

Referencia:	2020/00002994R
Asunto:	BASES QUE HAN DE REGIR LA CONVOCATORIA PARA LA SELECCIÓN DE ENTIDADES COLABORADORAS EN MATERIA DE COMARKETING PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE FUERTEVENTURA EN EL MARCO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE ACCIÓN 2020 DEL PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA
Interesado:	
Representante:	

BASES QUE HAN DE REGIR LA CONVOCATORIA PARA LA SELECCIÓN DE ENTIDADES COLABORADORAS EN MATERIA DE COMARKETING PARA LA PROMOCION TURISTICA DE FUERTEVENTURA EN EL MARCO DEL PLAN ESTRATEGICO DE ACCION 2020 DEL PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA.

TITULO PRELIMINAR

El desarrollo en los destinos turísticos locales parte de un proceso en el que participan activamente tanto la sociedad como el territorio en el que se encuentra. Por una parte la sociedad, participa manteniendo su propia identidad y por otro, el territorio supone la base para fortalecer las dinámicas económicas, sociales y culturales, facilitando la articulación de cada uno de los componentes del destino y logrando una mayor intervención y control entre los mismos. Para poder llevar a cabo este proceso, es fundamental la participación de todos los agentes tanto públicos como privados, que interactúan dentro de los límites del sistema, para lo que es imprescindible un proyecto común que combine: generación de crecimiento económico, equidad, cambio social y cultural, sostenibilidad medio ambiental, enfoque de género y calidad de vida, entre otros.

Es por ello que la competitividad de un destino turístico, así como su desarrollo integral, deben incorporar cada uno de los intereses y necesidades de los actores, entre los que no puede faltar la Administración, al tiempo que ha de contar con la opinión y la participación activa y constante de todos.

Si bien la mayor parte de los destinos turísticos enfocan sus esfuerzos para la competitividad en sus recursos naturales, culturales o artificiales, existe una serie de elementos intangibles que constituyen un instrumento básico de éxito, entre ellos, el capital relacional, inmerso dentro del denominado capital intangible de un destino y fruto de las acciones de cooperación entre los agentes.

Bajo esta consideración, las estrategias de promoción de un destino turístico habrían de buscar la formación de redes de cooperación capaces de generar ese capital relacional que les lleve al crecimiento y desarrollo deseados.

Las tradicionales fórmulas de comercialización han dado paso a un proceso en el que se ha de integrar el conocimiento de todos y cada uno de los actores (públicos y privados) con el objeto de mejorar la comunicación del destino y hacerla más eficiente.

La colaboración público-privada se presenta así como una magnífica fórmula de cooperación, orientadas al interés general, entre las distintas administraciones del sector público con empresas privadas y particulares.

La campaña 2019 ha sido un claro ejemplo de las dificultades y obstáculos en el reto de mantener la afluencia de turistas a la Isla de Fuerteventura, con una clara apuesta por la formación y la calidad de la oferta turística en general en la necesidad de competir con otros destinos rivales, pero también acontecimientos inesperados que han revulsionado el panorama empresarial en el ámbito de la turoperación y el transporte aéreo. Con todas estas variables se hace imprescindible lograr el compromiso de los operadores económicos de programación de un volumen de plazas turísticas con destino Fuerteventura, en el objetivo común de mantener los niveles de afluencia de años anteriores, combinando desarrollo económico, competitividad del destino y sostenibilidad.

En este marco de actuación, y con la finalidad de alcanzar los objetivos marcados en el Plan de Acción 2020, el Patronato de Turismo de Fuerteventura presenta una convocatoria pública cuyas bases reguladoras se enmarcan en la colaboración público-privada que permita unir esfuerzos para mejorar la promoción y difusión del destino turístico “Fuerteventura” durante el presente año 2020 a través de la herramienta del co-marketing estratégico y dirigidos a dar cumplimiento a los ejes estratégicos fijados en el Plan de Acción 2020 del Patronato de Fuerteventura.

