

Referencia:	2019/00008215Y
Asunto:	Suministro de Merchandising
Interesado:	
Representante:	

MOISÉS JORGE NARANJO, GERENTE DEL PATRONATO DE TURISMO DEL EXMO. CABILDO INSULAR DE FUERTEVENTURA,

En virtud del artículo 28 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, en adelante (LCSP), emito el siguiente

INFORME DE NECESIDAD

El Decreto 156/1994, de 21 de julio, de transferencias de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Canarias a los Cabildos Insulares en materia de promoción y policía del turismo insular confiere a los Cabildos Insulares la competencia en materia de promoción del turismo insular y de información turística.

La Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias atribuye a los Cabildos Insulares las competencias en materia de promoción turística de su isla y la coordinación de los servicios de promoción y fomento del turismo que desarrollen sus municipios.

Según establecen los Estatutos del Patronato de Turismo de Fuerteventura, los fines del Patronato son desarrollar y coordinar el turismo insular, para lo cual posee las siguientes competencias: organización de actos encaminados a la atracción del turismo, realización de acciones y gestiones en la isla o fuera de ella tendentes a mejorar la imagen turística de la misma, edición de publicaciones de información turística de la isla, promover el estudio de la vida insular en el orden turístico, bien directamente o a través de los distintos Organismos especializados y concertar con ellos acciones de promoción, y perfeccionamiento de cuantas profesiones se realizan con el turismo, ejecutando las acciones precisas para ello, así como la realización y promoción de estudios turísticos y en general cuantos asuntos relacionados con el Turismo sean de interés para la isla.

Con el fin de conseguir sus objetivos, el Patronato de Turismo de Fuerteventura lleva a cabo durante todo el año acciones promocionales de la isla, tanto en el mercado nacional como internacional. El Plan de Márketing Fuerteventura 2019, aprobado por el Consejo Rector del Patronato de Turismo en sesión celebrada el día 12 de noviembre de 2018, contempla la asistencia a las principales ferias genéricas y temáticas tanto nacionales como internacionales del sector, la organización y/o asistencia a jornadas profesionales en aquellas ciudades y mercados europeos en los que Fuerteventura tiene conectividad aérea regular directa para seguir fomentando la promoción de destino y producto, acciones de Street Marketing con el fin de llegar al público final, así como

acciones de comarketing con líneas aéreas regulares y turoperadores , promoción de la isla como destino de cruceros, potenciación de los valores de la gastronomía local, etc.

En este sentido, y como parte de las funciones que le son propias, el Patronato de Turismo desarrolla una labor de difusión de la marca Fuerteventura, organizando sus propias actividades, por un lado y, estando presente, por otro lado, en las realizadas por otras instituciones y Organizaciones. Dentro de estas actividades, y de cara a una mayor divulgación, se utiliza como recurso la entrega de material promocional.

El merchandising de marca es una estrategia de marketing utilizada para sacar partido al logotipo del destino Fuerteventura, explotando la identidad de la marca en productos que pueden ser usados por los consumidores o público objetivo en su vida cotidiana. Entre sus principales objetivos está llamar la atención de los consumidores para incentivar la compra. Trabajando el merchandising de marca se consigue atraer al público y fortalecer la imagen de la marca, (Fuerteventura) acercándose más a los clientes incrementando la notoriedad. Elevando la notoriedad, la reputación de la marca se ve favorecida con el recuerdo de los clientes.

Para ello se hace necesaria la disposición de dicho material promocional a entregar en los distintos eventos y colaboraciones que se celebren.

Con este contrato se pretende dotar al Patronato de Turismo de Fuerteventura del suministro de merchandising necesario para las acciones promocionales que realiza.

El Patronato de Turismo cuenta con los medios económicos para contratar la ejecución de los trabajos a una empresa o persona física, por procedimiento abierto simplificado sumario, conforme a lo establecido en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

Por todo ello se hace necesario realizar un expediente para la contratación del **SUMINISTRO DE MERCHANDISING**.