



INFORME DE NECESIDAD Y ORDEN DEL INICIO DEL EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO DE LA PELÍCULA MI ILUSTRISIMO AMIGO

A la vista de la propuesta de patrocinio publicitario, presentada por JUGOPLASTIKA SL, con NIF B76216845 para el patrocinio publicitario de la película "Mi ilustrísimo Amigo" Se informa en los siguientes términos:

El proyecto para la película que se presenta estará basado en las cartas de amor entre Benito Pérez Galdós y Emilia Pardo Bazán, dos de los mejores autores de la literatura española que se ubicaron en el siglo XIX y principios del siglo XX.

En el caso de Benito Pérez Galdós, grancanario de nacimiento, es considerado uno de los novelistas más importantes del siglo XIX y principios del XX en España. Su obra se enmarca principalmente en el realismo y es conocido por su serie de novelas históricas, los "Episodios Nacionales", y por novelas como "Fortunata y Jacinta".

En el caso de Emilia Pardo Bazán fue una destacada novelista, ensayista y crítica literaria. Conocida por sus contribuciones al naturalismo en la literatura española y por sus novelas, como "Los Pazos de Ulloa" y "La Madre Naturaleza".

Ambos contribuyeron de forma significativa al desarrollo del realismo y el naturalismo en la literatura española.

La película nos mostrará una faceta más personal de ambos autores, donde se narrará *la apasionante aventura sentimental e intelectual entre dos grandes mentes*. En este sentido la productora señala: *El objetivo es conocer a un hombre y a una mujer, no a las grandes figuras. Una pareja de enamorados con físicos no normativos que no suelen protagonizar las historias de amor en el cine, pero que son tan apasionantes y atrevidos como cualquiera de ellos.*

Una relación más abierta que muchas de las que se producen hoy en día, atípica para sus días y que trascendió porque se encontraron las cartas que Emilia mandó a su querido "miquiño", a veces de alto contenido erótico.

Código Seguro De Verificación	2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw==	Fecha	17/06/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw=	Página	1/13





Esta relación se llevó con tal secreto que se conoció públicamente cincuenta años después de fallecido Galdós, en 1970, al encontrarse las cartas que Emilia le mandó a Benito, no a la inversa. Por lo tanto, se trata de las cartas de Emilia.

En el proyecto se recoge el valor de la figura de Emilia Pardo Bazán como mujer, adelantada a su tiempo que supo lidiar con inteligencia con la misoginia intelectual de la época derribando tabús incomprensibles hoy en día. *También se reivindica la figura de Galdós, al que, si bien se le ha dedicado mucha atención en el reciente centenario de su muerte, es aún un enorme literato a reivindicar.*

Mi Ilustrísimo amigo será una coproducción entre Galicia y Canarias. El rodaje se llevará a cabo entre el 26 al 30 de mayo de 2024 en Madrid y desde el 1 hasta el 21 de junio de 2024 en Gran Canaria, en lugares como Vegueta, La heredad de Arucas, el Gabinete Literario y el Palacete Rodríguez Quegles, entre otras localizaciones.

Además, cuentan con contratos para la emisión de la película en la Televisión Canaria y en la Televisión de Galicia a partir de enero de 2025.

Destaca la productora, que esta es la primera película sobre la vida de nuestro más ilustre literato, lo que le otorga una singular riqueza cultural.

La productora acompaña documento donde se detalla el estreno en cines para el lanzamiento comercial de la película, estimando unos 14.000 espectadores para su estreno. Dicho estreno además de realizarse en Canarias y en Galicia, se llevará a cabo en otras ciudades de España, como puede ser Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao, Pamplona y San Sebastián.

Además, se acompaña documento donde se recoge la estimación del retorno de la inversión (ROI) del patrocinio del largometraje, donde hacen una valoración de la repercusión mediática en 407.721,13 euros.

Esta propuesta de patrocinio publicitario le fue presentada al Sr. Consejero de Presidencia, órgano de contratación, de este Servicio, por Acuerdo de delegación del Consejo de Gobierno Insular de fecha 31 de julio de 2019, el cual solicita de forma verbal a este Servicio el inicio y la tramitación del expediente de contratación correspondiente.

