

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE RIGE EL CONTRATO DE  
SERVICIOS MEDIANTE PROCEDIMIENTO NEGOCIADO SIN PUBLICIDAD Y SIN  
CONSULTA POR UN DERECHO DE EXCLUSIVA, DEL CONTRATO DE  
PATROCINIO DE LA GALA DE PRESENTACIÓN DE ENTREGA DE LOS GAGARES  
2026", EN TARRAGONA**

## 1. Antecedentes

La cocina catalana ha sufrido dos revoluciones. La primera la podemos situar en 1324 con el manuscrito "Llibre de Sent Soví", un recetario de cocina medieval escrito en catalán vulgar que se considera un punto de partida para otras obras de cocina europeas posteriores. Sus conceptos y recetas influyeron en otros recetarios de la Península Ibérica, como el "Libro del Coch" de Maestro Robert (1520), y en recetarios similares en Francia e Italia. Por tanto, la cocina de Francia, Italia y España parten de este recetario. Esto ha hecho que la cocina catalana sea considerada una cocina universal y que nunca haya sido reconocida como tal.

En cambio, con la segunda revolución, iniciada por cocineros visionarios, como Ferran Adrià y otros cocineros del momento y basada en la cocina tradicional y un producto nacional excelente, la cocina catalana se ha situado donde le correspondía y ahora es reconocida en todo el mundo. Es indudable que estos cocineros han transformado la gastronomía catalana en una expresión cultural moderna, universal e innovadora. Su revolución ha tenido un efecto profundo no sólo en la forma en que se cocina, sino también en cómo se concibe la experiencia culinaria, convirtiendo a Catalunya en un referente mundial en turismo enogastronómico.

Pero estos cocineros también han inspirado a una nueva generación de cocineros y cocineras catalanas que han continuado explorando el potencial creativo de la cocina. Por eso, actualmente Catalunya es una de las regiones con mayor reconocimiento gastronómico, contando con un total 115 restaurantes que cuentan con Soles Repsol y de 62 restaurantes galardonados con un total de 77 estrellas Michelin y tres restaurantes considerados los mejores del mundo. Aparecer en estas listas es una muestra de la riqueza y la diversidad de la gastronomía catalana, que combina tradición e innovación para ofrecer experiencias únicas a los comensales.

Por eso, hoy, Catalunya se encuentra en su mejor momento gastronómico, y es gracias al trabajo conjunto de toda la cadena de valor de la gastronomía: productores, pescadores, sumilleres, jefes de sala, cocineros, pastelero, etc.

La Agencia Catalana de Turismo (ACT en adelante) realiza acciones de promoción, comercialización, publicidad y marketing de Catalunya como destino turístico tanto en Catalunya y España, como en el extranjero a través de su plan de acciones y desempeños.

En 2025 la ACT ha estado desplegando un plan de acciones de promoción donde se prioriza el turismo enogastronómico, aprovechando el nombramiento de Catalunya como Región Mundial de la Gastronomía.

Dentro de este plan de acciones, se está priorizando el mercado español, en concreto la Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana, Andalucía y País Vasco, pues se trata del principal mercado en atracción de turistas de proximidad hacia Catalunya, que aprecian mucho la cocina y reconocen la cocina catalana tradicional y la alta cocina creativa como una cocina de gran calidad. Para este público objetivo una de sus motivaciones más claras de elección de destino a dónde viajar es la gastronomía, así que consultan aquellos canales donde encuentran recomendaciones de

restaurantes o visitas enogastronómicas a realizar. Es por este motivo que el plan de acciones de promoción de turismo enogastronómico incluye acciones de captación de este turista *foodie* y *wine lover* dirigidas a incidir en su decisión de viaje y, una vez en Catalunya, a decidir qué restaurante o experiencia elegir.

La ACT propone la contratación de REPSOL SA para el patrocinio de la celebración de la Gala de entrega de los galardones gastronómicos “Soles Guía Repsol 2026” en Tarragona y “Soletes Repsol” en Alcanar, así como una serie de actividades promocionales y de comunicación inherentes e indivisibles a las Gales para la difusión y conciencia catalana.

