

Puntuación de las ofertas de la campaña de co-marketing

La suma de impactos de las acciones propuestas por el ofertante. El ofertante cuya oferta presente el mayor nº de impactos recibirá 45 puntos

Precio: la oferta más económica recibirá la mayor puntuación 45 puntos

Duración de la campaña, los diferentes elementos de la campaña pueden estar realizados en el plazo de tres semanas o más; el requerimiento de la duración mínima es de tres semanas. La oferta que más duración de campaña ofrece, recibirá la mayor puntuación 10 puntos

Asignación de puntos

El ofertante cuya oferta presente el mayor nº de impactos recibirá 45 puntos

Esta oferta será la oferta base para asignar puntos a las demás ofertas que serán valoradas de la siguiente manera: impactos de la oferta estudiada divididos en los impactos de la oferta base * 45 puntos

Precio: la oferta más económica recibirá la mayor puntuación 45 puntos

Esta oferta será la oferta base para asignar puntos a las demás ofertas que serán valoradas de la siguiente manera: precio de la oferta estudiada dividida en el precio de la oferta base * 45 puntos

La oferta que más duración de campaña ofrece, recibirá la mayor puntuación 10 puntos.

Esta oferta será la oferta base. La longitud de la oferta se medirá en semanas. Se valorará de la siguiente manera: nº de semanas de la oferta estudiada dividido entre nº de semanas de la oferta base * 10 puntos.