Esta Presidencia, está interesada en llevar a cabo esta contratación a fin de satisfacer la necesidad de promoción y difusión de Gran Canaria en el ámbito cultural y turístico,

Código Seguro De Verificación	2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw==	Fecha	17/06/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw=	Página	2/13





que constituye competencias de esta Corporación Insular, a través de la imagen de uno de los autores más ilustre de nuestra tierra, D. Benito Pérez Galdós.

Es necesario poner en valor que el patrocinio publicitario sobre películas, donde las localizaciones seleccionadas para su rodaje, pueden dar lugar a que se genere entre el público un entusiasmo que invite a su visita, de tal forma que esas localizaciones puedan convertirse en verdaderos escenarios turísticos. No obstante, nos encontramos ante un proyecto donde el valor principal para nuestra isla también vendrá derivado por uno de los autores más ilustre de nuestra tierra, D. Benito Pérez Galdós.

El producto audiovisual es una experiencia que hace emanar sensaciones en el espectador, ya que la forma de difundir y expresar emociones lo convierte en un gran medio (Ferrés i Prats, 1995). En consecuencia, pasa a ser un excelente producto como parte integrante de la actual economía, y de un modo más próximo al sector turístico, en una idónea oportunidad o medio de acercar ciertos destinos y recursos turísticos al espectador.

Un turista que a la vez sea espectador, ya sea de largometrajes o series, tenderá a visitar las localizaciones vinculadas con los productos audiovisuales por los que se siente atraído, ya que este llega a crear fuertes vinculaciones no solo con los personajes, sino también con la trama y los escenarios de los mismos. Existen por tanto destinos turísticos que son objeto de visita tras su vinculación a un largometraje (Rodríguez y Fraiz, 2010), o en su defecto, a una serie de ficción:

- Las localizaciones de los rodajes o grabaciones.
- Los lugares donde se desarrolla la trama.
- Las ciudades donde se sitúan grandes estudios cinematográficos.
- Las poblaciones ligadas a la vida de actores, productores, guionistas o directores
- Los museos y otros recursos

Tanto el turismo como el sector audiovisual y las series de ficción en concreto, implican dinamismo, sensaciones y movimiento, por una parte como experiencia individual y, por otra, como símbolo de progreso y modernidad (Hellín y Martínez, 2009). Ambos

Código Seguro De Verificación	2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw==	Fecha	17/06/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw=	Página	3/13





sectores, que comparten la necesidad de satisfacer y de ocupar el tiempo de ocio, se encuentran inmersos de modo independiente en la actual economía de experiencias, por lo que una posible cooperación entre ambos sectores es un hecho esperable.

El sector audiovisual está íntimamente vinculado con la actividad de viajar, y las series audiovisuales, como componente destacado del mismo, brindan la oportunidad de descubrir y trasladarse a otros escenarios y situaciones; en otras palabras, de observar otras realidades. Del mismo modo, el acudir y presenciar un recurso turístico se denomina «vista» (Del Rey-Reguillo, 2007), y aparece por tanto una evidente similitud entre ambos campos: el fin de contemplar una realidad.

Un estudio realizado por Riley, Baker y Van Doren (1998) verificó el impacto que el rodaje de 10 películas había supuesto, incrementándose la afluencia de turistas a tales destinos hasta en un 50% durante los 5 años posteriores a su estreno, datos que respaldan la eficiencia de dicho fenómeno.

(Datos recogidos de Noelia Araújo Vila, , José Antonio Fráiz Brea, Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo, Universidad de Vigo.)

Entre los aspectos positivos que puede aportar este patrocinio a Gran Canaria, podríamos enumerar los siguientes:

1. Promoción Cultural:

- Difusión del Legado de Galdós, lo que ayudará a mantener viva su memoria y a difundir su legado literario y cultural.
- Promocionar la Cultura Local: Gran Canaria, siendo la cuna de Galdós, se posiciona como un lugar de gran riqueza cultural e histórica, atrayendo a visitantes interesados en la literatura y la historia.

2. Turismo:

- Atractivo Turístico: La promoción de la película puede atraer a turistas interesados en conocer más sobre la vida y obra de Galdós y visitar los lugares asociados con él en Gran Canaria.

Código Seguro De Verificación	2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw==	Fecha	17/06/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw=	Página	4/13





- **Eventos Especiales:** Se pueden organizar eventos especiales como proyecciones, debates y rutas turísticas literarias, creando una experiencia completa para los visitantes.