Las acciones planteadas son de una importante relevancia para el público objetivo designado. La Guía Repsol es el referente en la promoción del turismo y la gastronomía de España. Millones de personas han utilizado y siguen acudiendo a Guía Repsol como fuente de inspiración y herramienta de búsqueda en sus desplazamientos por nuestro país.

Guía Repsol elabora anualmente un listado con más de 1.500 restaurantes en toda España que han sido visitados y evaluados con exigentes criterios gastronómicos y de experiencia de cliente por un equipo de expertos. Estos restaurantes se clasifican en cuatro categorías (3 soles, 2 soles, y 1 sol más un nivel de entrada como recomendado) según el nivel de excelencia obtenido en su evaluación. Este listado se renueva anualmente, con salidas, entradas y reubicaciones en cada categoría, generando un gran interés institucional, mediático y social.

Por su relevancia, la publicación de este listado, en la actualidad 100% digital, se acompaña de una serie de actos y actividades para darlo a conocer, así como para dar la bienvenida a la comunidad gastronómica a las nuevas incorporaciones. Todas estas actividades se engloban en un evento que se celebra en el primer trimestre del año en una ciudad española que se convierte en la capital gastronómica y sede oficial de los soles guía Repsol y que en 2026 será Tarragona.

Por todo esto, consideramos trabajar con esta entidad para la promoción de la gastronomía de Catalunya a través de la realización de diferentes actividades que se detallarán más adelante. La entidad tiene suficiente prestigio para trabajar en pro de la preservación de la cultura culinaria de Catalunya y del talento y de la innovación del sector gastronómico catalán.

Asimismo, se pretende con estas actividades de promoción y comunicación incrementar el prestigio de la gastronomía catalana y por tanto de Catalunya como destino de turismo enogastronómico.

Es por ello, que la entrega de los “Soles Guía Repsol 2026” en Tarragona que suscita un interés creciente, tanto entre la comunidad gastronómica como entre el público en general, por su promoción de los locales y por el fomento de la identidad y orgullo del propio se convierte en un evento de relevancia para los objetivos anteriormente citados .

En el evento de presentación de cada edición de Les Soles, que lleva organizándose desde 2019 en su formato actual, alcanza cada año mayor notoriedad e impacto mediático y, por tanto, su consecuente retorno publicitario. Así, la edición 2024 de los Soles Guía Repsol, celebrado en Cartagena (Murcia) superó los 8,3 millones de euros de valor publicitario equivalente (VPE) en impactos en prensa, radio, televisión y redes sociales, y en la edición 2025, que se celebró en Tenerife (Islas Canarias), el 7 impactos directos como asistencias, impactos por la presencia de marcas e impactos

por repercusión mediática (presencia en medios y redes sociales).

El plan de comunicación que supone la gala y las acciones complementarias no sólo tiene en cuenta la capacidad de alcance a medios nacionales, regionales y locales sino que cuenta también con los propios cocineros y cocineras galardonados, de gran valor a la hora de amplificar y validar los mensajes, así como los canales propio de Repsol y de Guía Repsol (web guía Repsol) ; 50.000 instalaciones y las de 500.000 seguidores en redes sociales.)

Todo esto, tal y como define la LCSP, en conexión con el objetivo de estabilidad presupuestaria y control del gasto, una eficiente utilización de los fondos destinados a la prestación de servicios mediante la exigencia de la definición previa de las necesidades a satisfacer, la salvaguardia de la libre competencia y la selección de la oferta económica más ventajosa.

## 2. Objeto del contrato

El objeto de esta contratación es fijar las condiciones técnicas particulares que regirán para la contratación del patrocinio para publicitar la gala de presentación y entrega de los galardones gastronómicos “Soles Guía Repsol 2026” y “Soletes 2026” en la provincia para publicitar la marca de Catalunya, Costa Dorada y Terres de l’Ebre, y las campañas institucionales y de actividades de “Catalunya, la mejor cocina del mundo”.

