ORDEN POR LA QUE SE DISPONE LA CONCESIÓN DE UNA SUBVENCIÓN DIRECTA POR RAZONES DE INTERÉS PÚBLICO A FAVOR DE LA FEDERACIÓN DE ÁREAS URBANAS DE CANARIAS (FAUCA), DESTINADA A FINANCIAR LOS GASTOS DERIVADOS DE LA ACTUACIÓN DENOMINADA CANARIAS UP "IMPULSO COMERCIO Y EMPRESAS". EXPEDIENTE SCU-26/01.

Examinado el expediente tramitado por la Dirección General de Comercio y Consumo para conceder una subvención directa a la FEDERACIÓN DE ÁREAS URBANAS DE CANARIAS (FAUCA), N.I.F. n.º G38869525, por importe de 600.000,00€, para sufragar gastos derivados de de la actuación denominada Canarias UP "Impulso Comercio y Empresas", según expediente: SCU-26/01.

Vista la propuesta formulada por el Director General de Comercio y Consumo,

Teniendo en cuenta los siguientes,

I. ANTECEDENTES

1º.- La Dirección General de Comercio y Consumo, en el ámbito de sus competencias, crea el programa Sectorial para la Potenciación de las Zonas Comerciales Abiertas de Canarias, diseñado para llevar a cabo una serie de actuaciones dirigidas a promocionar y dinamizar zonas comerciales ubicadas en cascos históricos y en municipios turísticos de la Región, con el fin de recuperar, mantener y promocionar los centros de compra tradicional, así como su conservación, evitando la "desertización" de las zonas tradicionales y la pérdida del patrimonio cultural que ello conlleva.

2º.- Canarias UP es un proyecto de ámbito autonómico impulsado por la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Autónomos del Gobierno de Canarias y organizado por FAUCA, nacido para acercar el emprendimiento, la empresa, el comercio y la innovación a la ciudadanía del archipiélago canario.

Su vocación va mucho más allá de siete fechas en el calendario. Canarias UP nace para convertirse en la plataforma de referencia del emprendedor canario: el punto de encuentro entre quien tiene una idea, quien ya ha dado el primer paso, el tejido empresarial consolidado y las instituciones que trabajan cada día para impulsar la economía canaria.

El proyecto está abierto a emprendedores de todas las edades, con una atención especial a las generaciones jóvenes, en sus contenidos, sus lenguajes, sus referentes y sus canales.

La Consejería aporta al proyecto la dimensión autonómica y el respaldo institucional necesarios para llegar a todo el territorio. Fauca aporta su conocimiento profundo del tejido comercial y empresarial canario, y una capacidad de interlocución real con asociaciones, empresas, comercios, profesionales y agentes económicos de cada isla.

Canarias UP reunirá formación, networking, tecnología, comercio, gastronomía, creatividad, música y comunicación dentro de una misma experiencia.

La intención es sencilla y ambiciosa a la vez: hacer que emprender resulte visible, cercano y posible.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

3º.- De la memoria aportada con la solicitud se desprende que el proyecto consistirá en financiar los gastos derivados de Canarias UP “Impulso Comercio y Empresas”, justificándose las razones basadas en el interés público.

- Canarias UP contribuye a construir una cultura empresarial más cercana, dinámica y accesible, reforzando las políticas de apoyo al emprendimiento, la competitividad, el comercio y la modernización económica de Canarias. Sus principales objetivos son:

- Impulsar la cultura emprendedora, presentando la iniciativa empresarial como una opción profesional y vital real.

- Acercar el emprendimiento a las nuevas generaciones con formatos, referentes y canales adaptados a su forma de relacionarse hoy.

- Conectar emprendedores, empresas, instituciones, comercio, profesionales y talento emergente.

- Visibilizar proyectos empresariales nacidos o desarrollados en Canarias.

- Hacer visibles referentes cercanos capaces de inspirar a futuros emprendedores.

- Generar espacios de networking efectivo, alejados de los formatos empresariales excesivamente formales.

- Impulsar el conocimiento de herramientas digitales, tecnología, software y nuevos modelos de negocio.

- Dar visibilidad al comercio, el producto, la creatividad y el talento de cada isla.

- Favorecer la participación territorial y la presencia de proyectos vinculados a cada sede.

- Generar contenido audiovisual y editorial capaz de prolongar el proyecto mucho más allá de las jornadas.

- Crear una identidad autonómica reconocible alrededor del emprendimiento.

- Incorporar sistemas de escucha, participación y evaluación que permitan medir la respuesta del público y mejorar el proyecto edición a edición.

Estos objetivos se traducen en indicadores concretos que marcan el listón mínimo de éxito de esta primera edición: entre otros, 10.000 asistentes presenciales, 400 participantes en actividades formativas y un alcance digital de entre 80.000 y 100.000 personas. Canarias UP nace, precisamente, para superarlos.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

Cronograma

ISLA	FECHAS 2026
Fuerteventura	16 y 17 octubre
Lanzarote	30 y 31 octubre
Tenerife	6 y 7 noviembre
La Gomera	13 y 14 noviembre
Gran Canaria	27 y 28 noviembre
El Hierro	4 y 5 diciembre
La Palma	11 y 12 diciembre
HORARIO GENERAL DE APERTURA Viernes: 16:00 . 22:00 H Sábados: 09:00 – 20:00 H	

Las localizaciones concretas se determinarán en función de disponibilidad, características técnicas y necesidades de producción, manteniendo en todos los casos el mismo concepto Canarias UP.

Canarias UP se desarrolla como un único ecosistema, sin compartimentos ni actividades aisladas.

Las áreas formativas, gastronómicas, tecnológicas, comerciales y de networking estarán conectadas física y conceptualmente, para que cada visitante viva una experiencia continua y no una sucesión de estands.

La implantación, la señalética y la programación se diseñan para generar un recorrido natural entre los distintos contenidos. Quien llega atraído por una experiencia gastronómica o musical puede descubrir, sin buscarlo, una empresa tecnológica, un proyecto emprendedor, una conversación inspiradora o una oportunidad formativa.

Esa circulación natural es una de las claves del proyecto.

Canarias UP elimina la distancia habitual entre un evento empresarial y el público general, utilizando la experiencia como puerta de entrada al ecosistema emprendedor.

Metodología

El proyecto funciona sobre dos ejes complementarios:

Formación, empresa y conocimiento.

Charlas, encuentros, conversaciones, mentorías, networking, dinámicas participativas y el Hackaton Canarias UP constituyen el núcleo de conocimiento del proyecto.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

La formación actúa como herramienta de tracción: ofrece utilidad real al participante y genera oportunidades de contacto con otros emprendedores, profesionales y entidades.

La programación formativa incorpora también dinámicas de conexión entre participantes y un Hackaton basado en identificación de retos, creación de equipos, ideación, mentoría, prototipado y presentación de soluciones.

Experiencia, cultura y networking activo

Música, gastronomía, café, tecnología, market y actividades participativas convierten Canarias UP en un entorno atractivo también para quienes todavía no forman parte del ecosistema empresarial.

La parte experiencial permanece activa durante toda la jornada, coordinando mayor intensidad con las actividades formativas para no interferir entre ellas.

Canarias formación y experiencia

Cada parada de Canarias Up se desarrollará durante dos jornadas complementarias. El viernes se activa la comunidad local mediante un tardeo de tres horas, pensado para conectar a jóvenes, empresas, instituciones, profesionales y agentes del territorio en un ambiente cercano. El sábado por la mañana se celebra un hackathon intensivo de cuatro horas, en el que los participantes transforman un reto vinculado a su isla en una solución concreta, viable y comunicable.

El formato está dirigido preferentemente a jóvenes de 16 a 35 años. Se podrá participar de forma individual o en equipos de entre tres y cinco integrantes; las personas inscritas sin equipo podrán incorporarse a uno durante la dinámica inicial.