3. Impacto Económico:

- **Generación de Empleo:** La producción y promoción de la película puede crear empleos locales tanto directos como indirectos.
- **Estimulación Económica:** La llegada de turistas y la realización de eventos relacionados con la película pueden estimular la economía local.

4. Imagen y Prestigio:

- **Reconocimiento Cultural:** Patrocinar una película de relevancia cultural mejora la imagen de Gran Canaria como un centro de promoción cultural.
- **Proyección Internacional:** La película puede servir como una herramienta para proyectar la imagen de Gran Canaria a nivel internacional, asociándola con la rica herencia cultural de Galdós.

6. Marketing y Publicidad:

- **Campañas Publicitarias:** La película ofrece una plataforma para campañas publicitarias y promocionales que pueden destacar otros atractivos turísticos y culturales de Gran Canaria.
- **Contenido Multimedia:** La promoción de la película puede generar una variedad de contenidos multimedia que pueden ser utilizados en redes sociales y otros medios para atraer la atención del público.

Patrocinar "Mi Ilustrísimo Amigo" ofrece una oportunidad única para Gran Canaria de destacar su herencia cultural, atraer turistas, estimular la economía local y mejorar su imagen y prestigio a nivel nacional e internacional, por todo ello esta Presidencia, tiene un especial interés en el patrocinio de esta película, al considerarlo una plataforma idónea para dar a conocer nuestra isla, promocionando y difundiendo nuestra tierra, a través de nuestro más ilustre literato.

Esta Presidencia ha establecido el precio del contrato en la cantidad de 64.200 euros desglosado de la siguiente forma: 60.000 euros, siendo el IGIC aplicable de 4.200

Código Seguro De Verificación	2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw==	Fecha	17/06/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw=	Página	5/13





euros, conforme al estudio ROI aportado por la empresa, donde cuantifica la repercusión mediática aproximadamente en 407.000 euros,

2.- JUSTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN.

Vista la justificación señalada en el punto anterior, nos encontramos ante un contrato de patrocinio, por lo tanto, un contrato privado por razón de su objeto, que queda definido por el artículo 24 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, como “aquél por el que el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.” Por lo tanto, el patrocinador se obliga a pagar una cantidad de dinero determinada a favor de otra persona o entidad a cambio de utilizar su buena imagen en el ejercicio de sus actividades, las cuales no podrán incurrir en ningún supuesto de prohibición del artículo 4 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre de Publicidad y Comunicación Institucional y, además deberán ser actividades de interés público en el ámbito de la Isla.

La determinación de la naturaleza jurídica del patrocinio está en relación directa con la causa del mismo, con la finalidad de un patrocinio, con el grado de importancia de la actividad de fomento que financia, siendo la causa principal del patrocinio la publicidad institucional a través del financiamiento de una actividad privada de un particular, estaríamos ante la figura jurídica de un contrato privado de la Administración.

Asimismo, al tratarse de un contrato privado, puesto que no es uno de los contratos administrativos típicos recogidos en el artículo 12 y siguientes de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del parlamento Europeo y del Consejo 2017/23UE y 2017/24UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante LCSP 2017) en particular su objeto no encaja en ninguno de los supuestos contemplados en el Anexo II –servicios-, del mismo cuerpo legal, ni tampoco se presenta como un contrato administrativo especial ya que no está vinculado al giro o tráfico específico de la Administración ni satisface de forma directa e inmediata una finalidad pública de la específica competencia de ésta.

La nota característica y que diferencia el contrato de patrocinio es la ausencia de profesionalidad de la otra parte contratante: mediante el contrato de patrocinio la

Código Seguro De Verificación	2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw==	Fecha	17/06/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw=	Página	6/13





Administración recibe determinada publicidad, porque presta una ayuda económica a una actividad con una específica repercusión mediática, obteniendo de esa forma publicidad.

También es importante establecer la diferencia que existe entre el Contrato de Patrocinio y una subvención, a fin de evitar cualquier tipo de dudas que pueda surgir a lo largo de la tramitación de este expediente, tal y como recoge diversos informes de la Intervención General del Estado, Junta Consultiva de Aragón, e incluso artículos de opinión realizados en el observatorio de contratación pública.

El informe de la Junta Consultiva de Aragón recoge "... La equivalencia entre las prestaciones de las partes debe quedar claramente constatada en los pliegos y en el propio documento contractual, de forma que la colaboración en la publicidad de la Administración para el patrocinio tenga entidad suficiente para constituir una contraprestación a la aportación económica que percibe, y así descartar, que, tras la figura de un contrato, pueda ocultarse la concesión de una subvención."

