

Código de verificación : 0922a532a347b8cd

ACTA DE LA SESIÓN DE LA MESA DE CONTRATACIÓN CELEBRADA EL DÍA 10 DE AGOSTO A LAS 12:20 HORAS, EN LA SALA DE REUNIONES DE PRESIDENCIA, PARA LA CELEBRACIÓN DE LOS ASUNTOS INCLUIDOS EN EL ORDEN DEL DÍA.

En las dependencias de la Casa Palacio Insular del día 10 de agosto de 2021, siendo las 12:20 horas, se constituye la Mesa de Contratación del Patronato de Turismo de Fuerteventura, de conformidad con el artículo 88.4 del Reglamento de Organización y Funcionamiento de esta Corporación y el decreto PT/2021/80 de la Vicepresidencia del Patronato de Turismo de fecha 03/05/2021 en el que se modifican los cargos de los miembros de la Mesa de Contratación, a la que asisten las personas que se indican a continuación:

PRESIDENTA:

Dña. Estela Cabrera Hernández, Jefa de Gabinete de Presidencia

VOCALES:

Dña. M.ª Dolores Miranda López, en calidad de Interventora Accidental.

Dña. Mª Mercedes Contreras Fernández, en calidad de Secretaria Técnica del Consejo de Gobierno.

D. Javier Esturillo Cano, Administrativo del Patronato de Turismo

SECRETARIA DE LA MESA:

Dña. Elsa Dominici González, Administrativo del Patronato de Turismo.

Constituida la Mesa, la Sra. presidenta declara abierta la sesión,

PRIMER PUNTO. - APROBAR EL ACTA DE FECHA 6 DE AGOSTO DE 2021.

La Sra. Presidenta de la Mesa de Contratación pregunta a los miembros de la Mesa si están de acuerdo con el borrador del acta y propone su aprobación. A continuación, se somete a votación.

ACUERDOS:

Por unanimidad de todos sus miembros, la Mesa Acuerda:

- Aprobar el acta de la sesión de fecha 6 de agosto de 2021

SEGUNDO PUNTO.- EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN CAMPAÑA PROMOCIONAL TEMPORADA DE VERANO EN EL MERCADO NACIONAL, Nº DE EXPEDIENTE EN EL PERFIL DEL CONTRATANTE SE0024/21, PROCEDIMIENTO ABIERTO SIMPLIFICADO. EXAMEN DEL INFORME TÉCNICO DEL SERVICIO.

Se procede a la lectura del informe técnico, del que se extrae el siguiente resultado de la valoración:

**Anexo V. Resumen puntuación
criterios valorables en cifras o porcentajes**

	JFT Comunicación	BC Exclusivas de publicidad S.L.
INSERCIÓNES EN TV.....10	2,12	10
INSERCIÓNES EN RADIO.....10	6,71	6,61
INSERCIÓNES PRENSA ESCRITA.....15	7,88	11
SOPORTES PUBLICITARIOS EXTERNO.....15	6,50	15
INTERNET, REDES SOCIALES, DIGITAL.....25	14,40	18,34
PUNTUACIÓN TOTAL.....75	37,61	60,95

Firmado por: Elsa Dominici González - DNI 44706633S

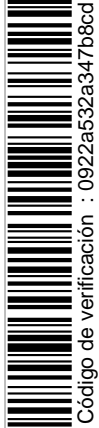
Cargo: Auxiliar Administrativo

Fecha: 10-08-2021 14:06:06

Firmado por: Estela Cabrera Hernández - DNI 42892311W

Cargo: Jefa de Recursos Humanos del Cabildo de Fuerteventura

Fecha: 11-08-2021 11:38:10



Código de verificación : 0922a532a347b8cd

ACUERDOS:

Por unanimidad de todos sus miembros, la Mesa Acuerda:

Concluida la lectura, la Mesa de contratación manifiesta su conformidad con los términos del informe emitido por el servicio.

