



## **ANEXO: BASES DE LA CONVOCATORIA DE CO-MARKETING ESTRATÉGICO DE CONECTIVIDAD AÉREA CON EL MERCADO NACIONAL**

### **1. OBJETO**

El objeto de esta convocatoria, pública y abierta, es ofrecer a las compañías aéreas la posibilidad de realizar convenios de colaboración en la modalidad de co-marketing estratégico, a fin de mejorar la conectividad aérea turística del mercado español con destino a las Islas Baleares.

Las campañas están destinadas a promocionar:

- Las rutas/los trayectos directos ya existentes con cualquiera de los aeropuertos de las Islas Baleares.
- Impulsar la creación de nuevas rutas/trayectos directos con las Islas.

Quedan excluidos las rutas/los trayectos interislas en la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares.

#### **a.) Línea de actuación:**

Esta convocatoria tiene una única línea dirigida a compañías aéreas que operen vuelos directos desde cualquier aeropuerto de España (aeropuertos de origen) a los tres aeropuertos de las Islas Baleares (aeropuertos de destino) y cumplan con los requisitos establecidos en las bases. A efectos de esta convocatoria quedan excluidos como aeropuertos de origen los aeropuertos de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares.

#### **b.) El objeto de la campaña a desarrollar:**

El objeto de la campaña es la publicidad de las rutas aéreas directas desde el mercado español a los aeropuertos de las Islas Baleares.

En el caso de Formentera se entiende como vía de acceso aéreo principal del aeropuerto de Ibiza. Quedan excluidas las rutas/los trayectos interislas en la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares.

Se define como RUTA AÉREA el trayecto de un vuelo desde el aeropuerto de origen hasta el aeropuerto de destino. En este caso concreto, las rutas que se describen siempre serán de vuelos directos entre el aeropuerto de origen y el de destino, es decir, sin escalas.

**c.) El contenido de la campaña a desarrollar:**

La campaña promocionará todas las Islas Baleares (Mallorca, Menorca, Ibiza y Formentera) como destinos turísticos con vuelos directos desde el mercado español (excluidos los aeropuertos de la CAIB como aeropuertos de origen, por lo que no se podrán incluir en la campaña las rutas/los vuelos interislas).

**d.) Período de operatividad mínima de las rutas directas con las Islas Baleares establecido en esta convocatoria:**

El solicitante deberá operar rutas de vuelos directos a los tres aeropuertos de las Islas Baleares desde el territorio nacional (excluidos los aeropuertos de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares, CAIB) como aeropuertos de origen y los tres aeropuertos de las Islas Baleares, como aeropuertos de destino, dentro del período del 15 de julio al 15 de noviembre de 2021.

**e.) Aeropuertos mínimos con los que deben disponer de rutas las compañías solicitantes:**

Las compañías aéreas solicitantes deberán operar rutas de vuelos directos a los tres aeropuertos de las Islas Baleares desde el territorio nacional (excluidos los vuelos interislas en Baleares):

- Aeropuerto de Palma de Mallorca (PMI)
- Aeropuerto de Menorca (MAH)
- Aeropuerto de Ibiza (IBZ)

**f.) Las campañas responderán a los siguientes términos de actuación:**

<b>Les campañas podrán desarrollarse/ejecutarse –ambos incluidos–:</b>	
Fecha inicio	Fecha de finalización
25 de agosto de 2021	hasta el 31/12/2021

<b>La temporada que publicitará la campaña es –ambos incluidos–:</b>	
Fecha inicio	Fecha de finalización
25 de agosto de 2021	hasta el 31/12/2021

No se aceptarán campañas iniciadas previamente a la firma del convenio o que no cumplan con los requisitos estipulados en estas bases.

**1.1 Importes máximos de la convocatoria**

La presente convocatoria tiene un presupuesto máximo de **2.500.000 €** (impuestos incluidos) financiados de la siguiente forma:

- Un importe máximo de 2.500.000 € (impuestos incluidos) al Capítulo VI – Inversiones Reales del presupuesto de la AETIB para el ejercicio 2021.