CANARIAS UP & CONECT - VIERNES

HORARIO	BLOQUE	CONTENIDOS
17:00 -17:20	Recepción	Acreditación, bienvenida, música ambiente y primera consumición.
17:20 – 17:35	Apertura	Presentación de Mythic Challenge, del resto insular y de la oportunidades de participación.
17:35 – 18:05	Invitado/a	Conversación inspiradora con una persona referente vinculada al talento, la innovación, la cultura y el territorio
18:05 – 18:20	Diálogo abierto	Preguntas del público y breve intercambio de experiencias con la persona invitada
18:20 – 19:40	Tardeo & networking	Sesión informal con Dj, música, consumición y dinámicas ligeras para generar conexiones entre participantes, empresas y agentes locales.
19:40 – 20:00	Cierre y llamada a la acción	Presentación del programa de sábado, recordatorio de inscripción y activación final de comunidad.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

Objetivos

- Facilitar un primer contacto distendido entre participantes y ecosistema local.
- Inspirar a través de una persona invitada con experiencia relevante.
- Favorecer la creación de equipos y la identificación de perfiles complementarios.
- Dar visibilidad al reto de la isla y despertar interés por el hackathon del sábado.
- Generar networking real en un entorno juvenil, musical e informal.

Formato y ambiente

El encuentro combinará una breve conversación inspiradora con una sesión de DJ y networking. La consumición será de carácter informal y podrá articularse mediante ticket, bebida de bienvenida o fórmula equivalente, según las condiciones de cada sede. Se recomienda habilitar una zona de conversación, un punto de información e inscripción y una identificación visual sencilla para participantes, entidades y empresas.

CANARIAS UP HACKATHON - SÁBADO

HORARIO	BLOQUE	CONTENIDO
10:00 – 10:15	Acreditación	Recepción de participantes, entrega de materiales y organización inicial.
10:15 – 10:30	Activación y reto	Bienvenida dinámica, explicación de la metodología y presentación del desafío territorial.
10:30 – 10:50	Píldoras exprés	Del problema a la oportunidad, propuesta de valor y claves para diseñar una solución útil.
10:50 – 11:05	Creación de equipos	Configuración definitiva de equipos, elección de enfoque y reparto de roles.
11:05 – 12:05	Sprint creativo	Ideación guiada, definición de la solución y desarrollo inicial del prototipo.
12:05 – 12:35	Mentorías	Contraste con el equipo mentor para reforzar el impacto, viabilidad conexión con el territorio.
12:35 – 12:45	Pausa	Descanso breve e hidratación.
12:45 – 13:05	Prototipo y pitch	Píldora para hacer visible la solución y construir una presentación convincente.
13:05 – 13:20	Preparación final	Ajustes del prototipo, cierre de materiales y ensayo de la presentación
13:20 – 13:50	Pitch final	Presentación ante jurado. El tiempo se adaptará al número de equipos y podrá aplicarse selección.
13:50 – 14:00	Selección y clausura	Deliberación, anuncio del proyecto representante de la isla, fotografía final y próximos pasos.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

Criterios de evaluación

CRITERIO	VALORACIÓN
Innovación	Originalidad del enfoque y capacidad para aportar una respuesta diferencial.
Impacto	Contribución real a las juventud y al territorio de la isla.
Viabilidad	Posibilidad de puesta en marcha, recursos necesarios y coherencia del modelo.
Propuesta de valor	Claridad sobre el problema, las personas destinatarios y el beneficio generado.
Prototipo	Capacidad para hacer visible, comprensible y demostrable la solución.
Comunicación	Claridad, síntesis, solidez y capacidad de convicción del pitch.

Resultado de cada sede

Cada hackathon concluirá con la selección de un proyecto representante de la isla. Las siete propuestas seleccionadas se prepararán para la votación popular regional bajo el concepto «La juventud canaria elige», mediante una ficha homogénea y una pieza audiovisual breve por candidatura.

Consideraciones de producción

El horario podrá ajustarse a la disponibilidad de cada sede sin alterar la lógica metodológica del programa.

La persona invitada se elegirá atendiendo al reto y a la realidad empresarial, cultural o social de cada isla.

El viernes requerirá DJ, sonido, espacio de networking y fórmula de consumición; estos servicios deberán concretarse y presupuestarse, ya que no estaban incluidos en la propuesta económica inicial.

El sábado requerirá mesas y sillas de trabajo, pantalla, proyector, micrófonos, sonido, conexión a internet, tomas de corriente y apoyo de producción.

Cuando participen menores de edad deberán gestionarse las autorizaciones correspondientes de participación, imagen y protección de datos.

Dinamización

Restauración

Caffest® es una de las principales herramientas para conectar Canarias UP con el público joven.

Es una marca con identidad propia y reconocimiento en el ámbito de las experiencias vinculadas al café, la gastronomía y los eventos, con un lenguaje contemporáneo y una notable capacidad para generar convocatoria, contenido visual y participación.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

Dentro de Canarias UP, Caffest® no es una cafetería. Es un espacio social alrededor del café y uno de los principales puntos de encuentro del evento.

Café de especialidad, cultura barista, demostraciones, degustaciones, música, experiencias y conversación conviven en un entorno pensado para que las personas permanezcan, conecten y compartan.

El café actúa como elemento socializador y como puerta de entrada especialmente eficaz para un público joven que puede sentirse menos identificado, en un primer momento, con un encuentro empresarial convencional.

Una persona puede acercarse a Caffest® por un café o una experiencia barista, y terminar conversando con un emprendedor, conociendo una empresa, participando en una actividad o descubriendo una oportunidad profesional.

Caffest® funciona también como motor de networking abierto, aprovechando los tiempos entre contenidos formativos para generar encuentros espontáneos en un ambiente relajado.

Su capacidad de convocatoria y su fuerza visual cumplen además una función esencial en la comunicación de Canarias UP. Las experiencias baristas, los invitados, el ambiente, la música y el propio diseño del espacio ofrecen material idóneo para TikTok, Instagram, fotografía, vídeo corto y cobertura en directo.

Caffest® es, al mismo tiempo:

Experiencia gastronómica + punto de encuentro + networking + herramienta de atracción + contenido + comunicación.

Tecnología e innovación

La zona tecnológica acerca al visitante a empresas y profesionales vinculados con **s**oftware, digitalización, nuevas herramientas y desarrollos tecnológicos nacidos en Canarias.

Su vocación es fundamentalmente demostrativa y participativa: la tecnología debe poder tocarse, probarse y entenderse.

El espacio permite además que las empresas del sector tech encuentren en Canarias UP un escaparate real para presentar proyectos, generar contactos y acercarse a nuevos clientes, profesionales o colaboradores.

Market Canarias UP

El market reúne producto local, diseño, creatividad, artesanía, nuevas marcas y pequeños proyectos empresariales.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

Se prioriza la presencia de propuestas vinculadas a cada territorio y, especialmente, la incorporación de jóvenes emprendedores de las propias islas.

Más que un mercadillo convencional, funciona como un escaparate de pequeños proyectos reales.

Porque una de las mejores formas de explicar qué significa emprender es enseñar directamente a quienes ya lo están haciendo.

Música

Durante las jornadas participan DJ jóvenes, favoreciendo también la presencia de talento vinculado al territorio.

La música acompaña los momentos de market, gastronomía y networking, aportando dinamismo sin transformar Canarias UP en un festival musical. La programación se organiza para que los picos musicales y gastronómicos no interfieran con las actividades formativas de mayor relevancia.

Montaje e implantación

Canarias UP se plantea como un proyecto modular y adaptable, con tres soluciones principales.

Entorno mixto

Combinación de zonas exteriores mediante carpas o casetas con espacios interiores protegidos.

Es un formato especialmente adecuado: mantiene la apertura y capacidad de atracción de un evento urbano al aire libre, y permite desarrollar actividades formativas, audiovisuales o tecnológicas en condiciones controladas. Ofrece además mejor respuesta frente a climatología adversa y facilita el aislamiento acústico de determinados contenidos.

Entorno abierto

Implantación completa mediante estructuras, carpas y elementos temporales en espacios exteriores. Permite crear recorridos entre áreas y ofrecer alta visibilidad del proyecto dentro del entorno urbano.

Entorno burbuja

Cuando las condiciones del espacio lo permitan, se incorpora una estructura formato carpa / iglú de aproximadamente 100 m², capaz de albergar formaciones, podcast, presentaciones, conversaciones o propuestas tecnológicas. Esto será posible siempre que el espacio y las condiciones lo permitan.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

Plan de comunicación

Canarias UP recorre siete islas durante prácticamente dos meses. Un despliegue de esta dimensión exige una comunicación a la altura de su alcance territorial.

La campaña no se limita a anunciar siete fechas. Su misión es construir reconocimiento de marca, presentar referentes, generar conversación, movilizar público y conseguir que Canarias UP tenga presencia antes, durante y después de cada jornada.

