

ANNEX I

SOL·LICITUD PARTICIPACIÓ

..... (nom i llinatges), amb DNI
....., i domicili a efectes de notificació a
(carrer/plaça).....
.....número....., població....., CP.....,
física/jurídica:....., amb NIF
..... i domicili a (carrer/plaça)
.....,
número....., població..... CP....., telèfon..... i
adreça de correu electrònic habilitada
.....en qualitat de
.....

Amb la finalitat de participar en el procediment per adjudicar els convenis de col·laboració per a la realització de campanyes de comarketing en els mercats escandinaus: DINAMARCA, SUÈCIA I NORUEGA.

SOL·LICITO:

Participar en el procés d'adjudicació de campanyes de comarketing mitjançant convenis de col·laboració dins del mercat:

☐ DINAMARCA

☐ SUÈCIA

☐ NORUEGA

..... de de

(Lloc, data i signatura del representant de l'empresa sol·licitant)

ANNEX II AUTOBAREMACIÓ

..... (nom i llinatges), amb DNI
....., i domicili a efectes de notificació a
(carrer/plaça).....
.....número....., població....., CP.....,
física/jurídica:....., amb NIF
..... i domicili a (carrer/plaça)
.....,
número....., població.....CP....., telèfon..... i
adreça de correu electrònic habilitada
.....en qualitat de
.....

Amb la finalitat de participar en el procediment per adjudicar els convenis de col·laboració per a la realització de campanyes de comarketing en els mercats escandinaus: DINAMARCA, SUÈCIA I NORUEGA.

SOL·LICITO:

Participar en el procés d'adjudicació de campanyes de comarketing mitjançant convenis de col·laboració dins del mercat:

☐ DINAMARCA

☐ SUÈCIA

☐ NORUEGA

AUTOBAREMACIÓ

En aquest punt cal emplenar totes les caselles a efectes de poder valorar correctament la proposta. En els criteris que poden dur decimals, tan sols es tindran en compte els dos primers decimals a efectes de puntuació.

- **Criteri 1. Calendarització de la campanya. 20 punts . (marcar amb una X una única opció)**

Calendarització	Punts	Valoració
D'abril a juny i/o de setembre a novembre	20 punts	
Juliol i Agost	10 punts	
Combinació dels dos períodes	12 punts	

Tan sols es tindrà en consideració una de les tres possibilitats a efectes de puntuació. Aquesta calendarització haurà de quedar reflectida a la proposta de la campanya.

- **Criteri 2. Especialització de la campanya en els productes estratègics del mercat punts (marcar amb una X aquelles opcions que s'acompleixin amb la campanya proposada)**

Subcriteris a considerar	Punts	Valoració
Producte familiar	20 punts	
Producte esportiu i actiu	15 punts	
Producte Cultural i City Breaks	10 punts	
Producte Gastronomia	5 punts	

En aquest cas, es tindran en consideració tots el criteris que l'empresa licitadora compleixi dins de la campanya proposada, sumant-se les puntuacions fins a un màxim de 50 punts. A la proposta s'hauran d'adjuntar els documents probatoris que certifiquin el compliment de cadascun dels subcriteris als que s'opti.

Aquest criteri haurà de comptar amb una puntuació mínima de 25 punts. En el cas de no arribar a aquesta puntuació per aquest criteri, la proposta no serà valorada en el seu conjunt.

- **Criteri 3. Percentatge de la campanya online/offline. 20 punts. (marcar amb una X una única opció)**

Criteris a considerar	Punts	Valoració
Campanya online igual o superior al 70%	20 punts	
Campanya online superior al 50% i inferior al 70%	10 punts	
Campanya online per davall del 50%	0 punts	

Tan sols es tindrà en consideració una de les tres possibilitats a efectes de puntuació. Aquesta calendarització haurà de quedar reflectida a la proposta de la campanya.

