

Les ofertes es valoraran a partir de l'51 % de mitjans aliens sobre mitjans propis, atorgant la màxima valoració del criteri a la licitació que més recursos aliens sobre propis destini a la campanya; per a la resta d'ofertes es concedirà una puntuació proporcional d'acord amb la fórmula següent:

Puntuació de l'oferta = Valor del criteri X (Oferta a valorar / Millor oferta)

2. Major inversió per part del licitador (30 punts)

El licitador que més mitjans i inversió posin per part seva. És a dir, el licitador que aporti major pressupost a partir del 50 % (15.000 €, impost inclosos) que és el mínim que se li exigeix.

S'atorgarà la màxima valoració del criteri a la licitació que més inversió ofereixi; per a la resta d'ofertes es concedirà una puntuació proporcional d'acord amb la fórmula següent:

Puntuació de l'oferta = Valor del criteri X (Oferta a valorar / Millor oferta)

3. Connectivitat aèria amb Palma en temporada baixa (25 punts)

Justificació de l'aposta que l'empresa licitadora fa per la connectivitat amb Palma. Es primaran aquelles aerolínies que es comprometin i que demostrin, de manera argumentada, que tenen previst augmentar la seva capacitat en la temporada hivern 2019/2020, ja que és el període per al qual la Fundació persegueix reforçar les reserves a Palma mitjançant la campanya. En conseqüència, es valorarà l'oferta d'aquella aerolínia que justifiqui que posa més places a la venda entre Palma i Regne Unit per a la temporada mitjana - baixa (octubre- abril) en comparació amb la temporada anterior.

Els licitadors expressaran la dada com un increment percentual.

S'atorgarà la màxima valoració del criteri a la licitació que més places ofereixin; per a la resta d'ofertes es concedirà una puntuació proporcional d'acord amb la fórmula següent:

Puntuació de l'oferta = Valor del criteri X (Oferta a valorar / Millor oferta)

4. Criteris d'adjudicació de caràcter social i mediambiental (5 punts)

Percentatge de contractació indefinida entre la plantilla que executarà el contracte.

S'atorgarà a la millor oferta la puntuació màxima del criteri, a la resta d'ofertes s'aplicarà una puntuació proporcional mitjançant la següent fórmula: Puntuació de la oferta = Punts del criteri * (Oferta que es valora/Millor oferta).

C. DOCUMENTACIÓ RELATIVA ALS CRITERIS D'ADJUDICACIÓ

La documentació relativa als criteris d'adjudicació que s'ha de presentar és la següent (s'indica també el sobre en què s'ha d'incloure):

Documentació	Sobre núm.
<p>1. Qualitat del pla de comàrqueting. La proposta haurà d'incloure com a mínim la següent informació i dades:</p> <p>1. 1. Presentació de l'empresa licitadora</p> <ul style="list-style-type: none"> - Portada amb el nom de l'empresa. - Dades rellevants de l'empresa: presentació de l'empresa i justificació de la seva rellevància, aportant dades, xifres de resultats, etc. <p>1. 2. Detall del pla de comàrqueting:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Una fitxa introductòria a manera de resum amb les dades més rellevants de la proposta de campanya a nivell global: dates, activitats, etc. - El contingut de la campanya: la relació de productes o serveis de màrqueting del pla, dividint-los per canal (<i>online</i> o <i>offline</i>) i desglossant per tipologia d'accions. Aquest apartat ha d'incloure també: <ul style="list-style-type: none"> a) una breu descripció de cadascuna de les accions; b) un exemple; c) durada de cada acció; d) un calendari amb totes les accions i la seva durada; e) pressupost / cost del total de cada acció; 	<p>Sobre A</p> <p>Sobre A</p>

<p>f) efectivitat prevista per a cada acció. - Un calendari de treball.</p>	
<p>1.3. % De mitjans propis vs. aliens</p> <p>Document amb la proposta en la qual el licitador indiqui el tant per cent de suports i mitjans propis que destinarà a la campanya i el tant per cent de suports aliens que destinarà a la mateixa fi.</p>	Sobre A
<p>2. Major inversió per part del licitador</p> <p>Document en què el licitador ens indiqui el tant per cent d'increment sobre la quantitat econòmica mínima exigida (15.000 €, impostos inclosos).</p>	Sobre B
<p>3. Connectivitat aèria amb Palma en temporada mitjana-baixa.</p> <p>3.1. Pla de connectivitat de la companyia. Document en què acreditin la programació de places per a la temporada mitjana-baixa 2019/2020.</p> <p>3.2. Una taula o gràfic amb:</p> <p>a) el nombre de seients per mesos des del mercat britànic a Palma per al període octubre 2018- abril 2019;</p> <p>b) previsió per al mateix període W2019 / 2020, indicant l'increment de capacitat (la variació interanual expressada en%).</p> <p>A continuació de la taula s'explicaran els aspectes més rellevants de les dades presentades.</p>	Sobre B
<p>4. Criteris d'adjudicació de caràcter social i mediambiental:</p> <p>Percentatge de contractació indefinida entre la plantilla que executarà el contracte. Si és superior a un 50 % s'haurà d'aportar la següent documentació:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Composició de l'equip de Treball ADSCRITS a l'ESPECIFICAR dels serveis. Firmat paper licitador o su RAZÓN. - Contracte laboral o informe de la vida laboral de l'empresa o Treballador. 	Sobre B

D. PROCEDIMENT AMB FASES

No escau.

E. ORGANISME TÈCNIC ESPECIALITZAT

No escau.

F. COMITÈ D'EXPERTS

No escau.