La Mesa procede a la valoración de las ofertas según las puntuaciones obtenidas en la oferta técnica y oferta económica. Arrojando la siguiente clasificación de las ofertas:

CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN		
	JFT Comunicación	BC Exclusivas de publicidad S.L.
Oferta económica (75)	37,61	60,95
Oferta técnica (25)	15,00	23,00
totales	52,61	83,95

Se pone de manifiesto que se adjuntarán como anexos los informes técnicos de valoración de ofertas técnicas y económicas

ACUERDOS:

-A la vista de la clasificación de las ofertas, la Mesa acuerda, por unanimidad, elevar al órgano de contratación la propuesta de adjudicar a favor de la empresa BC Exclusivas de publicidad S.L., con NIF B38381968, el contrato de servicio denominado: *de planificación y ejecución de campaña promocional temporada de verano en el mercado nacional*, por un precio de 66.600€ (IGIC excluido).

-Requerir a la citada empresa para que, en el plazo máximo de 7 días hábiles, presente la documentación de conformidad con las cláusulas 12 y 13 del pliego de cláusulas administrativas particulares.

No habiendo más asuntos que tratar, por orden de la Sra. Presidenta se levanta la sesión, siendo las 12:35h.



Referencia:	2021/00010251M
Asunto:	LICITACION Y ADJUDICACIÓN DE PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN CAMPAÑA PROMOCIONAL TEMPORADA DE VERANO EN EL MERCADO NACIONAL
Interesado:	ALVENTIO AUDIOVISUAL, SL, MIGUEL ANGEL HERNANDEZ DE LEON
Representante:	MARCOS PERDOMO DE LEON

INFORME TÉCNICO

Visto el expediente de referencia, el/la Técnico que suscribe y en relación al mismo, tiene a bien emitir el siguiente **INFORME**:

INFORME JUSTIFICATIVO

Servicio de *planificación y ejecución de campaña promocional del destino FUERTEVENTURA, ISLAS CANARIAS* para la temporada de verano en el mercado nacional, y gestión y compra de espacios en medios y soportes publicitarios.

A la licitación se presentan dos propuestas, una por parte de BC Publicidad -en adelante, BCP- y otra, por parte de JFT COMUNICACIÓN.

Atendiendo a los criterios de valoración que dependen de juicio de valor, y atendiendo a la oferta técnica que supone un máximo de 25 puntos obtenibles, se emite el siguiente **INFORME JUSTIFICATIVO**.

I- Plan de Comunicación (20 puntos)

1. Análisis justificado de estrategia y soportes (10 puntos)

- 1.1 Calidad y cantidad de soportes, por eficacia y rentabilidad
- 1.2 Variedad e integración de distintos formatos
- 1.3 Totalidad del planteamiento, nivel de detalle de la propuesta
- 1.4 Logro del objetivo de posicionamiento de la marca *Fuerteventura, destino vacacional de verano 2021*, en mercados nacional y autonómico

Por lo que respecta al punto 1.1, ambas propuestas son muy similares, si bien la de BCP incluye televisión nacional (Movistar+) y una acción especial (*trending*) en las emisiones regionales de Antena3, más amplia que la *careta* de patrocinio en el 'Buenos días, Canarias' de la televisión autonómica que propone JFT.

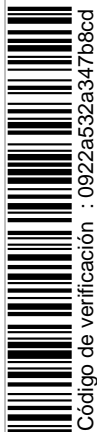
Asimismo, la oferta de JFT incluye prensa nacional (El Mundo), que, sin embargo, no contempla la de BCP (aunque teniendo en cuenta la diferencia de efectividad de un medio y otro -muy superior televisión vs prensa- se ha puntuado más alto la opción de BCP).

En cuanto al uso del medio radio, JFT centra las emisiones en las dos de mayor audiencia, SER y Los 40, mientras que BCP las reparte en un número mayor, que incluye también aquéllas. Con todo, el número de cuñas en ambas ofertas difiere entre las casi 500 de JFT y las casi 900 de BCP.

También en Exterior la oferta de BCP es más amplia. JFT centra las acciones de publicidad en Madrid, en una acción con Renfe, mientras que BCP las 'reparte' entre varias ciudades. Con todo, como quiera que ambas llegan potencialmente a un número similar de receptores, se ha valorado con mayor puntuación la propuesta de BCP porque incluye mayor cantidad y variedad de soportes -no solo *mupis*-.