- **Criteri 4. Pes dels canals propis a la campanya. 10 punts. (Indicar el percentatge de la campanya que es realitzarà a canals propis.)**

Criteris a considerar	Percentatge
Percentatge de la campanya fonamentat en canals propis	

- **Criteri 5. Audiència de la campanya. 10 punts. (Indicar el número d'impressions/impactes previstos a la campanya)**

En aquest punt s'ha d'indicar el número d'impressions/impactes previstos a la campanya presentada, tenint en compte les penalitzacions en els casos de desviacions sobre la previsió inicial.

Criteris a considerar	Puntuació màxima	Número impressions
Número d'impressions/impactes previstos a la campanya	10 punts	

- Criteri 6. Accions a considerar per a la proposta de la campanya. 20 punts. (marcar amb una X aquelles opcions que s'acompleixin amb la campanya proposada).

Subcriteris a considerar	Puntuació	Valoració
Inclusió de newsletters temàtiques exclusives de Mallorca	4 punts	
Inclusió d'una estratègia de programàtica online específica de Mallorca, que inclogui una estratègia de segmentació definida (Google Ads, Youtube, Linkbuilding, Branded Content, publicitat nativa, Facebook Ads, Instagram Ads...)	4 punts	
Banners a pàgina web pròpia amb una durada mínima de 2 mesos	4 punts	
Banners a pàgines web especialitzades externes	3 punts	
Workshops per a call centers, agents i venedors específics de Mallorca.	3 punts	
Inclusió d'un microsite específic de Mallorca.	2 punts	

A la proposta s'hauran d'adjuntar els documents probatoris que certifiquin el compliment de cadascun dels subcriteris als que s'opti. **La proposta presentada podrà incloure d'altres accions que resultin interessant però que no s'hagin tingut en compte dins dels criteris de puntuació.**

....., de de

(Lloc, data i signatura del representant de l'empresa sol·licitant)

ANNEX III

MODEL DE DECLARACIÓ RESPONSABLE

..... (nom i llinatges), amb DNI
....., i domicili a efectes de notificació a
(carrer/plaça).....
.....número....., població....., CP.....,
física/jurídica:....., amb NIF
..... i domicili a (carrer/plaça)
.....,
número....., població.....CP....., telèfon..... i
adreça de correu electrònic habilitada
.....en qualitat de
.....

Amb la finalitat de participar en el procediment per adjudicar els convenis de col·laboració per a la realització de campanyes de comarketing en els mercats escandinaus: DINAMARCA, SUÈCIA I NORUEGA.

DECLAR:

- Declaració responsable de no incórrer en cap de les prohibicions de contractar amb l'Administració segons l'article 71 de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de contractes del sector públic. Aquesta declaració responsable o document anàleg ha d'incloure la manifestació expressa que l'empresa no incorr en cap dels supòsits a què es refereix la Llei 2/1996, de 19 de novembre, d'incompatibilitats dels membres del Govern i dels alts càrrecs de la CAIB.
- Declaració responsable d'estar al corrent de pagaments amb la Fundació Mallorca Turisme, així com de la justificació d'altres contractes fets amb la Fundació. Si es constata que hi ha deutes pendents o que la justificació d'expedients anteriors ha estat incorrecta sense que s'hi hagi renunciat expressament, l'entitat serà exclosa de la convocatòria del patrocini.
- Declaració responsable que l'entitat no té cap expedient sancionador obert amb una administració pública.

..... de de

(Lloc, data i signatura del representant de l'empresa sol·licitant)

ANEXO II

MODELO DE DECLARACIÓN RESPONSABLE

..... (nombre y apellidos), con DNI
....., con domicilio a efectos de notificaciones en
(calle/plaza).....
numero....., población....., CP....., teléfono.....,
fax....., en nombre propio o en representación de la persona física/jurídica:
.....
con NIF.....y
con domicilio en
(calle/plaza).....número.....,
población.....,
CP....., teléfono..... y dirección de correo electrónico
habilitada....., en calidad de
.....

Al objeto de participar en el procedimiento para adjudicar los convenios de colaboración para la realización de campañas de comarketing en los mercados escandinavos: DINAMARCA, SUECIA y NORUEGA.