Un proyecto autónomo de esta naturaleza necesita presión comunicativa suficiente para ser reconocido, especialmente al introducir una nueva marca, recorrer siete territorios distintos y conectar con públicos que no consumen los mismo medios.

La estrategia combina alcance regional con campañas territoriales adaptadas a cada isla, construyendo simultáneamente:

Una gran marca regional + siete momentos territoriales de máxima intensidad.

La comunicación se organiza de forma progresiva para acompañar todo el recorrido de Canarias UP.

Acciones precampaña

La promoción llega también físicamente al territorio. Se realizarán tres acciones diferenciales de precampaña en tres islas, concebidas como activaciones de especial notoriedad, junto al posible desarrollo de otras cuatro acciones previas, garantizando presencia territorial antes del desarrollo de las distintas jornadas.

Estas intervenciones forman parte, junto al podcast y las colaboraciones, con creadores e influencers, del conjunto de acciones especiales de comunicación del proyecto y cumplen una doble utilidad: atraer atención presencial + generar contenido digital.

De esta manera, la inversión física se amplifica después mediante redes sociales, publicidad y medios.

Presentación de Canarias UP

Una primera fase introduce la marca, explica el concepto, presenta el calendario y comienza a asociar Canarias UP con emprendimiento, talento y oportunidades.

Las primeras piezas audiovisuales y los primeros protagonistas son fundamentales para que el proyecto tenga presencia antes del inicio de las jornadas.

Activación territorial

En las semanas previas a cada evento, la comunicación aumenta su intensidad en la isla correspondiente.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

Se presentan protagonistas, proyectos locales, experiencias, programación, contenidos gastronómicos y acciones previas. La campaña adapta sus creatividades y mensajes al territorio, consiguiendo que cada isla perciba Canarias UP como una acción propia dentro de un proyecto autonómico. Canarias UP en directo.

Durante cada jornada, la producción de comunicación continúa de forma permanente.

Fotografía, vídeo, entrevistas, testimonios, reels, stories y clips de formación, gastronomía, tecnología, market y networking muestran el proyecto mientras sucede.

La naturaleza itinerante aporta además una ventaja singular: cada isla ayuda a comunicar la siguiente. Los contenidos generados en Fuerteventura alimentan Lanzarote; los de Lanzarote refuerzan Tenerife; y así sucesivamente hasta completar el recorrido regional.

Redes sociales (Tiktok, Instagram, Facebook y publicidad digital)

Las redes sociales tienen un peso prioritario, especialmente TikTok y Meta, combinando estrategia orgánica y publicidad de pago.

No responde a una cuestión de tendencia: el público joven al que Canarias UP quiere llegar consume gran parte de su información, entretenimiento y descubrimiento de marcas en estos canales.

La publicidad amplía de forma considerable el alcance orgánico y garantiza que la comunicación llegue más allá de las comunidades que ya siguen a las entidades participantes.

Trabajar territorialmente resulta especialmente adecuado para un proyecto que recorre siete islas: la presión publicitaria se incrementa en cada territorio a medida que se acerca su fecha, con piezas específicas, protagonistas locales y contenidos adaptados.

La estrategia combina vídeo corto, contenido gráfico, entrevistas, programación, experiencias gastronómicas, empresarios, participantes y llamadas a la acción.

YouTube completa el ecosistema audiovisual, alojando contenidos de mayor duración y ampliando mediante publicidad la distribución de spots, entrevistas, conversaciones y episodios del podcast.

La combinación entre contenido y compra de medios es esencial: producir buenas piezas sin capacidad de distribución limita su impacto; invertir en publicidad sin contenidos atractivos reduce su eficacia.

Canarias UP debe producir contenido y disponer, al mismo tiempo, de la capacidad suficiente para hacerlo llegar a Canarias.

Este equilibrio es, precisamente, el que sostiene los objetivos de alcance e impacto digital validados para esta edición: un ecosistema capaz de generar cientos de miles de impresiones y decenas de miles de personas alcanzadas de forma orgánica y pagada, isla a isla.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

Contenidos: el gran multiplicador

Una campaña moderna no puede depender solo de anuncios. Canarias UP debe generar contenidos que la gente **quiera consumir**.

Se contará con emprendedores, empresarios y creadores con capacidad de influencia sobre la sociedad canaria, a través de su trabajo y de sus propias redes.

Costureros y diseñadores, grafiteros, artistas, desarrolladores, chefs, comerciantes, empresarios tecnológicos, artesanos, creadores audiovisuales y perfiles de otras industrias demuestran la enorme diversidad que esconde la palabra emprendimiento.

No interesa solo explicar qué han conseguido. Interesa contar cómo empezaron, qué salió mal, qué aprendieron, cómo consiguieron sus primeros clientes, por qué decidieron apostar por Canarias y qué consejo darían a alguien que hoy está empezando.

Ese enfoque permite crear contenido útil y duradero. Una misma grabación puede convertirse en: entrevista, TikTok, reel, YouTube Short, pieza gráfica, story, noticia, contenido web o clip publicitario.

Así, la inversión en producción audiovisual deja un patrimonio de comunicación que sigue teniendo valor incluso después de terminar el proyecto.

Podcast Canarias UP

El Podcast Canarias UP es uno de los proyectos de comunicación más relevantes de la iniciativa.

Su objetivo es crear un espacio editorial propio desde el que hablar de empresa, emprendimiento, innovación, comercio, oportunidades y futuro de Canarias.

Por el podcast pasarán jóvenes emprendedores, empresarios consolidados, creativos y profesionales, pero también responsables institucionales, figuras políticas y representantes del ecosistema económico canario. Esto permite generar conversaciones que difícilmente cabrían dentro de una campaña publicitaria tradicional.

El podcast aporta, además, una extraordinaria capacidad de multiplicación: una conversación de calidad puede producir un episodio completo y, después, numerosos cortes audiovisuales destinados a las diferentes redes. Canarias UP puede convertirse así en altavoz del talento empresarial canario, y no limitarse a ser el nombre de siete jornadas.

Comunicación tradicional

La apuesta digital se complementa con comunicación tradicional, porque Canarias UP debe llegar tanto al joven que descubre el proyecto en TikTok como al empresario que escucha la radio camino del trabajo.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

La planificación contempla presencia combinada en publicidad exterior, radio, televisión, prensa y medios digitales, adaptando intensidad y distribución a las necesidades de campaña y a las características de cada territorio.

La publicidad exterior traslada físicamente la marca a las islas. La radio combina capacidad autonómica con presencia local y formatos capaces de conectar con públicos diferentes. La televisión aporta notoriedad y reconocimiento regional. La prensa tradicional y digital refuerza la dimensión informativa e institucional del proyecto.

La combinación de estos medios con redes sociales y contenido propio genera una presencia transversal.

No basta con que Canarias UP aparezca una vez. Debe reconocerse. Debe recordarse. Debe sentirse próximo antes de que llegue a cada isla.

Contenido después del evento

El proyecto sigue comunicando una vez finalizada cada jornada. Entrevistas, historias de emprendedores, podcast, resúmenes y clips audiovisuales amplían de forma considerable la vida útil de cada acción. El resultado es una campaña que no se apoya en impactos aislados, sino en presencia continuada y acumulativa.

Plataforma digital Canarias UP

La web es el centro operativo digital del proyecto: permite acceder a programación, islas, contenidos, protagonistas, noticias, formaciones e información práctica.

Cuenta con sistemas dinámicos de inscripción y reserva para las actividades que lo requieren, y con un chatbot interactivo que facilita la consulta de programación y resuelve dudas. La web concentra el tráfico generado por las diferentes campañas durante esta primera edición y sienta las bases para convertirse, con el desarrollo de Canarias UP como plataforma permanente, en el punto digital de referencia del emprendimiento canario.

Medición y evaluación

Canarias UP incorpora herramientas que permiten conocer la respuesta del público y entender mejor el funcionamiento del proyecto.

Durante las jornadas se habilitan encuestas digitales de satisfacción mediante sistemas ágiles de participación. La información obtenida se complementa con los datos de la web, las reservas, las redes sociales, las campañas, los contenidos y la propia participación presencial.