Por último, la estrategia digital de ambas ofertas es similar, con una cantidad de impresiones muy parecida (10.839.000 frente a 11.324.000), pero solo una, la de BCP, hace referencia a prensa digital, aunque JFT se refiere genéricamente a ella cuando habla de consumo digital y del uso de campañas de publicidad nativa. Ambas usan redes sociales, pero una oferta más que otra (por ejemplo, BDP usa también Twitter y TikTok); ambas incluyen publicidad programática, pero JFT también incluye creatividades interactivas y dinámicas; ambas hacen referencia a video y audio bajo demanda, pero BDP se refiere expresamente a Spotify.

Documento firmado electrónicamente (RD 203/2021 de 30 de marzo). La autenticidad de este documento puede ser comprobada mediante el CSV: 13523611260520516547 en <http://sede.cabildofuer.es>



Código de verificación : 0922a532a347b8cd



Por lo que respecta al 1.2, igualmente son propuestas similares. En el uso de audio y video bajo demanda y redes sociales, sin embargo, la oferta de BCP incluye Spotify, webs de Mediaset España y TikTok ads. Por lo que se ha puntuado más alto la opción BCP.

Por lo que respecta al 1.3, igualmente son muy parecidas, aunque ligeramente más completa y detallada la de BCP.

Por último, el 1.4 o cumplimiento del objetivo de notoriedad planteado, se considera que en ambos casos se puede hablar de logro, aunque, lógicamente, el nivel de notoriedad potencial es ligeramente mayor en el caso de BCP, por llegar a un mayor número potencial de personas y tener una duración mayor: por poner un ejemplo, en el caso de BCP, para el medio radio la campaña se plantea en tres olas de 10 días, frente a las 3 semanas de la oferta de JFT. Asimismo, en un caso se emitirían casi 900 cuñas radiofónicas frente a las casi 500 del otro.

2. Eficiencia (5 puntos)

2.1 Mayor índice de público objetivo alcanzado

2.2 Mayor variedad en el uso de medios, formatos y soportes publicitarios.

Nos remitimos a lo expuesto en apartados anteriores.

Además, la propuesta de BCP aporta el dato de casi 12 millones de público objetivo alcanzado (11.838.166). Mientras que en la de JFT no figura expresamente, sólo una referencia genérica en el apartado relativo a la campaña de notoriedad de marca en Facebook e Instagram, dentro de la Estrategia Digital: 'la creatividad se mostrará al mayor número de personas (...) hay muchas posibilidades de una interacción por encima de la media'. Por ello, no se puntúa a JFT en este apartado.

3. Propuesta de acciones novedosas (5 puntos)

3.1 Diversificación de formatos, la originalidad y notoriedad de los formatos

3.2 Impacto de las acciones especiales

En este apartado 3, JFT no presenta acción novedosa alguna (tan solo una referencia escueta en el Resumen de la Propuesta Digital).

La propuesta de acciones con *influencers* de BCP propone, tanto a nivel nacional como regional, acciones (*post*, *stories*, carpeta de *stories*, sorteo estancia en alojamiento) con dos prestigiosas, *Marina Comes* (incluida en rankings y listas similares) y *Marilynscloset*, quien ya se ha hecho eco del destino turístico majorero a título personal en sus redes.

II- Gestión y supervisión de campaña (5 puntos)

1. Equipo dedicado a la cuenta: Integrantes, calidad y dedicación

La propuesta de JFT presenta un equipo bastante más amplio. En ambos casos, los perfiles profesionales de las personas que forman parte de los equipos indican formación, trayectoria, profesionalidad y experiencia, así como presupuesto de dedicación a la campaña si les fuera adjudicada. El mayor número de integrantes lleva a pensar en una gestión más completa y diversa, sin que esto signifique en modo alguno que la gestión de la campaña por parte de un equipo más pequeño pudiera ser peor o menos efectiva.

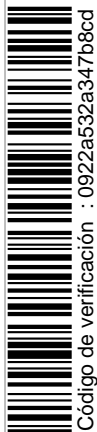
2. Metodología propuesta, sistema de seguimiento y control

Las metodologías y procedimientos de implementación, gestión, seguimiento y balance de la campaña son muy similares en ambas propuestas.