La presente convocatoria de cooperación en el ámbito del co-marketing estratégico, se sujeta a los principios de publicidad, transparencia, igualdad de trato y no discriminación, además de la necesaria cooperación y eficiencia en la utilización de recursos públicos, y la participación en ella supone la aceptación de los términos y condiciones establecidas en estas bases.

Por todo ello, se aprueban como anexo a esta Resolución las Bases de la presente convocatoria pública para suscribir convenios de colaboración entre el Patronato de Turismo de Fuerteventura y las entidades que cumplimenten los requisitos establecidos en las mismas.

BASES REGULADORAS

1.- OBJETO

Las presentes Bases tienen por objeto establecer las normas que han de regir la selección de entidades colaboradoras para el co-marketing estratégico dirigido a la implementación y promoción del destino turístico Fuerteventura durante la temporada 2020,

así como a fijar las condiciones en que ha de desenvolverse la citada colaboración, en el marco de los objetivos fijados en el Plan de Acción 2020 del Patronato de Turismo de Fuerteventura.

Se establecen los siguientes mercados de destino:

- Alemania
- Reino Unido
- Irlanda
- Hungría
- Chequia
- Polonia
- Francia
- Bélgica
- Holanda
- Rumanía
- Italia
- Suecia
- Noruega
- Dinamarca
- Luxemburgo
- Austria
- Suiza
- Ucrania
- España

2.- REGIMEN JURIDICO

Las presentes Bases tienen naturaleza administrativa, siendo de aplicación la Ley 39/2015, de Procedimiento administrativo, la Ley 40/2015 de régimen jurídico del Sector Público, así como Legislación de régimen local.

Los Convenios de colaboración que se formalicen con las entidades seleccionadas al amparo de las presentes bases estarán excluidos de la aplicación de la Ley 9/2017, de Contratos del Sector Publico, sin perjuicio de la aplicación en su caso los principios de la citada Ley para resolver las dudas y lagunas que pudieran plantearse.

3.- ENTIDADES COLABORADORAS

Tratando de llevar a cabo una acción conjunta entre el Patronato de Turismo de Fuerteventura por un lado y, los tour-operadores (TO) y compañías aéreas (LA) por otro, que potencien la rentabilidad en la gestión de los recursos tanto públicos como privados, implementando la competitividad del destino turístico Fuerteventura, y apoyándose en el refuerzo que aporta la imagen de marca de las entidades participantes, podrán solicitar la suscripción de convenios de colaboración de co-marketing, y en su caso, suscribir los mismos con el Patronato de Turismo de Fuerteventura las personas naturales o jurídicas, españolas o extranjeras que, teniendo plena capacidad de obrar, no se hallen comprendidas en alguna de las circunstancias previstas en la legislación de origen o española de estar incurso en prohibición de contratar con la administración pública, y acrediten la habilitación profesional exigible por la legislación, tanto de origen como española, para llevar a cabo las prestaciones objeto de los Convenios de co-marketing, según resulte de sus respectivos Estatutos o normas fundacionales y dispongan de una organización con elementos personales y materiales suficientes para la debida ejecución del convenio.

En caso de solicitudes de empresas no españolas pertenecientes a Estados miembros de la Unión Europea, aquellas deberán acreditar su capacidad de obrar mediante certificación de inscripción en uno de los registros profesionales o comerciales que se indican en el anexo I del Reglamento General de la LCAP.

Para el resto de empresas extranjeras, deberán acreditar su capacidad mediante informe expedido por la Misión Diplomática Permanente u Oficina consular de España en el lugar del domicilio de la empresa, en la que se haga constar, previa acreditación por ésta, que figuran inscritas en el Registro local profesional, comercial o análogo o, en su defecto, que actúan con habitualidad en el tráfico local en el ámbito de actividades objeto de los Convenios de Colaboración.