Esta primera edición cuenta con un cuadro de indicadores de referencia que fija el marco de éxito del proyecto: entre ellos, 10.000 asistentes presenciales, 400 participantes en formación, 16 acciones formativas, un grado de satisfacción igual o superior al 80%, un alcance digital de 80.000 a 100.000 personas y 500.000 impresiones acumuladas en campaña. Más que una lectura basada exclusivamente en cifras cerradas, la intención es disponer de una visión suficientemente amplia para evaluar resultados, detectar oportunidades y mejorar progresivamente las siguientes acciones.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

El carácter itinerante es también aquí una ventaja: cada isla permite aprender y optimizar la siguiente.

Merchandising

Canarias UP cuenta con elementos de merchandising y camisetas propias, integradas en la identidad visual del proyecto.

La decoración, las carpas, la señalética, los espacios de actividad, los photocalls, las zonas gastronómicas y los soportes audiovisuales mantienen una estética coherente.

La intención es generar una identidad suficientemente potente para que una imagen tomada en cualquiera de las diferentes ubicaciones seleccionadas, se reconozca de inmediato como Canarias UP.

4º.- De conformidad con el artículo 22 de la Constitución Española, se constituye la Asociación, no lucrativa, denominada FEDERACIÓN DE ÁREAS URBANAS DE CANARIAS (FAUCA), dotada de personalidad jurídica propia y capacidad de obrar y que se regirá por la Ley que regulan las asociaciones profesionales 19/1977, de 1 de abril, reguladora del derecho de Asociación, Real Decreto 873/1977, de 22 de abril y demás disposiciones complementarias y por los Estatutos.

La **Federación de Áreas Urbanas de Canarias (FAUCA)** tiene por objeto:

1. Agrupar las Áreas y Zonas Urbanas Abiertas de Canarias, fomentar el espíritu de solidaridad y colaboración entre ellas e impulsar su capacidad profesional técnica, de dirección y gestión.

2. Representar a los miembros la Federación ante cualesquiera Organismos e Instituciones, Centros, Oficinas y Dependencias públicas y privadas en cuantos asuntos sean de su interés y así lo soliciten.

3. Defender todas las actividades empresariales y profesionales que se desarrollen en esas Áreas y Zonas Urbanas, tales como el comercio, hostelería restauración y profesionales autónomos e independientes.

4. Apoyar la promoción e imagen de las Áreas y Zonas Urbanas Abiertas de Canarias en el interior y exterior, asumiendo su representación ante la Administración y contando con la participación e iniciativa de los integrantes de la Federación.

5. Apoyar a la representación, promoción y defensa de los intereses comunes de sus miembros, tanto dentro como fuera de España.

6. Fomentar el desenvolvimiento laboral de las empresas y profesionales en el marco del desarrollo sostenible, tomando cuantas medidas sean necesarias para la consecución de la máxima utilidad medio ambiental, social y económica.

7. Ofrecer a los miembros asociados y, en general, a terceras personas, las garantías éticas y técnicas inherentes a su condición de miembro de la Federación, de acuerdo con el Código Deontológico de la misma.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

8. Expresar el punto de vista colectivo de las Áreas y zonas urbanas miembros en cuestiones de interés general o particular del sector.

9. Promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

10. Promover y colaborar en la mejora de los rendimientos y de la productividad de las Asociaciones y en la formación y promoción social de los empresarios y trabajadores del sector.

11. Fomentar la formación profesional de sus miembros asociados y gestionar proyectos y subvenciones que los beneficien directa e indirectamente tanto a ellos como al sector al que representan (formación continua de personas trabajadoras afectadas por riesgo de exclusión del mercado laboral, tales como mujeres, mayores de 45 años, personal no cualificado, con discapacidad y profesionales autónomos).

12. Establecer servicios técnicos de información y asesoramiento de interés común para sus miembros. Y en general, cualesquiera otras que en el ámbito de la competencia de la Federación tiendan directamente a la más eficaz defensa y desarrollo de los intereses colectivos que representa.

13. Promover la lucha contra la economía sumergida estableciendo acuerdos con las administraciones públicas, así como mediante medidas e instrumentos, como la organización de jornadas informativas, formativas, de concienciación, sensibilización o cualquier otra índole que se estime oportuna.

14. Atender a la prevención de riesgos laborales, para garantizar la seguridad y salud, tanto de la plantilla de la Federación, de las asociaciones miembro y de las empresas del sector en todo lo relacionado con el ámbito y las condiciones de trabajo.

15. La elaboración y difusión de estudios, así como de cualquier proyecto que ayude a la proyección de la Federación en cualquier ámbito.

5º.- El día 25 de septiembre de 2026, la FEDERACIÓN DE ÁREAS URBANAS DE CANARIAS (FAUCA), solicita financiación por importe de SEISCIENTOS MIL EUROS (600.000,00€), para sufragar gastos derivados de la actuación denominada CANARIAS UP "IMPULSO COMERCIO Y EMPRESAS”.

6º.- Concurren los requisitos previstos para la concesión de esta subvención de forma directa en el artículo 22.2.c) de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, precepto con carácter de legislación básica, así como en el artículo 21.1.b) del Decreto 36/2009, de 31 de marzo, por el que se establece el régimen general de subvenciones de la Comunidad Autónoma de Canarias.

En este proyecto concurren los requisitos de reconocido interés público exigido en el art. 21.6 del Decreto 36/2009, de 31 de marzo, por el que se establece el régimen general de subvenciones de la Comunidad Autónoma de Canarias, dado que se trata de llevar a cabo un proyecto regional.

La imposibilidad o **no conveniencia de promover la concurrencia** en el presente expediente está motivada por considerar a la FEDERACIÓN DE ÁREAS URBANAS DE CANARIAS (FAUCA), como la federación más representativa del sector comercial local tradicional en Tenerife, que ha firmado convenios de colaboración con las federaciones insulares más

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

representativas del comercio del resto de la islas, para llevar a cabo esta actuación. De hecho uno de los objetivos del mismo va a ser servir para consolidar la creación de la Confederación Regional de Comercio de Canarias, fruto de la fusión de las diferentes Federaciones insulares existentes y que permitirían integrar en una única organización empresarial la interlocución con el sector, junto con otras entidades colaboradoras.

7º.- El Gobierno de Canaria, en sesión celebrada el 31 de agosto de 2026, adoptó entre otros los siguientes acuerdos:

a) Acuerdo por el que se autoriza la generación de crédito número 727/2026 de la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Autónomos, con la finalidad de incrementar el crédito de diversas aplicaciones presupuestarias por un importe total de UN MILLÓN (1.000.000.00 €).

Secc.	Serv.	Prog.	Subc.	Fondo	Código Localización Territorial	Proyecto Inversión / L. A.: Código – Denominación	Importe (euros)
15	05	431B	780 02 00			267G0202 Fauca: Canarias UP	600.000,00 €

b) Acuerdo por el que se deja sin efecto el Acuerdo de Gobierno de 26 de febrero de 2026, por el que se suspende para determinados ámbitos de gestión, expedientes y sujetos integrantes del sector público, la sustitución de la función interventora por el control financiero permanente para el ejercicio 2026 y se establecen las medidas de información, gestión y seguimiento de la actividad económica-financiera respecto de los expedientes de gasto que deriven de modificaciones presupuestarias autorizadas por el órganos competente del ejercicio 2026.

8º.- Con fecha 8 de octubre de 2026, la Dirección General de Asuntos Europeos ha emitido informe favorable al ser compatible con la normativa europea de la competencia, la presente subvención.

9º.- Conforme al Acuerdo de Gobierno de 26 de marzo de 2020, modificado por Acuerdos de 1 de octubre y 26 de noviembre de 2020, 25 de febrero y 16 de diciembre de 2021, 15 de diciembre de 2022, 18 y 25 de mayo y 4 de diciembre de 2023,14 de octubre, 2 y 26 de diciembre de 2024 por el que se autorizan las condiciones de los abonos anticipados de subvenciones, aportaciones dinerarias, encargos, encomiendas de gestión, se estará al lo dispuesto en el apartado 1.1 del Anexo del citado acuerdo.

Que este centro directivo ha procedido a efectuar las comprobaciones previas y pertinentes constatándose que la FEDERACIÓN DE ÁREAS URBANAS DE CANARIAS (FAUCA con N.I.F. n.º G38869525, no tiene cantidad alguna pendiente de justificación en los dos ejercicios anteriores inmediatos al que ahora se concede la subvención.