La empresa contratista que se invita es REPSOL SA con CIF A78374725 que dispone de los derechos de exclusividad para realizar las acciones detalladas en el siguiente apartado, a través de la marca GUÍA REPSOL y SOL GUÍA REPSOL, el cual apoya que los servicios objeto de contratación del presente patrocinio sólo pueden ser proporcionados por esta empresa en concreto y por esta empresa en concreto a promover la concurrencia efectiva.

Por tanto, es evidente que el contratista propuesto como adjudicatario es el único posible dado que posee los derechos de propiedad intelectual en exclusiva para la celebración de las acciones detalladas bajo la marca GUÍA REPSOL o SOL GUÍA REPSOL.

## 3. Obligaciones de la empresa contratista

El contratista quedará obligado a ejecutar y entregar a la ACT los servicios contratados en los plazos previstos. Los trabajos realizados en cualquiera de sus fases serán propiedad de la ACT y, por tanto, podrá recaudar al contratista en cualquier momento las entregas de parte de las prestaciones, siempre que sea compatible con el programa de trabajo o planificación de actividades y no afecte al correcto desarrollo de éstas.

La empresa adjudicataria cumplirá con las siguientes obligaciones vinculadas a la ejecución del contrato, en todo caso revisten la consideración de críticas:

- El licitador se compromete a la organización y realización del patrocinio de la gala de presentación de entrega de los galardones gastronómicos Soles Guía Repsol 2026 en Tarragona y la Gala Soletes 2026 en Alcanar, durante el primer trimestre de 2026.
- Es responsabilidad de REPSOL SA entre otros, la contratación del recinto, y la tramitación y obtención de los permisos que, en su caso, fueran necesarios para la correcta y completa ejecución de la gala de presentación de entrega de los galardones gastronómicos Soles Guía Repsol 2026, asegurando las condiciones adecuadas de salubridad y seguridad para los asistentes al



evento incumplimiento. Asimismo, REPSOL SA debe suscribir las pólizas de seguros de responsabilidad civil necesarios, según la normativa vigente en este tipo de actividades, que cubran los posibles daños y/o perjuicios que podrían producirse y, en consecuencia, ésta exonera a la ACT de cualquier responsabilidad al respecto.

El licitador asumirá todos los gastos derivados de la organización y desarrollo de los eventos y actividades complementarias del mismo, eximiendo a la ACT de cualquier tipo de responsabilidad que se derive de tal incumplimiento, así como al abono de todos los costes directos e indirectos necesarios para el buen desarrollo del evento y su difusión internacional.

El contratista ofrecerá a la ACT, en el marco de las mencionadas actividades, las siguientes contraprestaciones encaminadas a favorecer y promover la gastronomía de Catalunya y, por tanto, a la imagen de Catalunya como destino de turismo enogastronómico:

#### A. ACCIONES PREVIAS AL EVENTO

Inclusión de los logotipos de la Agencia Catalana de Turismo, el Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona, la marca Catalunya y la marca Costa Daurada en:

- **Rueda de prensa** del anuncio de las acciones que se realizarán, con participación de los representantes de la ACT, del Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona y de Guía Repsol.
- **Vídeo presentación del evento** Gala de presentación y entrega de los galardones gastronómicos "Soles Guía Repsol 2026", para su emisión en la rueda de prensa, distribución en medios, uso en redes sociales propias y puesta a disposición de la ACT para su difusión.

**Proyección de vídeo de la campaña "la mejor cocina del mundo"** en la rueda de prensa del anuncio de las acciones que se realizarán en el marco del evento.

**Participación de los representantes** de la ACT, del Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona y de Guía Repsol en la rueda de prensa del anuncio de las acciones que se realizarán en el evento.

Asistencia e intervención del representante de Guía Repsol en **un mínimo de 2 actos de promoción turística y gastronómica** organizados por la ACT o el Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona antes del evento.

Mención en Tarragona como sede de los Soles en las **intervenciones públicas** de los representantes de la Guía Repsol.