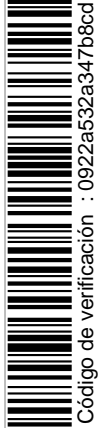
3. Utilización de fuentes oficiales

Ambas propuestas usan fuentes oficiales para obtener consumo de medios; sin embargo, una de ellas se sirve de un mayor número de herramientas de medición, tanto *off* como *on line*, por lo que ha obtenido una puntuación mayor.

Documento firmado electrónicamente (RD 203/2021 de 30 de marzo). La autenticidad de este documento puede ser comprobada mediante el CSV: 13523611260520516547 en <http://sede.cabildofuer.es>



Código de verificación : 0922a532a347b8cd



Código de verificación : 0922a532a347b8cd

Planificación y ejecución de campaña promocional 'Fuerteventura, Islas Canarias'		
	BC Publicidad	JFT Comunicación
I-Plan de Comunicación (20 ptos)		
Análisis estrategia y soportes (10 ptos)		
Calidad y cantidad de soportes	2,5	2
Variedad e integración de formatos	2,5	2
Totalidad y nivel de detalle de propuesta	2,5	2
Logro del objetivo de posicionamiento	2,5	2,5
Eficiencia (5 puntos)		
Mayor público objetivo alcanzado	2,5	
Variedad de medios, formatos y soportes	2,5	2
Propuesta acciones novedosas (5 ptos)		
Originalidad y notoriedad de formatos	2	0
Impacto de acciones especiales	2	0
II-Gestión de campaña (5 puntos)		
Equipo	1	2
Metodología	2	2
Uso fuentes oficiales y herramientas medición	1	0,5
TOTAL I	19	10,5
TOTAL II	4	4,5
TOTAL FINAL	23	15

Firmado electrónicamente el día 05/08/2021 a
las 10:56:18
Técnica Gabinete Presidencia
Fdo.: María Fernanda Santana Cruz

Documento firmado electrónicamente (RD 203/2021 de 30 de marzo). La autenticidad de este documento puede ser comprobada mediante el CSV: 13523611260520516547 en <http://sede.cabildofuer.es>



Referencia:	2021/00010251M
Asunto:	LICITACION Y ADJUDICACIÓN DE PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN CAMPAÑA PROMOCIONAL TEMPORADA DE VERANO EN EL MERCADO NACIONAL

INFORME SOBRE CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES

Atendido el encargo de la Mesa de contratación del Patronato de Turismo de Fuerteventura, de fecha 9 de agosto de 2021, por el que, en relación a los *CRITERIOS VALORABLES EN CIFRAS O PORCENTAJES*, se solicita la emisión de informe técnico respecto de la oferta económica valorable en cifras, según los criterios del Anexo II del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, a Dña. Idaira Saavedra Brito, Técnica de Gestión del Servicio de Turismo del Cabildo de Fuerteventura, responsable de la tramitación administrativa del "Procedimiento para la licitación y adjudicación del contrato de servicios para la elaboración de estrategia de planificación de campaña promocional del destino "Fuerteventura, Islas Canarias" para la temporada de verano en el mercado español y gestión y compra de espacios en medios y soportes publicitarios", de acuerdo a la resolución CAB/2021/3063, de 17 de junio, del Consejero Insular del área de Igualdad, Políticas Sociales y Recursos Humanos, por la que se asignan provisionalmente dichas funciones.

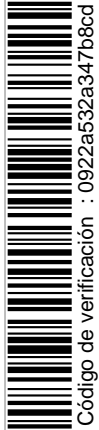
Recibidas las ofertas presentadas y admitidas por la Mesa de contratación del Patronato de Turismo de Fuerteventura, examinada la documentación, de acuerdo con lo establecido en el Anexo II del Pliego de cláusulas administrativas particulares, SE INFORMA:

PRIMERO.- En relación a la oferta económica, ambos participantes ofertan el tipo de la licitación, por lo que no se producen ofertas anormalmente bajas:

Valor estimado del contrato	66.600,00 €
PBL	71.262,00 €

	JFT Comunicación	BC Exclusivas de publicidad S.L.
Precio sin IGIC:	66.600,00 €	66.600,00 €
Importe del IGIC	4.662,00 €	4.662,00 €
tipo gravamen %	7,00%	7,00%
Precio incluido IGIC	71.262,00 €	71.262,00 €

Documento firmado electrónicamente (RD 203/2021 de 30 de marzo). La autenticidad de este documento puede ser comprobada mediante el CSV: 13523554451760105305 en <http://sede.cabildofuer.es>



Código de verificación : 0922a532a347b8cd



SEGUNDO.- En relación a la oferta de criterios valorables en cifras o porcentajes, de acuerdo a lo establecido en el Anexo II del pliego de cláusulas administrativas particulares:

Tal como se indica en la aclaración respecto a la presentación de la oferta económica valorable en cifras publicada en el perfil de contratante, con los criterios establecidos se pretende que se pueda deducir el coste de la publicidad realizada por persona impactada, se trata de conocer la rentabilidad del importe destinado a los distintos soportes empleados en el plan de medios propuesto, de forma que la inversión en promoción lo más eficiente posible, y no sólo la más económica.

INSERCIONES EN TV.....10 PUNTOS

El valor a considerar en la aplicación de la fórmula es el cociente de los datos solicitados a los licitadores para indicar en su oferta, y que figura en negrita en el cuadro de valoración del soporte TV.

INSERCIONES EN TV puntos	JFT Comunicación				BC Exclusivas de publicidad S.L.			
	si	no	precio / n° inserciones	punt os	si	no	precio / n° inserciones	punt os
Precio / N° Inserciones TV nacionales.....4p	x		80,14 € 8.575€/107	0,00	x		0,02 € 6.400€/320.000	4,00
Precio / N° Inserciones TV autonómicas.....4 p	x		65,77 € 3.815€/58	2,12	x		35,00 € 4200€/120	4,00
Acciones especiales de publicidad no convencional.....2p	x		420€/20= 21	0,00	x		0€/168 = 0	2,00
TOTALES				2,12				10,00

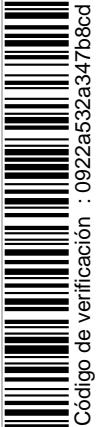
NOTA. La puntuación obtenida por JFT Comunicación tras la aplicación de la fórmula para el subcriterio "Precio/n° inserciones TV nacionales" es 0.0008, que se redondea a 0 en el segundo decimal.

INSERCIONES EN RADIO10 PUNTOS

El valor a considerar en la aplicación de la fórmula es el cociente de los datos solicitados a los licitadores para indicar en su oferta, y que figura en negrita en el cuadro de valoración del soporte RADIO, mientras que para el subcriterio "Porcentaje de cuñas que se propone ejecutar en prime time" se ha tenido en cuenta el porcentaje indicado.

Para los subcriterios "n° inserciones/ oleadas" se ha tenido en cuenta el valor "oleada" sin entrar a considerar la duración de la misma (semanas). Para este apartado y teniendo en cuenta que, para este caso, la oferta más ventajosa es la que mayor número de inserciones oferta por oleada, se ha

Documento firmado electrónicamente (RD 203/2021 de 30 de marzo). La autenticidad de este documento puede ser comprobada mediante el CSV: 13523554451760105305 en <http://sede.cabildofuer.es>

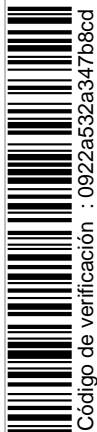


Código de verificación : 0922a532a347b8cd

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <http://plyca.cabildofuer.licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=0922a532a347b8cd>



aplicado la fórmula proporcional de forma inversa, otorgando la mayor puntuación a la oferta que incluye mayor número de inserciones, y puntuando de forma proporcional la otra oferta.



