencia, en la Ley de Competencia Desleal, en la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios, en la Ley de la Sociedad de los Servicios de la Información, la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal, en los Códigos de Autocontrol de la Publicidad que resulten aplicables y en la legislación especial relativa a la publicidad en los medios de comunicación.

(b) Los materiales suministrados al Patrocinado como consecuencia de su patrocinio se adecuarán a la ley, la moral, el orden público, las buenas costumbres y en ningún caso resultarán ofensivos ni infringirán los derechos de terceros.

(c) El/la Patrocinado/a quedará indemne de todos los costes, daños o perjuicios en que tuviera que incurrir en caso de reclamación que sea dirigida contra el/la Patrocinado/a fundamentada en la falta de cumplimiento de la presente cláusula por el/la Patrocinado/a.