#### B. ACTO DE BIENVENIDA A REUS

- **20 invitaciones individuales** en el acto de bienvenida a disposición de la ACT.
- Inclusión de los **logotipos** de la ACT y el Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona y de las marcas Catalunya y Costa Daurada en el *Photo opportunity* y demás soportes. Así como en el catering realizado por un restaurante local con productos del territorio.

## C. CEREMONIA DE ENTREGA “SOLAS 2026” EN TARRAGONA

- Inclusión de los **logotipos** de la ACT y el Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona y de las marcas Catalunya y Costa Daurada en:
  - escenario durante la intervención de los/las representantes, antes del inicio ya la finalización de la ceremonia.
  - *photocall* institucional.
  - zona de cóctel.
  - invitaciones, comunicaciones, acreditaciones.
  - **Streaming** de la ceremonia en YouTube y un medio de comunicación digital de alcance nacional a definir con presencia de las marcas Catalunya y Costa Daurada, y de la campaña "Catalunya, la mejor cocina del mundo" en los carteles de la emisión. La grabación quedará disponible VOD en la web de Guía Repsol y YouTube , así como en los canales propios de la ACT.
- Inserción de la **marca** Catalunya y la marca Costa Daurada en el photocall, donde se llevarán a cabo las fotografías institucionales en el photocall y cesión a la ACT de las fotografías realizadas.
- **Intervención institucional** de la ACT de un máximo de DOS (2) representantes de la ACT y UN (1) del Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona, cuyo orden de intervención se establecerá por protocolo.
- Proyección del **vídeo promocional** "Catalunya, la mejor cocina del mundo" proporcionado por la ACT (1'30" minutos duración máxima) en el primer bloque de la ceremonia, con presencia de la marca Catalunya y la marca Costa Daurada.
- **Entrega de galardones** (1, 2, 3 Sols) en el escenario por parte de representantes designados por la ACT acompañados de otra personalidad designada por Repsol.
- **Menciones en el territorio** por parte del maestro o maestra de ceremonias.
- **Entradas** institucionales nominativas a disposición de la ACT, en cantidad proporcional al aforo del recinto finalmente seleccionado para la celebración de la ceremonia, hasta **un 20% del aforo del recinto**.
- Inserción de la marca Catalunya y Costa Daurada en el recinto escogido por el **cóctel** de los invitados realizado por restauradores de Catalunya
- Puesta en valor del gran momento actual de la cocina catalana, con **mención** a la campaña, "Catalunya, la mejor cocina del mundo" durante la ceremonia de entrega y participación de personajes representativos del sector gastronómico catalán.
- El patrocinador formará parte del **grupo de trabajo editorial** para validar la correcta ejecución de las obligaciones relativas a contenido y mensajes objeto del patrocinio.

## D. CREACIÓN DE CONTENIDO

- Inclusión de los **logotipos** de Catalunya y Costa Daurada, en la sección Soles 2026 de la web [www.guiarepsol.com](http://www.guiarepsol.com) .
- **Mensaje institucional y presencia de las marcas** Catalunya y Costa Daurada, en programa de mano distribuido entre los asistentes, a todos los establecimientos que renuevan calificación en 2026 y publicado en pdf en la web de Guía Repsol.
- 1 **Reportaje** sobre el territorio en el programa de mano y publicación en la web de Guía Repsol, con inclusión de la campaña "Catalunya, la mejor cocina del mundo". También será publicado en la web [www.guiarepsol.com](http://www.guiarepsol.com)
- Creación de **4 reportajes** con *branded content* gastronómico/turístico vinculado a la sede y publicados en [www.guiarepsol.com](http://www.guiarepsol.com) en base a campaña "Catalunya, la mejor Cocina del mundo".
- Presencia de representantes de la ACT y el Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona en el **encuentro con restaurantes de tres Soles** por la mañana del día de la entrega y cesión de las fotografías a la ACT y el Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona.