Asimismo, señala *"El contrato de patrocinio, aún en el caso de ser celebrado por una Administración Pública, tiene consideración de contrato privado, pues el patrocinado, como se ha expuesto anteriormente, no es una empresa dedicada a los servicios publicitarios, lo que excluye la posibilidad de considerarlo como contrato administrativo de servicios..."*

En cuanto a si el gasto, objeto del expediente tiene naturaleza jurídica de subvención habrá que comprobar en primer lugar si el objeto del contrato cumple los requisitos que caracterizan a las subvenciones según lo dispuesto en el artículo 2.1.a) de la Ley General de subvenciones, a saber:

- a) Que la entrega se realiza sin contraprestación directa del beneficiario.
- b) Que dicha entrega está sujeta al cumplimiento de un determinado objetivo, la ejecución de un proyecto, la realización de una actividad, ya realizados o por desarrollar.
- c) Que el proyecto o la acción tienen por objeto el fomento de una actividad de utilidad pública o interés social o de promoción de una finalidad pública.

Código Seguro De Verificación	2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw==	Fecha	17/06/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw=	Página	7/13





Como se puede ver a lo largo de todo este informe, existe una contraprestación directa la cual consiste en la promoción de la marca “Gran Canaria”, es lo que denomina el informe de la Junta Consultiva de Aragón *“publicidad de carácter indirecto que se ha dado en llamar retorno publicitario” a través de la campaña de publicidad que la empresa pone en marcha para la difusión del evento*. En el caso que nos ocupa el objeto principal de esta Corporación consiste en la promoción de la isla de Gran Canaria a través de los diversos medios de comunicación propuestos por la productora del evento. Continúa el informe anteriormente mencionado *“...retorno publicitario y que consiste fundamentalmente en que el patrocinado permite que el patrocinador haga pública su colaboración económica en la actividad del patrocinado y también, si así se estipula, en que el patrocinado realice comportamientos activos con esa misma finalidad. El patrocinador a cambio disfruta de la notoriedad y de la resonancia de la actividad que desarrolla el patrocinado, con el fin de incrementar entre el público el conocimiento de su nombre o marca y de favorecer su imagen.”*

No podemos obviar que la obligación del beneficiario de una subvención, en cuanto a la publicidad, tan sólo consiste en incorporar el logo corporativo en toda la publicidad que se ponga en marcha a fin de promocionar el proyecto, mediante la subvención se fomenta, se promociona una actividad, proyecto o acción concreto y específico de utilidad pública o interés social o de promoción de una finalidad pública, lo que está claro que el interés no consiste en obtener publicidad, a través de una subvención lo que realmente se publicita es la administración pública que apoya económicamente ese proyecto. Por lo tanto el Cabildo de Gran Canaria, no recibe ningún bien o servicio a cambio de su aportación, realiza una aportación patrimonial gratuita, el cual no obtiene a cambio ningún resultado del encuentro, así se detalla de forma expresa en el artículo 2.3.b) del Reglamento de la LGS, en el que ésta se declara aplicable, en particular, a “los convenios de colaboración por los que los sujetos previstos en el artículo 3 de la Ley (esto es, los competentes para otorgar subvenciones) asumen la obligación de financiar, en todo o en parte, una actividad ya realizada o a realizar por personas sujetas a derecho privado y cuyo resultado, material o inmaterial, resulte de propiedad y utilización exclusiva del sujeto de derecho privado”, por lo que en estos casos resulta

Código Seguro De Verificación	2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw==	Fecha	17/06/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw=	Página	8/13





indubitable la aplicación de la LGS (*Informe de la Intervención General del Estado de 1 de marzo de 2008*).

Realmente, ante lo expuesto, es donde consideramos que radica la diferencia principal del patrocinio, como podemos ver, éste va más allá de una subvención, puesto que aquí existen obligaciones determinadas para las partes intervinientes, cuyo objeto es la promoción de Gran Canaria, en diversas plataformas, puesto que su repercusión en los medios de comunicación proporcionará un beneficio publicitario e incluso económico, superior a otros sistemas de publicidad directa o convencionales. Las prestaciones de las partes quedarán constatadas en los pliegos y en el propio documento contractual.