4.-ACTUACIONES PROMOCIONALES

La colaboración en materia de co-marketing entre el Patronato de Turismo de Fuerteventura y las entidades colaboradoras podrá concretarse en las siguientes acciones promocionales:

- Programación directa de plazas aéreas con destino Fuerteventura.
- Campañas publicitarias off-line
- Campañas publicitarias on-line.
- Roadshow
- Press Trips y Fam Trips

- Otras: Rotulación aeronaves, etc.

Las actuaciones promocionales deberán incorporar en todo caso el compromiso por parte de la entidad colaboradora de contratación de un mínimo de plazas aéreas con destino Fuerteventura durante el ejercicio 2020.

5.- PLAZO Y FORMA DE PRESENTACIÓN DE SOLICITUDES Y DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA

Las solicitudes de participación en el procedimiento de selección de entidades colaboradoras para la suscripción de convenios de co-marketing se presentarán en el plazo de diez (10) días hábiles, contados a partir de la publicación de la presente convocatoria y bases en el Diario Oficial de la Unión Europea. Asimismo, se dará publicidad de la misma en la página web del Patronato de Turismo de Fuerteventura.

Las solicitudes deberán ser dirigidas al Patronato de Turismo de Fuerteventura, sito en calle Almirante Lallermán núm. 1 de Puerto del Rosario (www.visitfuerteventura.es), a través de cualesquiera medios previstos en la Ley 39/2015.

Las solicitudes de participación, con el contenido previsto en el art.66 de la citada Ley 39/2015, deberán ajustarse a las presentes Bases, y su presentación supone la aceptación incondicionada por parte de la entidad colaboradora del contenido de las mismas, sin salvedad o reserva alguna, así como la autorización al Patronato de Turismo de Fuerteventura y, en su caso, a la Comisión Técnica que se constituya al efecto, para consultar o comprobar los datos recogidos en la solicitud y documentación anexa. Vendrán acompañadas de una declaración responsable que acredite:

- Que la entidad está válidamente constituida y que conforme a su objeto social puede suscribir el correspondiente convenio de colaboración de comarketing, así como que el firmante de la declaración ostenta la debida representación para la presentación de la solicitud. Los poderes de representación deberán, en su caso, incluir la apostilla de La Haya.
- Que cumple los requisitos exigidos en las presentes Bases.
- Que no está incurso en ninguna prohibición para suscribir contratos o convenios con la Administración pública.
- Que se encuentra al corriente de sus obligaciones tributarias y con la Seguridad Social según la legislación que resulte de aplicación.
- La designación de una dirección de correo electrónico a través de la cual se llevarán a cabo las comunicaciones con la misma.
- Sometimiento a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales españoles de cualquier orden para todas las incidencias que de modo directo o indirecto pudieran surgir

del contrato, con renuncia, en su caso, al fuero jurisdiccional extranjero que pudiera corresponder a la entidad colaboradora para el caso de que se trate de entidades extranjeras.

Junto a la documentación administrativa, acompañarán una Memoria explicativa de su posicionamiento y trayectoria en el mercado de origen, así como una Propuesta Técnica que concrete las distintas acciones a desarrollar, plazos de duración y presupuesto de ejecución.

Toda la documentación habrá de presentarse en idioma español.

6.- FASE ADMINISTRATIVA: REVISION DE LA DOCUMENTACIÓN

Finalizado el plazo de presentación de solicitudes, por los servicios administrativos del Patronato de Turismo de Fuerteventura se procederá a verificar el cumplimiento de los requisitos de las mismas, así como de la documentación aportada, resolviéndose acerca de la relación de entidades admitidas, de cara a iniciar la fase de negociación y valoración de las propuestas, lo que se publicará a efectos informativos en la página web corporativa del Patronato de Turismo de Fuerteventura www.visitfuerteventura.es

En caso de que las solicitantes no cumplan los requisitos exigidos, podrán ser subsanadas mediante el oportuno requerimiento. Caso de no ser atendido, se tendrá por desistida a la entidad en su solicitud en los términos de la Ley 39/2015.