## E. VIAJE DE PRENSA POR AMPLIACIÓN DE LA NOTORIEDAD DEL EVENTO

- Organización de un **viaje** de grupo de prensa formado por un mínimo de 20 medios de ámbito nacional, incluidos traslados y alojamiento en el territorio.
- Diseño de un programa de actividad que permita a los medios acreditados la adecuada cobertura del evento con especial énfasis en la importancia del territorio.

## F. CANALES PROPIOS, REDES SOCIALES Y SUSCRIPTORES

- Cobertura del evento en **redes sociales** de Guía Repsol (con más de 10 millones de alcance mensual) con presencia de la marca Catalunya y Costa Daurada en los directos, tanto en la ceremonia de entrega como en las acciones con la ciudadanía en los que aplique la realización de directos.
- Una publicación en **redes sociales** , como mínimo, por cada acto previo con intervención de la Guía Repsol relacionado con el evento de la Gala.
- Publicación de acciones con la ciudadanía: **convocatoria** a la comunidad de seguidores de Guía Repsol, perfilada, informando de cuándo se realizarán y cobertura de cada actividad, como mínimo, con una publicación.
- Creación del **#SolesGuiaRepsol+MarcaTerritori2026** para su uso en las publicaciones en perfiles de Guía Repsol en Facebook, Ig , X y Tik Tok con promoción de Catalunya en los meses previos, durante y posteriores al evento.
- Envío de **comunicaciones a suscriptores** de Guía Repsol (+260.000

suscriptores) con contenido relacionado con el evento y Catalunya (mínimo 5 boletines)

- **Promociones para suscriptores** de Guía Repsol con premios en el territorio.

## G. DIFUSIÓN A LA CIUDADANÍA EN LOS MESES Y DÍAS PREVIOS EN LA GALA

- **4 actividades** con inserción las marcas Catalunya y Costa Daurada en **Reus** relacionadas con la cultura culinaria local y los Soles/Soletes, con especial énfasis en destacar el talento gastronómico del territorio, y participación de figuras galardonadas con Soles. Algunas de estas actividades se pueden enmarcar dentro de acciones organizadas por la ACT o el Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona como apoyo comunicativo y merchandising para dinamizar las actividades.
- **4 actividades** con inserción las marcas Catalunya y Costa Daurada, en **Tarragona** relacionadas con la cultura culinaria local y los Soles/Soletes, con especial énfasis en destacar el talento gastronómico del territorio, y participación de figuras galardonadas con Soles. Algunas de estas actividades se pueden enmarcar dentro de acciones organizadas por la ACT o el Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona como apoyo comunicativo y merchandising para dinamizar las actividades.
- **1 actividad** con inserción las marcas Catalunya y Terres de l'Ebre, en Terres de l'Ebre relacionadas con la cultura culinaria local y los Soles/Soletes, con especial énfasis en destacar el talento gastronómico del territorio. Se puede enmarcar dentro de alguna acción organizada por la ACT o el Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona como soporte comunicativo y merchandising para dinamizarla.
- **Mención** a la participación de la ACT y el Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona en las locuciones y animaciones que se realicen en las acciones acordadas.
- **Apoyo comunicativo** a todas las acciones acordadas y las organizadas por la ACT o el Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona . Asimismo, apoyo con merchandising para dinamizar las actividades.
- Presencia de las marcas Catalunya y Costa Daurada/Terres de l'Ebre en toda la **cartelería** utilizada en las acciones con la ciudadanía, tanto en vía pública como en comunicaciones digitales.

## H. CERIMONIA DE ENTREGA “SOLETAS” A ALCANAR

- Presencia de los **logotipos** de la ACT y del Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona y de las marcas Catalunya y Terres de l'Ebre en toda la cartelera de que sea permitida en el lugar seleccionado para la celebración del acto de entrega de Soletes en establecimientos del territorio coincidiendo con la publicación de la campaña de primavera de 2026.
- **Menciones en el territorio** por parte del maestro/a de ceremonias.

