

ANEXO I

SOLICITUD DE PARTICIPACIÓN

..... (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.

DECLARO:

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

☐ DINAMARCA

☐ SUÈCIA

☐ NORUEGA

....., de de

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

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.

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)

ANEXO III

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:

- Declaración responsable de no incurrir en ninguna de las prohibiciones de contratar con la Administración según el artículo 71 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de contratos del sector público. Esta declaración responsable o documento análogo tiene que incluir la manifestación expresa que la empresa no incurre en ninguno de los supuestos a que se refiere la Ley 2/1996, de 19 de noviembre, de incompatibilidades de los miembros del Gobierno y de los altos cargos de la CAIB.
- Declaración responsable de estar al corriente de pagos con la Fundació Mallorca Turisme, así como de la justificación de otros contratos hechos con la Fundació. Si se constata que hay deudas pendientes o que la justificación de expedientes anteriores ha sido incorrecta sin que se haya renunciado expresamente, la entidad será excluida de la convocatoria del patrocinio.
- Declaración responsable que la entidad no tiene ningún expediente sancionador abierto con una administración pública.

....., de de

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

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)