7.- FASE TECNICA: CRITERIOS DE VALORACIÓN Y NEGOCIACION

A efectos de valoración de las solicitudes y negociación con las entidades colaboradoras, se constituirá una comisión técnica integrada por el Gerente del Patronato de Turismo de Fuerteventura, que la presidirá, y dos técnicos designados por la Presidencia, que actuarán como vocales.

Se establecen los siguientes criterios de valoración:

Criterio de baremación	Puntuación
1º.- Acreditación de tener compañía propia y programar más de 100.000 plazas aéreas anuales hacia Fuerteventura ligadas a touroperación, temporada de verano 2020 más periodo octubre-diciembre 2020.* ⁽¹⁾	75 puntos
2º.- Acreditación de contratar en compañías aéreas más de 100.000 plazas aéreas anuales hacia Fuerteventura ligadas a paquetes turísticos comercializados por el operador turístico que opte al convenio. * ⁽²⁾	55 puntos
3º.- Campaña exclusiva de Fuerteventura y Touroperador en soportes mediáticos externos (vallas publicitarias, medios de transportes públicos, puntos de tránsito público, medios de comunicación de tirada nacional y/o regional, durante tres meses previos a la temporada turística de verano o invierno.	20 puntos
4º.- Rotulación de un avión con logo o nombre de Fuerteventura durante un periodo de un año.	15 puntos
5º.- Promoción de Fuerteventura durante un periodo de siete meses consecutivos en más de 50 agencias de viajes propiedad del touroperador o en colaboración con éste.	10 puntos
6º.- Inclusión de Fuerteventura en al menos un programa anual de Press y Fam Trips propios del Touroperador.	10 puntos
7º.- Roadshow propio del touroperador que incluya Fuerteventura en al menos 4 ciudades del mercado emisor.	05 puntos
8º.- Promoción de Fuerteventura en catálogo/revista de la compañía aérea ligada al touroperador	04 puntos
9º.- Promoción de Fuerteventura durante un periodo de 7 meses al año con banner dedicado al destino en la web del touroperador.	03 puntos
10º.- Promoción de Fuerteventura en uno de los catálogos de temporada del touroperador dentro del periodo de vigencia del convenio de comarketing.	03 puntos

⁽¹⁾Este criterio es incompatible con el punto 2º. A este criterio sólo puede optarse desde un único mercado.

⁽²⁾Este criterio es incompatible con el punto 1º. A este criterio sólo puede optarse desde un único mercado.

La Comisión Técnica emitirá informe acerca de la adecuación de los presupuestos presentados a los precios de mercado.

8.- DOTACION ECONÓMICA

La convocatoria para la realización de convenios de colaboración está dotada de un presupuesto máximo de 1.500.000€, en la aplicación presupuestaria 020.4320B.22699, a cuyos efectos se ha expedido el correspondiente documento de retención de crédito. Esta cantidad está destinada a cubrir los compromisos económicos y obligaciones para el Patronato de Turismo de Fuerteventura que se deriven de los Convenios de colaboración que se suscriban, y que en todo caso no podrán superar el 50% del coste total presupuestado para las acciones promocionales.

En el caso de que la partida reservada fuese insuficiente, aquella podrá ser ampliada a criterio de la Presidencia del Patronato, en función de la disponibilidad presupuestaria, con un máximo del 20 %.

9.- IMAGEN CORPORATIVA

Las distintas acciones que pudieran enmarcarse en los Convenios de colaboración que se suscriban entre el Patronato de Turismo de Fuerteventura y los Turoperadores y Compañías Aéreas deberán incorporar la imagen corporativa del Patronato de Turismo de Fuerteventura, conforme a las condiciones y requisitos establecidos para el uso de la marca “Fuerteventura, islas Canarias”.