- **Intervención institucional** de la ACT y el Patronato de Turismo de la Diputació de Tarragona por parte de un máximo de DOS representantes.
- **Presencia de la marca** Catalunya y Terres de l'Ebre, en el recinto escogido en el Cóctel posterior para un máximo de 250 asistentes, realizado por restauradores de Catalunya.
- Proyección del **vídeo promocional** “Catalunya, la mejor cocina del mundo” proporcionado por la ACT (1'30” minutos duración máxima) en el primer bloque de la ceremonia, con presencia de la marca Catalunya y la marca Terres de l'Ebre.
- **Entradas institucionales** personalizadas a disposición de la ACT, en cantidad proporcional al aforo del recinto finalmente seleccionado para la celebración de la ceremonia, hasta un 20% del aforo del recinto.

En caso de que se suspenda alguna de las actuaciones programadas el licitador deberá anunciarlo fehacientemente el mismo día o al día siguiente, comunicando los motivos de ésta, y quedando bajo la potestad de la ACT en base a las circunstancias que hubieran obligado a la suspensión, reducir la parte proporcional del patrocinio.

#### 4. Plazo de ejecución del contrato

La duración del contrato será desde el día de su formalización hasta el 30 de noviembre de 2026.

Las prestaciones objetos del contrato se realizarán en los siguientes plazos:

- Prestaciones relacionadas con las Gales Soles Guía Repsol 2026 y Soletes 2026, hasta 30 de junio de 2026.
- Entrega del informe de resultados establecido en el punto 7 de este pliego de prescripciones técnicas será hasta el 30 de noviembre de 2026.

#### 5. Requisitos de aplicación de las marcas

Respecto a la marca Catalunya, será necesario hacer uso de las indicaciones de aplicación de logotipos y de convivencia de marcas de la [Normativa gráfica de identificación visual de la Agencia Catalana de Turismo](#).

En cuanto al logotipo de la Generalidad de Catalunya, se tendrá que seguir las siguientes instrucciones: <https://identitatcorporativa.gencat.cat/ca/identitat-visual/>

Las marcas Costa Daurada, Terres de l'Ebre y Diputació de Tarragona se tendrán que aplicar de acuerdo con los siguientes requerimientos:

- **Soportes publicitarios**

**Prensa, televisión, revistas, cartelería, photocalls, sitios web, banners, merchandising, etc.**

En todos los casos se incorporará la marca turística Costa Daurada o Terres de l'Ebre o ambas junto con Diputació de Tarragona teniendo en cuenta las normas especificadas

en el documento de Manual de convivencia entre la marca de la Diputació de Tarragona y el resto de marcas propias.

- **Aplicaciones específicas**

En las piezas audiovisuales publicitarias debe incluirse la marca de la o los destinos y la marca institucional de la Diputación de Tarragona.

- **Reportajes publicitarios/prescripciones/notas de prensa.**

Se mencionará tanto la o las marcas turísticas como el patrocinio de la Diputación de Tarragona.

- **Eventos / medios de transporte / presentaciones / street marketing.**

La o las marcas turísticas estarán presentes en un lugar visible y destacado para vincular el destino con el evento. También deberá figurar la marca institucional de la Diputació de Tarragona.

- **Sitio web / aplicación del evento.**

Si el evento cuenta con un espacio web/aplicación, éstas deben incluir la o las marcas turísticas y Diputació de Tarragona.

- **Comunicación online / contenidos digitales /redes sociales.**

(Audiovisuales, radio, soportes *on/offline*, redes sociales, documentales, noticias, reportajes, etc.)

En todos los casos se mencionará el destino turístico: Costa Daurada y/o Terres de l'Ebre así como la institución: Diputació de Tarragona.

En cuanto a posibles campañas que se realicen a través de las redes sociales de la Agencia Catalana de Turismo o de la Guía Repsol, se etiquetará los perfiles, tanto de marca como institucional en todas las comunicaciones que se realicen mediante estos canales y se elegirá los perfiles correspondientes de las tablas que se muestran.