Código de verificación : 0922a532a347b8cd

INSERCIÓNES EN RADIO 10 puntos	JFT Comunicación				BC Exclusivas de publicidad S.L.			
	s	no	precio / nº o % inserciones	puntuos	s	no	precio / nº o % inserciones	puntuos
Precio inserción/ nº oyentes 3p	x		0,034 9,001€/257,340	0,79	x		0,009 8029,65€/868.635	3,00
Nº inserciones / oleadas emisoras nacionales 3p			352 352/1	3,00		x		0,00
Nº inserciones / oleadas emisoras locales 2p	x		131 131/1	0,92	x		284 853/3	2,00
Porcentaje cuñas prime time 2p	x		100,00%	2,00	x		80,89%	1,61
TOTALES				6,71				6,61

INSERCIÓNES EN PRENSA ESCRITA Y REVISTAS ESPECIALIZADAS.....15 PUNTOS

El valor a considerar en la aplicación de la fórmula es el cociente de los datos solicitados a los licitadores para indicar en su oferta, y que figura en negrita en el cuadro de valoración del soporte PRENSA ESCRITA Y REVISTAS ESPECIALIZADAS.

El resultado del cociente "precio/nº inserciones", que aporta el precio unitario de la inserción, se utiliza a su vez como numerador del cociente entre el dato de potenciales lectores de las publicaciones propuestas.

Para los subcriterios "Al menos % del cómputo de inserciones (...)" se ha tenido en cuenta el porcentaje indicado, obteniendo puntuación en este criterio aquellas propuestas que oferten % de inserciones por encima del mínimo indicado (50% o 25%).

INSERCIÓNES EN PRENSA ESCRITA Y REVISTAS ESPECIALIZADAS.....15 puntos	JFT Comunicación				BC Exclusivas de publicidad S.L.			
	s	no	precio nº inserciones / % inserciones	puntuos	s	no	precio nº inserciones / % inserciones	puntuos
Precio / nº inserciones /	x		0,0026	6,16			0,0023	7,00

Documento firmado electrónicamente (RD 203/2021 de 30 de marzo). La autenticidad de este documento puede ser comprobada mediante el CSV: 13523554451760105305 en <http://sede.cabildofuer.es>

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <http://plyca.cabildofuer.licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=0922a532a347b8cd>



lectores7p			5190€/7 /288664			5401,98€/12 /197607	
Al menos el 50% del cómputo de inserciones, sin recargo, en página impar2p	x		50%	0,00	x	75%	2,00
Al menos el 50% del cómputo de inserciones, sin recargo, a color2p	x		57,14%	1,72	x	66,70%	2,00
Al menos el 25% del cómputo de inserciones, sin recargo, a página completa.....2p		x		0,00	x	25%	0,00
Al menos el 25% del cómputo de inserciones, sin recargo, en el primer tercio de la publicación.2p	x		25%	0,00	x	25%	0,00
TOTALES				7,88			11,00

SOPORTES PUBLICITARIOS EXTERNOS.....15

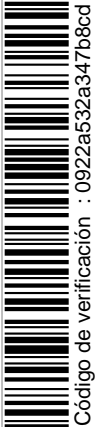
El valor a considerar en la aplicación de la fórmula es el cociente de los datos solicitados a los licitadores para indicar en su oferta, y que figura en negrita en el cuadro de valoración del soporte SOPORTES PUBLICITARIOS EXTERNOS.

El valor nº de soportes se ha multiplicado por semanas para obtener el denominador del cociente "precio/soporte". Se debe considerar el tiempo que el soporte esta expuesto.

El resultado anterior "precio/soporte" se utiliza a su vez como numerador del cociente entre el dato de población de las ciudades en que se instalarán los soportes.

SOPORTES PUBLICITARIOS EXTERIORES	JFT Comunicación			BC Exclusivas de publicidad S.L.		
	si	no	puntos	si	no	puntos
15 puntos			0,00002			0,000013
Precio/nº soportes-semana /	x		12.600€/92 =136,956€	x		12.535€/149 =84,127€
			6,50			10,00

Documento firmado electrónicamente (RD 203/2021 de 30 de marzo). La autenticidad de este documento puede ser comprobada mediante el CSV: 13523554451760105305 en <http://sede.cabildofuer.es>



Código de verificación : 0922a532a347b8cd

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <http://plyca.cabildofuer/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=0922a532a347b8cd>



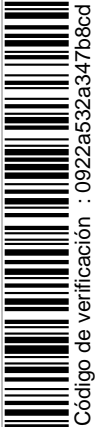
ciudades con conexión directa10 p		/6.779.888			/6.446.537	
Precio/nº soportes-semana/ciudades tarifa "punto a punto" 5 p	x	0,00	x	0,00155	5,00	
				1650€/12 (4*3 semanas)=137,50€		
				/886.900		
TOTALES		6,50			15,00	

INTERNET, REDES SOCIALES Y OTROS FORMATOS DIGITALES.....25 PUNTOS

El valor a considerar para la aplicación de la fórmula es el importe económico ofertado por los licitadores para cada uno de los formatos indicados.