**Marca nacional M2910064(X) -
FUERTEVENTURA ISLAS CANARIAS**



- Expediente: [M 2910064](#)
- Titular: PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA
- Tipo distintivo: M
- Situación: EN VIGOR: PUBLICACION CONCESION
- Fecha de situación: 23/09/2010

Así mismo, el Patronato de Turismo de Fuerteventura podrá solicitar a la entidad la inclusión de la imagen corporativa de otras administraciones públicas.

10.- FORMALIZACIÓN DE LOS CONVENIOS DE COLABORACION

Concluida la fase de negociación, se procederá a plasmar los acuerdos alcanzados en el correspondiente convenio de colaboración de co-marketing estratégico, conforme al modelo que se adjunta como Anexo I, que se tramitará conforme a lo dispuesto en la Ley 40/2015.

La firma de los convenios habrá de llevarse a cabo en el plazo de un mes desde la aprobación de la correspondiente negociación. En caso contrario, se entenderá a la entidad colaboradora desistida en su solicitud.

11.- VIGENCIA DE LOS CONVENIOS DE COLABORACIÓN.-

La duración de los Convenios de Colaboración vendrá determinada por el cronograma de las campañas que incorporen. Igualmente incorporarán las causas de resolución de los mismos, además del cumplimiento de los compromisos que establezcan.

12.- JUSTIFICACION DE LAS CAMPAÑAS Y CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS

Finalizada la/s campañas incluidas en el Convenio, la entidad colaboradora deberá presentar memoria justificativa de las actuaciones realizadas y compromisos asumidos. La verificación de la justificación aportada se llevará a cabo por parte de los servicios administrativos del Patronato de Turismo de Fuerteventura.

El cumplimiento de las obligaciones económicas que se deriven para el Patronato de Turismo de Fuerteventura fruto de los Convenios suscritos se abonará de la siguiente forma:

Las acciones se abonarán o bien todas juntas a la finalización de la campaña o bien se abonará cada prestación conforme vaya terminando, mediante la presentación de la correspondiente factura acompañada de la Memoria Justificativa de las actuaciones realizadas que acrediten el cumplimiento de los compromisos asumidos.

Pago previo informe favorable del responsable técnico.

13.- PROTECCION DE DATOS

De conformidad con lo establecido en la LO 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales, los solicitantes quedan informados y aceptan la incorporación de los datos que faciliten al Patronato de Turismo.

14.- CONFIDENCIALIDAD

Cualquier información confidencial revelada por el Patronato a las entidades colaboradoras con las que se formalicen acciones de co-marketing durante la vigencia de los convenios, deberá mantenerse por su receptor con carácter estrictamente confidencial, comprometiéndose a utilizarla únicamente para la finalidad para la cual ha sido revelada por el emisor, salvo imperativo legal.

15.- COMISION DE SEGUIMIENTO

Se establece una Comisión de Seguimiento de los Convenios integrada por un representante del Patronato de Turismo y un representante de la entidad colaboradora, cuya misión será el seguimiento, la vigilancia y control de la ejecución del convenio y de los compromisos adquiridos por los firmantes. Este mecanismo resolverá los problemas de interpretación y cumplimiento que puedan plantearse respecto de los convenios.

16.- CONFLICTOS

No obstante lo anterior, las cuestiones litigiosas que surjan entre las partes relacionadas con los efectos, ejecución y extinción del convenio se resolverán ante los Juzgados y Tribunales españoles y serán de competencia de la jurisdicción contencioso-administrativa, una vez agotada la correspondiente vía administrativa, de conformidad con lo establecido en la Legislación sobre procedimiento administrativo común.