La citada verificación lo es en el ámbito del Acuerdo de Gobierno de fecha 26 de marzo de 2020 y del Plan de Acción de la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Autónomos, aprobado por Orden nº 56/2024, de 2 de julio, comprensivo de las actuaciones y plazos para llevar a cabo la comprobación de las justificaciones de subvenciones, aportaciones dinerarias, encargos y encomiendas pendientes.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

II. CONSIDERACIONES JURÍDICAS

Primera.- De conformidad con lo dispuesto en el artículo 3.1 del Decreto 36/2009, de 31 de marzo, por el que se establece el régimen general de subvenciones de la Comunidad Autónoma de Canarias, la competencia para la concesión de subvenciones le corresponde a los titulares de los Departamentos, en relación con el Decreto 41/2023, de 14 de julio, del Presidente, por el que se determinan las competencias de la Presidencia y Vicepresidencia, así como el número, denominación, competencias y orden de precedencias de las Consejerías, establece en su artículo 3 que la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Autónomos asume las competencias que tenía atribuidas la Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo y las de promoción y diversificación económica, salvo las de Conocimiento y Empleo; correspondiéndole, además, las competencias en materia de industria, comercio y consumo que tenía la Consejería de Turismo, Industria y Comercio.

El artículo 1 del Decreto 123/2023, de 17 de julio, por el que se determina la estructura orgánica y las sedes de las Consejerías del Gobierno de Canarias, dispone que, bajo la superior dirección de su titular, la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Autónomos entre otros órganos enmarca a la Dirección General de Comercio y Consumo.

El Decreto 81/2026, de 4 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Autónomos determina en su artículo 29), que el titular de la Dirección General de Comercio y Consumo ejercerá, en su ámbito competencial, las funciones previstas en el artículo 19 del Decreto 212/1991, de 11 de septiembre y además, las funciones de dirección, coordinación, estudio y resolución en materia de comercio y consumo no atribuidas específicamente a otro órgano y en particular, en materia de comercio, las siguientes:

- La gestión y coordinación de ferias y certámenes comerciales que se celebren en Canarias, así como la gestión del registro oficial de actividades feriales.

- La promoción de la actividad comercial en ferias y mercados y el fomento en Canarias de la inversión, creación, promoción y establecimiento de empresas comerciales

Segunda.- Que dicha actuación se contempla dentro del Plan Estratégico de Subvenciones de la Consejería de Economía, Industria, Comercio y Autónomos para el período 2024 – 2026, aprobado por Orden n.º 15/2024, de 29 de febrero (BOC n.º 51, de 11 de marzo de 2024), modificado por las Órdenes nº 73/2024, de 29 de julio (BOC n.º 158, de 12 de agosto 2024), nº 82/2024, de 7 de octubre, (BOC n.º 208, de 18 de octubre de 2024), n.º 87/2024, de 18 de octubre (BOC n.º 218, de 31 de octubre de 2024), n.º 114/2024, de 11 de diciembre (BOC n.º 258, de 26 de diciembre de 2024), n.º 125/2024, de 26 de diciembre (BOC n.º 261, de 31 diciembre 2024), n.º 6/2025, de 20 de febrero (BOC. nº 46, de 6 de marzo de 2025), n.º 43/2025, de 30 de junio (BOC n.º 139, de 15 de julio de 2025), n.º 65/2025, de 5 de agosto (BOC n.º 164, de 20 de agosto de 2025), n.º 76/2025, de 29 de octubre, (BOC n.º 222, de 7 de noviembre de 2025), n.º 89/2025, de 5 de diciembre (BOC nº 250, de 18 de diciembre de 2025), n.º 100/2025, de 22 de diciembre (BOC n.º 003, de 7 de enero de 2026), n.º 106/2025, de 29 de enero (BOC n.º 9 de enero de 2026), n.º 14/2026, de 18 de marzo (BOC n.º 23 de marzo de 2026), n.º 23/2026, de Orden de 17 de abril de 2026 (BOC n.º 84 de 4 de mayo 2026), Orden n.º 48/2026, de 10 de junio de 2026 (BOC n.º 125, de 24 de junio de 2026), Orden n.º 82/2026, de 3 de

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

agosto de 2026 (BOC n.º 164, de 17 de agosto de 2026) y y Orden n.º 91/2026, de 28 de septiembre (BOC n.º 202, de 8 de octubre de 2026).
Tercera.- El artículo 3 del Decreto 36/2009, de 31 de marzo, por el que se establece el régimen general de subvenciones de la Comunidad Autónoma de Canarias, determina como órganos competentes para conceder subvenciones a los titulares de los Departamentos de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma.

Cuarta.- De conformidad con el artículo 29.1 de la Ley 9/2025, de 23 de diciembre, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de Canarias para 2026 (B.O.C. n.º 256, de 29 de diciembre 2025), en atención a la cuantía de la presente subvención, no resulta necesaria la autorización del Gobierno de Canarias.

Quinta.- En la tramitación de este expediente se han observado las prescripciones legales de aplicación, habiéndose acreditado que se cumple, por parte de la entidad solicitante con los requisitos previos exigidos en el artículo 4 del Decreto 36/2009, de 31 de marzo, en relación con lo dispuesto en el artículo 13 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, para ser beneficiaria de esta subvención, y cuenta con la capacidad y experiencia para el desarrollo de la actividad subvencionada.

Sexta.- De acuerdo con lo establecido en el apartado 2.c) del artículo 22 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, así como en el apartado 1.b) del artículo 21 del Decreto 36/2009, de 31 de marzo, por el que se establece el régimen general de subvenciones de la Comunidad Autónoma de Canarias, la presente subvención tiene carácter de subvención directa.

Séptima.- Esta actuación se encuentra bajo el ejercicio de control financiero permanente desde la perspectiva de legalidad, conforme al Acuerdo de Gobierno de 27 de octubre de 2010. No siendo de aplicación, lo dispuesto en el acuerdo adoptado en sesión celebrada el 23 de febrero de 2026, por el que se suspende durante el ejercicio 2026 el ejercicio del control financiero permanente desde la perspectiva de legalidad respecto de la aprobación de determinados gastos.

Octava.- Las subvención concedida podrá abonarse anticipadamente de acuerdo con lo regulado en el artículo 37.3 del Decreto 36/2009, y a los acuerdos que en su caso resulten aplicables.

En virtud, en el ejercicio de la competencia que tengo atribuida,

RESUELVO

Primero.- Conceder una subvención directa a la FEDEDACIÓN DE ÁREAS URBANAS DE CANARIAS (FAUCA), N.I.F. n.º G38869525, por importe de SEISCIENTOS MIL EUROS (600.000,00 €), para sufragar los gastos derivados de la actuación denominada CANARIAS UP "IMPULSO COMERCIO Y EMPRESAS",según expediente SCU-26/01, con cargo a la aplicación presupuestaria 2026.15.05.431B.780.02 PI/LA 267G0202 “Fauca: Canarias UP” según el cuadro de gastos siguiente:

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

PRESUPUESTO	
CONCEPTOS	**IMPORTE TOTAL**
GASTOS	**600.000,00 €**
DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN DEL PROYECTO	
Coordinación FAUCA	40.828,79 €
DINAMIZACIÓN	
General (aplicado a las siete islas)	
Coordinación y gestión logística de las diferentes islas	18.190,00 €
Marketing y publicidad digital Diseño y adaptaciones de todos los elementos de la campaña, campaña de RRSS y Podcast, campaña de radio, publicidad en Google Ads, Acciones BTL.	50.424,82 €
Instalación de soportes físicos Banderolas, lonas traseras del escenario, arco de entrad, tótems, cartelería, truss para el arco de la entrada.	19.863,48 €
Merchandising	3.565,24 €
Página web	2.546,60 €
Planes de Seguridad	16.043,58 €
Ambulancias	7.130,48 €
Servicios portátiles	4.456,55 €
Limpieza	13.369,65 €
Seguridad privada previa y durante el evento	9.804,41 €
Acometida eléctrica y certificación	40.108,95 €
Equipo de sonido	35.652,40 €
Tarimas para exhibiciones y Dj	10.695,72 €
Tasas Municipales	18.717,51 €
Decoración de cada una de las ediciones	10.695,72 €
Transporte de los sets por isla	14.260,96 €
Desplazamiento, alojamiento y dietas equipo de trabajo	9.167,76 €
Equipo de montaje y desmontaje de todos los elementos	5.347,86 €
TENERIFE Y GRAN CANARIA	
Up Market Mobiliario necesario para el desarrollo del market (carps, mesas y sillas)	5.093,20 €
Tecno Up	

