

2. Mayor inversión por parte del licitador (30 puntos)

El licitador que más medios e inversión pongan por su parte. Es decir, el licitador que aporte mayor presupuesto a partir del 50% (15.000 €, impuesto incluidos) que es lo mínimo que se le exige.

Se otorgará la máxima valoración del criterio a la licitación que más inversión ofrezca; para el resto de ofertas se concederá una puntuación proporcional de acuerdo con la siguiente fórmula:

Puntuación de la oferta = Valor del criterio X (Oferta a valorar / Mejor oferta)

3. Conectividad aérea con Palma en temporada baja (25 puntos)

Justificación de la apuesta que la empresa licitadora hace por la conectividad con Palma. Se primarán aquellas aerolíneas que se comprometan y que demuestren, de manera argumentada, que tienen previsto aumentar su capacidad en la temporada invierno 2019/2020, ya que es el periodo para el que la Fundación persigue reforzar las reservas en Palma mediante la campaña. En consecuencia, se valorará la oferta de aquella aerolínea que justifique que pone más plazas a la venta entre Palma y Reino Unido para la temporada media - baja (octubre-abril) en comparación con la temporada anterior. Los licitadores expresarán el dato como un incremento porcentual.

Se otorgará la máxima valoración del criterio a la licitación que más plazas ofrezcan; para el resto de ofertas se concederá una puntuación proporcional de acuerdo con la siguiente fórmula:

Puntuación de la oferta = Valor del criterio X (Oferta a valorar / Mejor oferta)

4. Criterios de adjudicación de carácter social y medioambiental (5 puntos)

Porcentaje de contratación indefinida entre la plantilla que ejecutará el contrato.

Se otorgará a la mejor oferta la puntuación máxima del criterio, en el resto de ofertas se aplicará una puntuación proporcional mediante la siguiente fórmula: Puntuación de la oferta = Puntos del criterio * (Oferta que se valora / Mejor oferta).

C. DOCUMENTACIÓN RELATIVA A LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

La documentación relativa a los criterios de adjudicación que se ha de presentar es la siguiente (se indica también el sobre en que se ha de incluir):

| Documentación | Sobre núm. |
|---|------------|
| 1. Calidad del plan de co-marketing. La propuesta deberá incluir como mínimo la siguiente información y datos: | |
| 1. 1. Presentación de la empresa licitadora - Portada con el nombre de la empresa. - Datos relevantes de la empresa: presentación de la empresa y justificación de su relevancia, aportando datos, cifras de resultados, etc. | Sobre A |
| 1. 2. Detalle del plan de co-marketing: - Una ficha introductoria a modo de resumen con los datos más relevantes de la propuesta de campaña a nivel global: fechas, actividades, etc. - El contenido de la campaña: la relación de productos o servicios de marketing del plan, dividiéndolos por canal (online u offline) y un desglose por tipología de acciones. Este apartado debe incluir también: a) una breve descripción de cada una de las acciones; b) un ejemplo; c) duración de cada acción; d) un calendario con todas las acciones y su duración; e) presupuesto / coste del total de cada acción; f) efectividad prevista para cada acción. - Un calendario de trabajo. | Sobre A |
| 1.3. % De medios propios vs. ajenos | Sobre B |

| | |
|---|--|
| <p>Documento con la propuesta en la que el licitador indique el tanto por ciento de soportes y medios propios que destinará a la campaña y el tanto por ciento de apoyos ajenos que destinará al mismo fin.</p> <p>2. Mayor inversión por parte del licitador</p> <p>Documento en el que el licitador nos indique el tanto por ciento de incremento sobre la cantidad económica mínima exigida (15.000 €, impuestos incluidos).</p> <p>3. Conectividad aérea con Palma en temporada media-baja.</p> <p>3.1. Plan de conectividad de la compañía. Documento en el que acrediten la programación de plazas para la temporada media-baja 2019/2020.</p> <p>3.2. Una tabla o gráfico con:</p> <p>a) el número de asientos por meses desde el mercado británico en Palma para el periodo octubre 2018-abril 2019;</p> <p>b) previsión para el mismo periodo W2019 / 2020, indicando el incremento de capacidad (la variación interanual expresada en%).</p> <p>A continuación de la tabla se explicarán los aspectos más relevantes de los datos presentados.</p> <p>4. Criterios de adjudicación de carácter social y medioambiental:</p> <p>Porcentaje de contratación indefinida entre la plantilla que ejecutará el contrato. Si es superior a un 50% se deberá aportar la siguiente documentación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Composición del equipo de Trabajo ADSCRITOS al ESPECIFICAR los servicios. Firmado por el licitador. - Contrato laboral o informe de la vida laboral de la empresa o Trabajador. | <p>Sobre B</p> <p>Sobre B</p> <p>Sobre B</p> |
|---|--|

D. PROCEDIMIENTO CON FASES

No procede.

E. ORGANISMO TÉCNICO ESPECIALIZADO

F. COMITÉ DE EXPERTOS