ANEXO I

CONVENIO DE COLABORACION DE COMARKETING ENTRE EL PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA YPARA LA IMPLEMENTACION DE LA PROMOCION TURISTICA DEL DESTINO FUERTEVENTURA

REUNIDOS

DE UNA PARTE,

D. BLAS ACOSTA CABRERA, mayor de edad, con N.I.F., en su calidad de PRESIDENTE DEL PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA, con CIF número....., y con domicilio social y a efectos de notificaciones en la **calle**y dirección de correo electrónico, en virtud de las facultades conferidas en.....de sus Estatutos

DE OTRA,

D....., mayor de edad, con N.I.F....., en calidad de. de nacionalidad....., con CIF númeroy con domicilio social eny domicilio a efectos de notificaciones en....., en virtud de las facultades conferidas.Constituida en escritura pública

INTERVIENEN

En función de sus respectivos cargos, en virtud de las competencias que tienen atribuidas y con plena capacidad para formalizar el presente Convenio de Colaboración, conforme a lo establecido anteriormente.

EXPONEN

I.- Que, es interés del PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA Y LA ENTIDAD.colaborar conjuntamente en la promoción turística de Fuerteventura como destino de la marca Islas Canarias, con la finalidad de optimizar la eficiencia de la actividad promocional mediante la realización de acciones conjuntamente que deberán estar alineadas con la estrategia promocional definida por la isla de Fuerteventura en su Plan Estratégico de Acción 2020.

Que el Patronato de Turismo de Fuerteventura tiene entre sus funciones promocionar la Isla y sus excelencias turísticas para aumentar el número de turistas que nos visitan, siendo esta tarea propia de este órgano, según la Ley 07/1995 art. 06 donde establece las competencias de las administraciones insulares en materia de promoción.

Que entre los fines relacionados en los Estatutos del Patronato de Turismo de Fuerteventura se encuentra la organización de actos encaminados a la atracción del turismo, la realización de acciones y gestiones en la isla o fuera de ella tendentes a mejorar la imagen turística de la misma y en general cuantos asuntos relacionados con el turismo sean de interés para la isla.

II.- Que el Patronato de Turismo de Fuerteventura, y la entidadlogran su objetivo de continuar con la promoción turística de Fuerteventura como destino de la marca Islas Canarias, mediante las acciones previstas en el presente convenio, principalmente por los siguientes motivos (indicar trayectoria de la entidad colaboradora):

III.- Que a propuesta de la Comisión Técnica de valoración constituida al efecto en el marco de las BASES PARA LA CELEBRACION DE CONVENIOS DE COLABORACION DE COMARKETING PARA LA PROMOCION TURISTICA DE FUERTEVENTURA EN EL MARCO DEL PLAN ESTRATEGICO DE ACCION 2020 DEL PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA aprobadas por Resolución de la Presidencia del Patronato.....se ha aprobado la acción promocional contemplada en el presente Convenio, habiéndose cumplido, además, todos los restantes requisitos establecidos al efecto.

IV.- Que la entidadconsiderando la importancia que tiene Fuerteventura como destino turístico de la marca Islas Canarias, y estimando que las realizaciones de acciones promocionales sirven para lograr un mayor conocimiento del destino, y con ello, elevar el número de personas que la elijan para sus vacaciones, está en disposición y acepta la colaboración en la realización de una Campaña Promocional, conjuntamente con el Patronato de Turismo de Fuerteventura.

V.- Que, en virtud de todo ello, las partes acuerdan suscribir el presente Convenio de Colaboración, de conformidad con las siguientes,

ESTIPULACIONES

PRIMERA. - OBJETO

Constituye el objeto del presente Convenio la realización conjunta entre el PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA y la entidadde una campaña de comarketing concretada en las acciones que se detallan en anexo.

Al objeto de materializar la campaña de comarketing, el Patronato de Turismo de Fuerteventura facilitará a la entidad el logotipo, imágenes, textos, audiovisuales y demás material necesario, para la correcta ejecución de las acciones citadas, no pudiendo la entidad emitir material alguno sin la conformidad previa del PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA.