Por lo tanto, el procedimiento adecuado para tramitar el presente contrato será el procedimiento negociado sin publicidad, dado que, por motivos relacionados con la protección de derechos de exclusiva, el contrato sólo puede encomendarse a un empresario determinado. Asimismo, el artículo 168 de la LCSP 2017 establece, que la no existencia de competencia por razones de protección de derechos de exclusivos solo se aplicará cuando no exista una alternativa o sustituto razonable y cuando la ausencia de competencia no sea consecuencia de una configuración restrictiva de los requisitos y criterios para adjudicar el contrato, tal es el caso que nos ocupa puesto que la productora dispone de los documentos acreditativos de la exclusividad.

En consecuencia, solo es posible solicitar y valorar la oferta de la empresa JUGOPLASTIKA SL, con NIF B76216845. dado que es la empresa que tiene los documentos acreditativos de la exclusividad para la producción de la película.

Por lo tanto, podemos concluir que el contrato de patrocinio, se regirá en cuanto a su preparación y adjudicación, en defecto de normas específicas, por la LCSP 2017, aplicándose supletoriamente las restantes normas de derecho administrativo o, en su caso, las normas de derecho privado, según corresponda por razón del sujeto o entidad contratante. En cuanto a sus efectos y extinción, el contrato de patrocinio se regirá por el derecho privado. (Artículo 26 del LCSP 2017).

Código Seguro De Verificación	2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw==	Fecha	17/06/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw=	Página	9/13





3.- JUSTIFICACIÓN DEL PRECIO

La prestación económica a abonar por el patrocinador no está sujeta a tarifas preestablecidas, como ocurre en los contratos de difusión publicitaria, no impide su consideración como auténtico precio del contrato, que, determinándose por el libre juego de la voluntad de las partes, en virtud de criterios de oportunidad, “cotización” de la imagen cuyo uso se cede, o bien por el simple juego de la oferta y la demanda, constituye la contraprestación del patrocinador y, por tanto, forma parte del contenido obligacional del contrato de patrocinio publicitario como elemento esencial de su objeto. En atención al artículo 100.2 LCSP el cual establece “En el momento de elaborarlo (el presupuesto base de licitación), los órganos de contratación cuidarán de que el presupuesto base de licitación sea adecuado a los precios del mercado.”

Para verificar que el precio del contrato es de mercado, se deberá comprobar si el expediente contiene alguna documentación justificativa que permita valorar las prestaciones que debe efectuar el patrocinado.

Así las cosas, a la vista de la propuesta presentada, visto lo señalado en el punto 1 de este informe y a fin de verificar que el precio del contrato es de mercado, el Órgano de contratación ha considerado oportuno que una empresa externa especializada en análisis de contenido de medios y redes sociales, así como en la elaboración de informes de retorno de inversión publicitaria realice un estudio sobre las prestaciones publicitarias a llevar a cabo y el retorno publicitario de dicho patrocinio, a fin de determinar si el precio que se ha establecido puede ser considerado ventajoso para esta Corporación.

El informe ROI presentado por la productora sobre este patrocinio ha sido revisado por la empresa “22 Grados Media, S.L.”, donde asume dicho informe mediante la incorporación de dos nuevas páginas adicionales para dar constancia que certifican que el retorno de la inversión expuesto es correcto, el cual asciende a 407.721,13 euros, lo que quiere decir que por cada euro que invierte el Cabildo en este patrocinio obtendría 6,80 euros, lo que nos daría un precio muy rentable para la Corporación, este cálculo está realizado atendiendo a la documentación facilitada por la empresa productora del

Código Seguro De Verificación	2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw==	Fecha	17/06/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw=	Página	10/13



largometraje, así como el pliego de prescripciones técnicas que regirá la contratación a realizar.