- **Soportes publicitarios**

**Prensa, televisión, revistas, cartelería, photocalls, sitios web, banners, merchandising, etc.**

En todos los casos se incorporará la marca turística Costa Daurada o Terres de l'Ebre o ambas junto con Diputació de Tarragona teniendo en cuenta las normas especificadas en el documento de Manual de convivencia entre la marca de la Diputació de Tarragona y el resto de marcas propias.

## **6. Seguimiento del contrato**

La persona responsable del contrato es Beatriz Nubiola De Palacio de la Unidad de Marketing de Experiencias de la ACT, al que le corresponden las funciones de seguimiento y supervisión de la ejecución del objeto del contrato, así como del cumplimiento de las prestaciones de publicidad a la finalización del contrato.

La persona responsable del contrato validará todas y cada una de las aplicaciones donde aparezca el logotipo de la ACT y del Patronato de Turismo de la Diputación de Tarragona y de las marcas Catalunya, Costa Daurada y Terres de l'Ebre, así como de la campaña “Catalunya, la mejor cocina del mundo”. Por ello, será requisito la aprobación previa de todos los materiales antes de realizar su producción por parte de esta unidad de la ACT.

## 7. Informe de resultados

Una vez finalizado el evento, la empresa contratista deberá presentar una memoria justificativa que acredite el cumplimiento de las contraprestaciones publicitarias acordadas, incluyendo:

- Información sobre el desarrollo efectivo de la actividad patrocinada con programación definitiva de todas las actividades.
- El análisis detallado del impacto y la repercusión mediática de las acciones patrocinadas, con el correspondiente plan de comunicación, el *clipping* de medios (con evidencias de la presencia de la marca), los datos de audiencia alcanzada, el alcance del evento tanto por la repercusión nacional como internacional, así como por su retransmisión *online*, el resumen de las notas de prensa emitidas, y un balance completo que cuantifique la repercusión obtenida. Asimismo, es necesario incorporar un informe específico del retorno de la inversión (ROI) en términos publicitarios, que incluya la correcta utilización de la imagen de la ACT, la valoración económica de la presencia de marca en cualquier formato (audiovisual, gráfico, escrito o digital), comparando la inversión publicitaria realizada por el patrocinador con el valor estimado de la visibilidad obtenida.
- Detalle de la repercusión de las menciones en el territorio en las redes sociales de la Guía Repsol.
- Detalle de la información relativa a las asistencias: número de personalidades y celebridades relevantes de la gastronomía nacional e internacional que participen en las acciones previstas y en la Gala de entregas de los Soles Repsol 2026 y el número de asistentes a las acciones realizadas.
- Recopilación fotográfica de cada acción realizada. Será imprescindible el consentimiento para la utilización de los derechos de imagen y la cesión de las grabaciones del evento una vez realizado, para que la ACT pueda utilizarlas con todos los derechos para su material promocional del destino.
- Informe del retorno de la inversión en términos publicitarios, donde deberá constar como mínimo, el *clipping* de la correcta utilización de la imagen de la ACT y su valoración económica, con detalle de la fórmula utilizada y justificación, teniendo en cuenta la inversión publicitaria realizada por el patrocinador y la inversión obtenida por la presencia de la marca publicitada, ya sea en formato o formato publicitario
- Conclusiones: Se requiere en este apartado una breve referencia a la importancia de este patrocinio en el evento/s así como su repercusión. Además, se incluirá cualquier otra información que se considere de interés y justifique este patrocinio. Siempre que sea posible, se valorará positivamente un cuadro resumen de los impactos generados.

La memoria justificativa incluirá únicamente aquellos documentos, certificados y materiales que se refieran al patrocinio en cuestión y la presencia de nuestra marca. Además, todos los documentos, certificados y materiales mencionados en la memoria justificativa que no se presenten de forma gráfica en el documento deberán entregarse en un soporte digital debidamente referenciado.

Esta memoria será necesaria para la evaluación de la rentabilidad del contrato y constituirá un requisito para su finiquito.

El plazo máximo para presentado la memoria donde se detalle el impacto del patrocinio es el establecido en el apartado 4 de este pliego.