Una vez concluida la campaña o acciones promocionales antes descritas, la entidad remitirá al PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA Memoria integrada por la siguiente documentación:

- Justificación de la efectiva realización de las acciones
- Un (1) informe evaluando los resultados de la campaña/acciones promocionales

SEGUNDA. – OBLIGACIONES Y COMPROMISOS ECONÓMICOS.

El coste total de las campañas objeto del presente Convenio será de€ (impuestos incluidos), de los cuales PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA aportará el X % (...0.000€ (impuestos incluidos) así como material valorado en€, y la entidadaportará el X% (el porcentaje restante). La aportación del Patronato de Turismo no podrá superar el 50% del coste total presupuestado para las acciones promocionales.

Al efecto el Patronato de Turismo de Fuerteventura cuenta con el crédito adecuado y suficiente en la aplicación presupuestaria 020.4320B.22699.

Asimismo las partes asumen los siguientes compromisos:

Abono del precio: El Patronato de Turismo de Fuerteventura abonará las acciones o bien todas juntas a la finalización de la campaña o bien se abonará cada prestación conforme vaya terminando, mediante la presentación de la correspondiente factura acompañada de la Memoria Justificativa de las actuaciones realizadas que acrediten el cumplimiento de los compromisos asumidos.

Los posibles incumplimientos de los compromisos asumidos por las partes podrán conllevar la resolución del Convenio, previo apercibimiento, sin perjuicio de las indemnizaciones que procedan derivadas del mismo.

TERCERA. - PRESENCIA Y SEGUIMIENTO DE MARCA

En cada una de las acciones promocionales descritas en este Convenio deberán incluirse la marca FUERTEVENTURA ISLAS CANARIAS en lugar preferente. Para ello, el PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA facilitará el logotipo, imágenes, textos, audiovisuales y demás material necesarios para la correcta ejecución de las acciones citadas.

Todas las creatividades deberán ser aprobadas expresamente y con carácter previo a la ejecución de las acciones, por parte del PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA, no pudiendoLA ENTIDAD COLABORADORA emitir material alguno sin la previa conformidad de ambos.

La ausencia o presencia errónea de alguna de estas marcas implicará, cuando ello sea posible, la realización nuevamente de la acción promocional en la que se haya cometido dicho error, correspondiéndole en ese caso a LA ENTIDAD COLABORADORA aportar todos los gastos que ello pudiera suponer. En caso de que dicho error no pudiera ser subsanado, se descontará de la aportación debida por el PATRONATO DE TURISMO DE FUERTEVENTURA la cuantía correspondiente.

CUARTA. -VIGENCIA.-

EL presente Convenio de Colaboración tendrá una duración devinculándose al completo desarrollo y ejecución de las actuaciones promocionales que incorpore. No obstante, llegado el vencimiento previsto en esta cláusula sin que se hayan finalizado las citadas actuaciones, se entenderá prorrogada la vigencia del mismo hasta su finalización.

QUINTA.- MODIFICACION Y RESOLUCION DEL CONVENIO.-

El presente Convenio podrá ser objeto de modificación previo acuerdo unánime de ambas partes.

Serán causas de resolución las siguientes:

- Finalización del plazo de vigencia
- Incumplimientos reiterados de las obligaciones y compromisos asumidos por las partes.

SEXTA.- COMISION DE SEGUIMIENTO Y CONTROL.

Se establece una comisión de seguimiento y control paritaria formada por un representante de cada una de las partes, al objeto de aclarar cuantas dudas, lagunas y problemas surjan durante la ejecución del convenio.

SEPTIMA.- CONFLICTOS.-

En caso de conflicto o discrepancia en la interpretación del presente convenio, las partes con expresa renuncia de sus fueros se someten a la jurisdicción de los Juzgados y Tribunales de Las Palmas de Gran Canaria.

Y en prueba de conformidad, las partes firman por duplicado y a un solo efecto, en el lugar y fecha del encabezado.