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

Mobiliario necesario para el desarrollo de las acciones	1.655,29 €
Elementos tecnológicos (hardware y software) y gestión de empresas participantes	15.279,60 €
Caffest y Somos lo que comemos	
Ponencias de bartistas9167,76	2.546,60 €
Showcooking de chefs locales	2.546.60 €
Módulo de cocina	1.527,96 €
Puestos gastronómicos	8.403,78 €
Menaje, ingredientes y azafatos de reparto de degustaciones	1.273,30 €
Zona comedor (mobiliario y sombra)	3.819,90 €
Música	2.037,28 €
LANZAROTE, FUERTEVENTURA Y LA PALMA	
Up Market	
Mobiliario necesario para el desarrollo del market (carps, mesas y sillas)	4.456,55 €
Tecno Up	
Mobiliario necesario para el desarrollo de las acciones	21.391,44 €
Elementos tecnológicos (hardware y software) y gestión de empresas participantes	2.482,94 €
Caffest y Somos lo que comemos	
Ponencias de bartistas	2.291,94 €
Showcooking de chefs locales	3.055,92 €
Módulo de cocina	1.476,60 €
Puestos gastronómicos	4.583,88 €
Menaje, ingredientes y azafatos de reparto de degustaciones	1.527,96 €
Zona comedor (mobiliario y sombra)	1.909,95 €
Música	1.909,95 €
LA GOMERA Y EL HIERRO	
Infraestructura para formaciones, hackatón y charlas (carpa 6x3, mesas y sillas)	3.819,90 €
Up market	
Mobiliario necesario para el desarrollo del market (carps , mesas y sillas)	1.909,95 €
Tecno UP	
Mobiliario necesario para el desarrollo de las acciones	14.260,96 €
Elementos tecnológicos (hardware y software) y gestión de empresas participantes	1.655,29 €
Caffest y Somos lo que comemos	
Ponencias de bartistas	1.273,30 €
Showcooking de chefs locales	1.909,95 €
Módulo de cocina	1.527,96 €
Puestos gastronómicos	954,98 €
Menaje, ingredientes y azafatos de reparto de degustaciones	763,98 €
Zona comedor (mobiliario y sombra)	1.018,64 €
Música	763,98 €
FORMACIÓN (Aplicado a las siete islas)	
Gestión y desarrollo del Hackatón	110.000,00 €
Gestión y desarrollo del Tardeo	40.000,00 €
TOTAL DE GASTOS (IGIC incluido)...	**600.000,00 €**

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

INGRESOS	
Subvención de la Dirección General de Comercio y Consumo del Gobierno de Canarias	600.000,00 €
TOTAL DE INGRESOS...	**600.000,00 €**

Las variaciones presupuestarias entre los distintos conceptos de gastos igual o inferior al 20,00%, no requerirán autorización del centro gestor. Las variaciones superiores a dicho porcentaje requerirán autorización previa del responsable de dicho centro gestor, debiendo contar en el expediente el documento de autorización.

Segundo.- La Dirección General de Comercio y Consumo dará traslado de la Orden, en los términos señalados en el art. 19 del Decreto 36/2009, de 31 de marzo a la FEDERACIÓN DE ÁREAS URBANAS DE CANARIAS (FAUCA), cuya efectividad está supeditada a su aceptación expresa, dentro de los **DIEZ (10) DÍAS HÁBILES** siguientes a su notificación.

Tercero.- El abono de la subvención concedida se efectuará por anticipado, sin necesidad de prestación de garantías por el beneficiario, de acuerdo con lo previsto en los artículos 37 y 38 del Decreto 36/2009, de 31 de marzo, por el que se establece el régimen general de subvenciones de la Comunidad Autónoma de Canarias y de conformidad con lo dispuesto en el Anexo1.1. del Acuerdo de Gobierno de 26 de marzo de 2020, por el que se autorizan las condiciones de los abonos anticipados de subvenciones, aportaciones dinerarias, encargos, encomiendas de gestión, modificado por Acuerdos de 1 de octubre y 26 de noviembre de 2020, y de 25 de febrero y 16 de diciembre de 2021, 15 de diciembre de 2022, 18 y 25 de mayo de 2023, 4 de diciembre de 2023, 14 de octubre, 2 y 26 de diciembre de 2024.

Cuarto.- La subvención se concede según los siguientes plazos de realización y justificación. Se considera como fecha de inicio del plazo para realizar la actividad el día 1 de enero de 2026, finalizando el plazo para la ejecución de los gastos de la subvención abonada el 10 de diciembre de 2026 y para la justificación el 10 de enero de 2027.

Quinto.- Para una adecuada coordinación de las acciones contempladas en esta actuación, se establece una comisión de seguimiento, formada por un representante de la Dirección General de Comercio y Consumo y otra de la FEDEDACIÓN DE ÁREAS URBANAS DE CANARIAS (FAUCA) que será la encargada de resolver todas las cuestiones que se planteen en la ejecución del proyecto denominado “CANARIAS UP "IMPULSO COMERCIO Y EMPRESAS” entre ellas, destacar el seguimiento de las medidas a adoptar en las acciones de comunicación, publicidad y marketing necesarios para dar difusión al evento.

Las acciones publicitarias a desarrollar a que se compromete la entidad beneficiaria puede abarcar todos los soportes, elementos o medios materiales publicitarios, presenciales o digitales, que se utilicen para la promoción y divulgación del evento objeto de subvención, tales como, de manera enunciativa y no limitativa, programas, invitaciones, inserciones publicitarias, cartelería, ruedas de prensa, cuñas de radio, anuncios televisivos o por internet, redes sociales, páginas webs paneles u otros elementos promocionales confeccionados con motivo del evento presentado.

La obligación de la inserción del logotipo del Gobierno de Canarias de acuerdo a la Identidad Corporativa Gráfica del Gobierno de Canarias, con análoga relevancia, y del logotipo de “Comercio de Canarias”.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

Sexto.- La justificación de la subvención se realizará mediante cuenta justificativa, con informe de auditor, según se establece en el artículo 25 del Decreto 36/2009, de 31 de marzo, por el que se establece el régimen general de subvenciones de la Comunidad Autónoma de Canarias, mediante cuenta justificativa.

La cuenta justificativa contendrá, con carácter general, la siguiente documentación:

1. Una memoria de actuación justificativa del cumplimiento de las condiciones impuestas en la concesión de la subvención, con indicación de las actividades realizadas y de los resultados obtenidos.

2. Una memoria económica justificativa del coste de las actividades realizadas, que contendrá:

a) Una relación clasificada de los gastos e inversiones de la actividad, y por cada uno de ellos, los datos siguientes de las facturas o documentos de valor probatorio: acreedor, número de factura, breve descripción del objeto, importe, fecha de emisión, fecha y medio de pago, identificación de la anotación contable e impuesto soportado. En caso de que la subvención se otorgue con arreglo a un presupuesto, se indicarán las desviaciones acaecidas.

b) Las facturas o documentos de valor probatorio equivalente en el tráfico jurídico mercantil o con eficacia administrativas incorporadas en la relación a que se hace referencia en la letra anterior y, en su caso, la documentación acreditativa del pago, que incluirá, como regla general, los justificantes bancarios de la salida de fondos. De no ser posible, de una manera justificada, la presentación del justificante bancario de salida de fondos, podrá presentarse el recibí de la empresa proveedora firmado, sellado y con fecha.

c) Una relación detallada de otros ingresos o subvenciones que hayan financiado la actividad subvencionada con indicación del importe y su procedencia.

d) Los tres presupuestos que, en aplicación del artículo 31.3 de la Ley General de Subvenciones, deba de haber solicitado el beneficiario.

e) En su caso, la carta de pago de reintegro en el supuesto de remanentes no aplicados así como de los intereses derivados de los mismos.