DECLARO:

Participar en el proceso de adjudicación de campañas de comarketing mediante convenios de colaboración dentro del mercado:

☐ DINAMARCA

☐ SUECIA

☐ NORUEGA

AUTOBAREMACIÓN

En este apartado se deben cumplimentar todas las Casillas a efectos de valoración de la propuesta. En aquellos criterios que pudieran resultar decimales, tan solo se tendrán en cuenta los dos primeros a efectos de puntuación.

- Criterio 1. Calendarización de la campaña. 20 puntos. (Marcar con una X una única opción)

Calendarización	Puntos	Valoración
De abril a junio y/o de septiembre a noviembre	20 puntos	
Julio y Agosto	10 puntos	
Combinación de los dos periodos	12 puntos	

Tan sólo se tendrá en consideración una de las tres posibilidades a efectos de puntuación. Esta calendarización tendrá que quedar reflejada a la propuesta de la campaña.

- Criterio 2. Especialización de la empresa licitadora en el producto del lote. (marcar amb una X aquelles opcions que s'acompleixin amb la campanya proposada)

Subcriterios a considerar	Puntos	Valoración
Apartado específico sobre el producto a la web propia	20 puntos	
Programa de paquetes del producto comercializando Mallorca.	20 puntos	
Porcentaje de ventas del producto comercializado superior al 25% del total de ventas	10 puntos	

En este caso, se tendrán en cuenta todos el criterios que la empresa licitadora cumpla, sumándose las puntuaciones hasta un máximo de 50 puntos. A la propuesta se tendrán que adjuntar los documentos probatorios que certifiquen el cumplimiento de cada uno de los subcriterios a los que se opte.

- Criterio 3. Porcentaje de la campaña online/offline. 20 puntos. (Marcar con una X una única opción)

Criterios a considerar	Puntos	Valoración
Campaña online igual o superior al 70%	20 puntos	
Campaña online superior al 50% e inferior al 70%	10 puntos	
Campaña online por debajo del 50%	0 puntos	

Tan sólo se tendrá en consideración una de las tres posibilidades a efectos de puntuación. Esta calendarización deberá quedar reflejada a la propuesta de la campaña.

- Criterio 4. Peso de los canales propios en la campaña. 10 puntos. (Indicar el porcentaje de la campaña que se realizará en canales propios.)

Criterios a considerar	Porcentaje
Campaña fundamentada hasta un 49% en canales propios	

- Criterio 5. Audiencia de la campaña. 10 puntos. (Indicar el número de impresiones/impactos previstos en la campaña)

En este apartado se debe de indicar el número de impresiones/impactos previstos en la campaña presentada, teniendo en cuenta las penalizaciones en los casos de desviaciones sobre la previsión inicial.

Criterios a considerar	Puntuación máxima	Número de impresiones
Número de impresiones/impactos previstos en la campaña	10 puntos	

- Criterio 6. Acciones a considerar para la propuesta de la campaña. 20 puntos

Subcriterios a considerar	Puntuación	Valoración
Inclusión de newsletters temáticas exclusivas de Mallorca	4 puntos	
Inclusión de una estrategia de programática online específica de Mallorca, que incluya una estrategia de segmentación definida (Google Ads, Youtube, Linkbuilding, Branded Content, publicidad nativa, Facebook Ads, Instagram Ads...)	4 puntos	
Banners en la página web propia con una duración mínima de 2 meses	4 puntos	
Banners en páginas web especializadas externas	3 puntos	
Workshops para call centers, agentes y vendedores específicos de Mallorca.	3 puntos	
Inclusión de un microsite específico de Mallorca.	2 puntos	

A la propuesta se tendrán que adjuntar los documentos probatorios que certifiquen el cumplimiento de cada uno de los subcriterios a los que se opte. **La propuesta presentada podrá incluir otras acciones que resulten interesante pero que no se hayan tenido en cuenta dentro de los criterios de puntuación.**

....., de de

(Lugar, fecha y firma del representante de la empresa solicitante)