Dicho estudio no será desarrollado en este informe, no obstante, formará parte de este expediente y será incorporado al aplicativo de contratación, de forma resumida señala:

MEDIO	VALOR REPERCUSION MEDIATICA
TELEVISIÓN	266.962,50 €
CINE	2.100,00 €
SOPORTES IMPRESOS	15.600,00 €
DIGITALES NACIONALES E INTERNACIONALES	121.845,25 €
REDES SOCIALES	1.213,38 €
TOTAL VALOR ECONÓMICO REPERCUSIÓN MEDIÁTICA	407.721,13 €
IMPORTE PATROCINIO CABILDO GRAN CANARIA	75.000 €
ROI	443,63 %

Por todo lo expuesto si comparásemos la inversión que realizará el Cabildo de Gran Canaria para este patrocinio, cuyo retorno va más allá de los impactos publicitarios, por el valor añadido que supone este tipo de eventos, donde previsiblemente existe un retorno económico para Gran Canaria y el coste que le supuso la campaña de publicidad de ámbito insular, “La Isla de mi Vida”, 151.567,72 euros, por un período determinado, se puede concluir que el precio establecido y visto los datos aportados por 22 Grados Media, S.L., sería un precio beneficioso para la administración, debiéndose comprobar antes del pago el informe ROI sobre el impacto publicitario obtenido de la marca del Cabildo de Gran Canaria, para lo cual la empresa licitadora tendrá que presentar un informe donde se valore el retorno publicitario sobre el patrocinio recibido. Pudiendo desde este Servicio solicitar informe de comprobación del mismo antes de proceder al pago.

Por lo tanto, el valor estimado del contrato sería 60.000 euros, con un IGIC aplicable de 4.200 euros, siendo los costes directos de 64.200 euros.

Código Seguro De Verificación	2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw==	Fecha	17/06/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw=	Página	11/13





4.- OTROS DATOS NECESARIOS EN LA TRAMITACIÓN DEL EXPEDIENTE

En cuanto a la clasificación de la empresa, conforme a la naturaleza del objeto del contrato no le es exigible, estableciéndose como requisitos mínimos:

Solvencia económica y financiera:

- Volumen anual de negocios, o bien volumen anual de negocios en el ámbito al que se refiera el contrato, **que referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos concluidos deberá ser al menos de 90.000 euros.**

El volumen anual de negocios del licitador o candidato se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil, si el empresario estuviera inscrito en dicho registro, y en caso contrario por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrito. Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil.

No obstante, conforme a la Directiva europea 2014/24/UE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 26 de febrero de 2014, la solvencia económica o financiera podrá justificarse mediante Certificación bancaria por un importe mínimo de 150.000 euros.

Solvencia técnica o profesional:

- **Una relación de los principales servicios o trabajos realizados en los últimos cinco años que incluya importe, fechas y el destinatario, público o privado, de los mismos.** Los servicios o trabajos efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por éste o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario; en su caso, estos certificados serán comunicados directamente al órgano de contratación por la autoridad competente. **Se requiere que importe anual acumulado en el año de mayor ejecución sea igual o superior a 42.000 €.**

Asimismo, conforme al objeto del contrato no procede la división del objeto en lotes, puesto que su ejecución sería excesivamente difícil u onerosa desde el punto de vista técnico.

Código Seguro De Verificación	2+TsYuo3SKgHHSigIKjGw==	Fecha	17/06/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/2+TsYuo3SKgHHSigIKjGw=	Página	12/13





En cuanto a la valoración económica individualizada para cada prestación establecida en el PPT, su valor económico será dividiendo a partes iguales cada una de esas prestaciones entre el importe de licitación.

En cuanto a la insuficiencia de medios y visto el objeto del contrato mediante el cual la Corporación recibirá determinada publicidad, pero, no porque la contrate directamente con un profesional de este sector, sino que la Corporación presta una ayuda económica a una actividad con una específica repercusión mediática, obteniendo de esta forma publicidad.

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

**EL ORGANO DE CONTRATACIÓN
EL CONSEJERO DE GOBIERNO DE
PRESIDENCIA**

(P. D. Acuerdo del Consejo de
Gobierno Insular 31-07-2019)

LA JEFA DE SERVICIO DE PRESIDENCIA

Mª Nieves Ruiz Ramos

Código Seguro De Verificación	2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw==	Fecha	17/06/2024
Normativa	Este informe tiene carácter de copia electrónica auténtica con validez y eficacia administrativa de ORIGINAL (art. 27 Ley 39/2015).		
Firmado Por	Teodoro Claret Sosa Monzon - Consejero/a de Gobierno de Presidencia y Movilidad Sostenible		
	Maria de las Nieves Ruiz Ramos - Jefe/a Serv. Presidencia		
Url De Verificación	https://verifirma.grancanaria.com/verifirma/code/2+TsYuo3SKgHHSigIKjGgw=	Página	13/13