Asimismo, si el beneficiario posee carácter de poder adjudicador deberá suministrar la siguiente información referida a los contratos celebrados:

1 Tipo de contrato.
2 Tipo de trámite.
3 Objeto del contrato.
4 Procedimiento de adjudicación.
5 Forma de adjudicación.
6 Fecha de adjudicación.
7 Diario de publicación/perfil del contratante.
8 Fecha de inicio del expediente.
9 Fecha final.
10 Importe de licitación.
11 Importe adjudicado.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

12 Importe actualizado.
13 Incidencias del contrato (modificados y revisiones de precios).
14 Importe de la incidencia.

3. Se aportará la papelería utilizada en formato pdf, así como un cuadro resumen de los indicadores de seguimiento y evaluación de las actuaciones realizadas, incluyendo los contenidos en el Plan de Comunicación.

4. No podrá realizarse la subcontratación, la prestación de los servicios externos o la adquisición de los activos, con personas o entidades en quienes concurra algunas de las circunstancias detalladas en el artículo 29.7 de la referida Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, así como las establecidas en el apartado 4 del artículo 35 del Decreto 36/2009, de 31 de marzo. La acreditación de ello se efectuará de conformidad con el apartado 5 del citado artículo 35, la cual se concreta en la base general 20ª, apartado 3.2.d).

Para ello se presentará Declaración responsable suscrita por el representante de la entidad beneficiaria de que los prestadores del servicio y/o proveedores de los bienes no son personas o entidades contempladas en el apartado 7 del artículo 29 de la Ley 38/2003, General de Subvenciones, ni en el apartado 4 del artículo 35 del Decreto 36/2009, de 31 de marzo, por el que se establece el Régimen General de Subvenciones de la Comunidad Autónoma de Canarias. Esta declaración responsable se formulará al amparo del artículo artículo 69 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, del artículo 16 del Decreto 48/2009, de 28 de abril, por el que se establecen Medidas ante la Crisis Económica y de Simplificación Administrativa en la Comunidad Autónoma de Canarias y del apartado 5 del artículo 35 del citado Decreto 36/2009, de 31 de marzo.

Séptimo.- La Federación, está obligada a:

1. Cumplir con las condiciones y objetivos a los cuales están sujetas las actuaciones financiadas.
2. No modificar sustancialmente, la naturaleza o las condiciones de ejecución de la operación financiada.
3. Justificar ante la Dirección General de Comercio y Consumo el cumplimiento de los requisitos y condiciones, así como la realización de la actividad y el cumplimiento de la finalidad.
4. Someterse a las actuaciones de comprobación, a efectuar por la Dirección General de Comercio y Consumo así como cualesquiera otras de comprobación y control financiero que puedan realizar los órganos de control competentes, tanto nacionales como comunitarios, aportando cuanta información le sea requerida en el ejercicio de las actuaciones anteriores.
5. Poner a disposición del auditor de cuentas cuantos libros, registros y documentos le sean exigibles en aplicación de lo dispuesto en el apartado f) del artículo 14.1 de la Ley General de Subvenciones.
6. Comunicar a la Dirección General de Comercio y Consumo la obtención de otras subvenciones, ayudas, ingresos o recursos que financien las actividades. Esta comunicación deberá efectuarse tan pronto como se conozca y, en todo caso, con anterioridad a la justificación de la aplicación dada a los fondos percibidos.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

7. Acreditar con anterioridad a cada procedimiento de pago que la entidad se halla al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y frente a la Seguridad Social, en la forma que se determine reglamentariamente.
8. Garantizar que la pista de auditoría es adecuada, conforme a lo establecido en la normativa vigente.
9. Mantener un sistema de contabilidad separado para los gastos relacionados con las operaciones objeto de cofinanciación o con una codificación contable adecuada que permita identificar claramente dichos gastos.
10. Identificar el lugar de emplazamiento de los documentos acreditativos correspondientes a la operación financiada.
11. Conservar toda la documentación e información relativa a las operaciones financiadas durante el plazo previsto en la normativa vigente. Dicho período quedará interrumpido si se inicia un procedimiento judicial o a petición, debidamente motivada.
12. Respetar la normativa que sea de aplicación en la gestión y ejecución de los proyectos con ayuda pública, en especial, las normas comunitarias, nacionales y regionales que sean aplicables, especialmente en materia de contratación pública, ayudas de estado, medio ambiente, igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, información y publicidad y subvencionalidad del gasto.
13. Adoptar las medidas de difusión, información y publicidad previstas en el manual de imagen corporativa. En todas las actividades y resultados objeto de la financiación, la papelería y cualquier medio de publicidad utilizado en el desarrollo del proyecto, se incluirán los elementos siguientes:

    El logotipo del Gobierno de Canarias de acuerdo a la Identidad Corporativa Gráfica del Gobierno de Canarias, con análoga relevancia.
14. Dar cumplimiento durante todo el tiempo de realización del gasto, de las disposiciones, políticas y acciones comunitarias, incluidas las correspondientes a las normas de competencia, contratación pública, protección y mejora del medio ambiente, eliminación de desigualdades y fomento de la igualdad entre hombres y mujeres, así como las de información y publicidad.
15. Proceder al reintegro de los fondos percibidos en los supuestos contemplados en el artículo 37 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones.
16. Dar publicidad de las subvenciones y ayudas percibidas en la página web de la entidad beneficiaria,especificando las informaciones a las que se refieren los artículos 6 y 8 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, de conformidad con lo previsto en el artículo 3 de la Ley 12/2014, de 26 de diciembre, de transparencia y de acceso a la información pública.

Octavo.- Medidas de publicidad.

La Federación de Áreas Urbanas de Canarias (FAUCA)**,** deberá adoptar las acciones de comunicación, publicidad y marketing necesarios para dar difusión al evento, en las que se tendrán que incorporar los logotipos, marcas y anagrama siguientes:

a. El logotipo del Gobierno de Canarias de acuerdo a la Identidad Corporativa Gráfica del Gobierno de Canarias, con análoga relevancia.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

b. Utilización del logotipo de “Comercio de Canarias”.

Para el logotipo o imagen institucional del Gobierno de Canarias, se deberán seguir las instrucciones indicadas en el Manual de identidad corporativa del Gobierno de Canarias las medidas de difusión, información y publicidad previstas en el manual de imagen corporativa.

Las acciones publicitarias a desarrollar a que se compromete la entidad beneficiaria puede abarcar todos los soportes, elementos o medios materiales publicitarios, presenciales o digitales, que se utilicen para la promoción y divulgación del evento objeto de subvención, tales como, de manera enunciativa y no limitativa, programas, invitaciones, inserciones publicitarias, cartelería, ruedas de prensa, cuñas de radio, anuncios televisivos o por internet, redes sociales, páginas webs paneles u otros elementos promocionales confeccionados con motivo del evento presentado.

A este respecto, la entidad beneficiaria, en su caso, deberá indicar en el Plan de Medios o comunicación que presente las acciones promocionales donde constará la marca y valor económico en materia de publicidad, marketing, proyecciones, ediciones y/o *merchandising*. En el caso de que sea necesaria alguna aclaración, ésta se hará previamente a la fase de formalización.

No obstante, debe quedar garantizado que el contenido de todo el material publicitario, así como el del Plan de Medios o comunicación, tenga el visto bueno o consentimiento expreso de la Dirección General de Comercio y Consumo, todo ello con carácter previo a su utilización.

Noveno.- Compatibilidad de ayudas

De conformidad con el art. 10 j) del Decreto 36/2009, de 31 de marzo, esta subvención es compatible con otras ayudas o subvenciones, ingresos o recursos para la misma finalidad procedentes de cualquier Administración, entes públicos o privados, nacionales, de la Unión Europea o de organismos internacionales.”

Décimo.- Modificación de la Orden de concesión.

1. Una vez recaída la resolución de concesión, la entidad beneficiaria podrá solicitar la modificación de su contenido, siempre que no dañe derechos de tercero y se cumplan los siguientes requisitos:

a) Que la actividad o conducta a realizar conforme a la modificación solicitada esté comprendida dentro de la finalidad prevista en la línea de actuación o proyecto de inversión contemplado en la Ley de Presupuestos y de las actividades o conductas establecidas en las bases reguladoras, o, en su defecto, en la resolución de concesión.

b) Que las circunstancias que justifiquen la modificación no hayan dependido de la voluntad del beneficiario inicial.

c) Que los nuevos elementos o circunstancias que motivan la modificación, de haber concurrido en la concesión inicial, no hubiesen determinado la denegación o disminuido la cuantía de la subvención concedida.