INTERNET, RRSS Y OTROS FORMATOS DIGITALES 25 puntos	JFT Comunicación				BC Exclusivas de publicidad S.L.			
	si	no	Precio	puntos	si	no	Precio	puntos
Formatos integrados: botón, medio banner, megabanner, robapáginas, rascacielos, cinta, etc..... 4p	x		10.800,00 €	1,32	x		3.600,00 €	4,00
Formatos desplegados, flotantes y creatividades enriquecidas (richmedia): layer, interdtitials, etc4p		x		0,00	x		2.770,00 €	4,00
Formato vídeo: pre-rolls, mid-rolls, post-rolls, overlay, etc..... 4p	x		9.450,00 €	2,08	x		4.885,50 €	4,00
Formatos especiales: Brand days, brandent content, etc..... 4p	x		2.700,00 €	2,00	x		1.350,00 €	4,00

Documento firmado electrónicamente (RD 203/2021 de 30 de marzo). La autenticidad de este documento puede ser comprobada mediante el CSV: 13523554451760105305 en <http://sede.cabildofuer.es>



Código de verificación : 0922a532a347b8cd

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección <http://plyca.cabildofuer.licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=0922a532a347b8cd>

<p>Firmado por: Elsa Dominici González - DNI 44706633S Cargo: Auxiliar Administrativo Fecha: 10-08-2021 14:06:06</p>	<p>Firmado por: Estela Cabrera Hernández - DNI 42892311W Cargo: Jefa de Recursos Humanos del Cabildo de Fuerteventura Fecha: 11-08-2021 11:38:10</p>
---	---



Propuesta de contenidos novedosos y participativos en distintos canales, tales como post, reels, challenges, stories en redes sociales, banners interactivos, marketing de influencers 9p	x	4.050,00 €	9,00	x	15.777,87 €	2,34
TOTALES			14,40			18,34

De acuerdo a la puntuación obtenida en cada uno de los subcriterios, considerando lo indicado por los licitadores en el Anexo V correspondiente a la oferta económica valorable en cifras, y según los criterios del Anexo II del Pliego de cláusulas administrativas particulares, la puntuación total para cada uno de los licitadores es la siguiente:

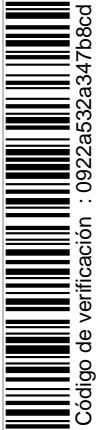
**Anexo V. Resumen puntuación
criterios valorables en cifras o porcentajes**

	JFT Comunicación	BC Exclusivas de publicidad S.L.
INSERCIÓNES EN TV.....10	2,12	10
INSERCIÓNES EN RADIO.....10	6,71	6,61
INSERCIÓNES PRENSA ESCRITA.....15	7,88	11
SOPORTES PUBLICITARIOS EXTERNO.....15	6,50	15
INTERNET, REDES SOCIALES, DIGITAL.....25	14,40	18,34
PUNTUACIÓN TOTAL.....75	37,61	60,95

Es cuanto tengo que informar.

Firmado electrónicamente el día
09/08/2021 a las 15:47:55
Técnica de Gestión
Fdo.: Idaira Saavedra Brito

Documento firmado electrónicamente (RD 203/2021 de 30 de marzo). La autenticidad de este documento puede ser comprobada mediante el CSV: 13523554451760105305 en <http://sede.cabildofuer.es>



Código de verificación : 0922a532a347b8cd

Para la verificación del siguiente código podrá conectarse a la siguiente dirección
<http://plyca.cabildofuer/licitacion/verificadorCopiaAutentica.do?codigoVerificacion=0922a532a347b8cd>