2. Dará lugar a la modificación de la resolución de concesión por el órgano que la haya dictado, sin que en ningún caso pueda variarse el destino o finalidad de la subvención, la concurrencia de alguna de las siguientes circunstancias:

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

a) La alteración de las circunstancias o de los requisitos subjetivos y objetivos tenidos en cuenta para la concesión de una subvención.

b) La obtención por la entidad beneficiarias de subvenciones concedidas por otros órganos de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma o por otras Administraciones o Entes públicos para el mismo destino o finalidad.

c) La obtención de ayudas u otras atribuciones patrimoniales gratuitas de entidades privadas o particulares para el mismo destino o finalidad.

d) La superación de los topes previstos por la normativa comunitaria como consecuencia de la acumulación de subvenciones en los períodos establecidos en la misma.

3. Tanto la solicitud de modificación prevista en el punto 1 de la presente Orden como la comunicación de las circunstancias a que hace referencia el punto 2 deberán presentarse antes de que concluya el plazo para la realización de la actividad.

Undécimo.- Procederá el reintegro de las cantidades percibidas y los intereses de demora (Orden de 10/06/2004; B.O.C. nº134 de 13/07/2004) correspondientes en los siguientes casos:

1. Obtención de la subvención falseando las condiciones requeridas para ello u ocultando aquéllas que lo hubieran impedido.
2. Incumplimiento total o parcial del objetivo, de la actividad, del proyecto o la no adopción del comportamiento que fundamentan la concesión de la subvención.
3. Incumplimiento de la obligación de justificación o la justificación insuficiente, en los términos establecidos en la presente orden.
4. Incumplimiento de la obligación de adoptar las medidas de difusión contenidas en el resuelvo séptimo de la presente orden.
5. Resistencia, excusa, obstrucción o negativa a las actuaciones de comprobación y control financiero que se practiquen por esta Dirección General de Comercio y Consumo, así como cualesquiera otras de comprobación y control financiero que pueda realizar la Intervención General, la Dirección General de Planificación y Presupuesto, la Audiencia de Cuentas de Canarias o el Tribunal de Cuentas, así como otros órganos comunitarios, aportando cuanta documentación le sea requerida en el ejercicio de las actuaciones anteriores, así como el incumplimiento de las obligaciones contables, registrales o de conservación de documentos cuando de ello se derive la imposibilidad de verificar el empleo dado a los fondos percibidos, el cumplimiento del objetivo, la realidad y regularidad de las actividades financiadas.
6. Incumplimiento de las obligaciones impuestas a los beneficiarios, así como de los compromisos asumidos por éstos, con motivo de la concesión de la subvención, siempre que afecten o se refieran al modo en que se han de conseguir los objetivos, realizar la actividad, ejecutar el proyecto o adoptar el comportamiento que fundamenta la concesión de la subvención.
7. Incumplimiento de las obligaciones impuestas a los beneficiarios, así como de los compromisos asumidos por éstos, con motivo de la concesión de la subvención, distintos de los anteriores, cuando de ello se derive la imposibilidad de verificar el empleo dado a los fondos percibidos, el cumplimiento del objetivo, la realidad y regularidad de las actividades financiadas, o la concurrencia de subvenciones, ayudas, ingresos o recursos

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

para la misma finalidad, procedentes de cualesquiera Administraciones o entes públicos o privados, nacionales, de la Unión Europea o de organismos internacionales.

8. La adopción, en virtud de lo establecido en los artículos 87 a 89 del Tratado de la Unión Europea, de una decisión de la cual se derive una necesidad de reintegro.
9. En los demás supuestos previstos en la normativa reguladora de la subvención.

La declaración de reintegro dará lugar, en su caso, a la obligación de devolver total o parcialmente la subvención concedida, así como los intereses de demora correspondientes. Las cantidades a reintegrar tendrán la consideración de ingresos de derecho público, resultando de aplicación para su cobranza lo previsto en la Ley General Presupuestaria.

Los criterios de graduación para determinar el importe a reintegrar, por los incumplimientos de las obligaciones y condiciones establecidas en esta resolución y demás normas aplicables, responden al principio de proporcionalidad en función de los costes justificados y las actuaciones acreditadas:

Cuando el cumplimiento por los beneficiarios se aproxime de modo significativo al cumplimiento total y se acredite por éstos una acción inequívocamente tendente a la satisfacción de sus compromisos y de las condiciones de otorgamiento de la subvención, la cantidad a reintegrar vendrá determinada por la aplicación de los siguientes criterios:

a) El incumplimiento parcial de los fines para los que se concede la subvención o de la obligación de justificación, dará lugar al reintegro parcial del mismo en el porcentaje correspondiente a la inversión no efectuada o no justificada.

b) La realización de modificaciones no autorizadas en el presupuesto financiable, supondrá la devolución del importe correspondiente a las cantidades desviadas.

El incumplimiento total de los fines para los que se concedió la subvención, de la realización de la inversión financiable o de la obligación de justificación, dará lugar al reintegro de la totalidad de la subvención concedida.

En los casos de no comunicar otras actividades incursas en incompatibilidad, podrá requerirse el reintegro de la subvención por el tiempo en que se haya producido dicha incompatibilidad de forma parcial o total o proceder a la revocación del mismo.

El procedimiento se regirá según lo previsto en el Capítulo VIII del Decreto 36/2009, de 31 de marzo, por el que se establece el régimen general de subvenciones de la Comunidad Autónoma de Canarias.

En caso de incumplimiento por parte de los beneficiarios de la obligación de publicidad se estará a lo dispuesto en el artículo 31.3 del Real Decreto 887/2006, de 21 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones.

Duodécimo.- El beneficiario está sujeto al control financiero de la Intervención General de la Comunidad Autónoma de Canarias, así como al Decreto 76/2015, de 7 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Organización y Funcionamiento de la Intervención General (B.O.C. nº93, de 18.05.2015) y a las actuaciones de comprobación y de control financiero que correspondan al órgano concedente de la subvención, a la Intervención General de la Administración del Estado, y a las previstas en la legislación aplicable del Tribunal de Cuentas, al que facilitarán cuanta información sea requerida al efecto. La aceptación de la subvención por parte del beneficiario implica la aceptación de su inclusión en la lista de operaciones/actuaciones publicadas por el Gobierno de Canarias.

En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente:
RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==

Decimotercero.- En lo no regulado por la presente orden se estará a lo dispuesto en la Ley 11/2006, de 11 de diciembre, de la Hacienda Pública Canaria, así como a lo establecido en la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones, al Real Decreto 887/2006, de 21 de julio, por el que se aprueba el Reglamento de la Ley 38/2003, al Decreto 5/2015, de 30 de enero, por el que se modifica el Decreto 36/2009, de 31 de marzo, por el que se establece el régimen general de subvenciones de la Comunidad Autónoma de Canarias.

Contra la presente Orden, que pone fin a la vía administrativa, podrá interponerse recurso potestativo de reposición ante el consejero de Economía, Industria, Comercio y Autónomos, en el plazo de **UN (1) MES**, contados a partir del día siguiente a su notificación, o directamente recurso Contencioso Administrativo, ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo en Santa Cruz de Tenerife del Tribunal Superior de Justicia de Canarias, en el plazo de **DOS (2) MESES**, contados a partir del día siguiente al de su notificación, significándole que, en el caso de presentar recurso de reposición, no se podrá interponer recurso Contencioso-Administrativo hasta la resolución expresa del recurso de reposición o hasta que se produzca la desestimación presunta del mismo, y todo ello sin perjuicio de cualquier otro recurso que pudiera interponerse.

EL CONSEJERO DE ECONOMÍA
INDUSTRIA, COMERCIO Y AUTÓNOMOS
Manuel Domínguez González

Este documento ha sido firmado electrónicamente por:	
MANUEL DOMINGUEZ GONZALEZ - CONSEJERO	Fecha: 13/10/2026 - 17:49:36
Este documento ha sido registrado electrónicamente:	
ORDEN - Nº: 98 / 2026 - Libro: 2607 - Fecha: 14/10/2026 10:29:55	Fecha: 14/10/2026 - 10:29:55
En la dirección https://sede.gobiernodecanarias.org/sede/verifica_doc?codigo_nde= puede ser comprobada la autenticidad de esta copia, mediante el número de documento electrónico siguiente: RP001-000J8fxezgDDVLn2Ubi9Q+tmg==	
El presente documento ha sido descargado el 15/10/2026 - 11:48:56	