En caso de que la partida reservada para la convocatoria sea insuficiente, la partida presupuestaria podrá ser ampliada, a criterio de la dirección, en función de la disponibilidad presupuestaria.

Asimismo, en el supuesto de que a fecha 1 de septiembre de 2021 no se haya agotado la totalidad de la disponibilidad presupuestaria, la AETIB podrá disponer de los remanentes, que serán destinados a otros proyectos según las necesidades existentes teniendo en cuenta la partida presupuestaria y el capítulo al que fueron asignados.

## 2. IMPORTES MÁXIMOS DE SOLICITUD

Debido a las consecuencias provocadas por la pandemia de la COVID-19, que han supuesto una crisis mundial, no tan solo a nivel sanitario, sino también económico, las Islas Baleares se han visto afectadas gravemente por una contracción del PIB del 23,7 % en 2020. Asimismo, la incertidumbre de las últimas semanas en relación con los mercados emisores internacionales y las medidas y restricciones cambiantes establecidas por estos a la vuelta de los turistas a sus países de origen hacen que el mercado español sea clave para reactivar el sector turístico y los flujos económicos.

Debido a la condición de insularidad y a la gran importancia de la conectividad para el destino de las Islas Baleares, se quiere promover el incremento de esta y su empleo mediante el impulso a la vía de entrada a las Islas más relevante para el mercado nacional.

Dada la situación de incertidumbre en los mercados internacionales, este año, y de forma excepcional, se realiza esta convocatoria con un importe muy elevado, a fin de reforzar la notoriedad de las Islas Baleares en el mercado español. Con esta medida se quiere dar apoyo a las vías de entrada de los flujos turísticos, impulsando el camino hacia la recuperación del destino.

Con el fin de optimizar los recursos existentes, la colaboración de la AETIB se ajustará a las siguientes limitaciones presupuestarias que se establecen en la siguiente tabla.

<b>IMPORTES MÁXIMOS DE SOLICITUD:</b> <i>límite máximo de colaboración de la AETIB por  campaña</i> <b>(impuestos incluidos)</b>	<b>% MÁXIMOS DE COLABORACIÓN</b> <b>(impuestos incluidos)</b>
1.500.000 €	La colaboración económica será como máximo del 50 % de la propuesta presentada (impuestos incluidos)

Para realizar estos cálculos se tomará como referencia el importe total de la campaña con el descuento medio ofertado previamente aplicado (impuestos incluidos).

Tanto en el presupuesto inicial como en la justificación, los importes deberán incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta/ejecutada en la campaña.

### **3. REQUISITOS DE LAS ENTIDADES QUE SOLICITAN COLABORACIÓN**

A continuación, se detallan los requisitos que deberán cumplir las entidades que solicitan la colaboración:

- a.) Podrán solicitar la colaboración de la AETIB en esta convocatoria las empresas y/o entidades privadas en cualquier forma válida en derecho, estatales o internacionales, cuya actividad principal sea la de compañía aérea de transporte de pasajeros.

La definición de grupo empresarial se recoge en el artículo 42 del Código de Comercio.

- b.) El solicitante deberá operar rutas de vuelos directos a los tres aeropuertos de las Islas Baleares desde el territorio nacional (excluidos los vuelos interislas en Baleares) dentro del período de operatividad de las rutas establecido en el apartado 1.d).
- c.) La entidad solicitante deberá acreditar que su empresa y/o entidad privada en cualquier forma válida en derecho tiene previsto tener un volumen global mínimo del 1 % del total de los vuelos programados nacionales (España) por el período de operatividad mínima de las rutas directas (excluidos los vuelos interislas en Baleares) descrito en el apartado 1.d) con cada uno de los tres aeropuertos de las Islas Baleares. Por lo tanto, este requisito se deberá cumplir por cada aeropuerto de las Islas Baleares durante el período descrito en el apartado de referencia. Estos datos serán acreditados por AENA (Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea) a petición de la entidad solicitante.
- d.) Como máximo se podrá presentar una única solicitud por entidad solicitante. En caso de presentarse más de una propuesta, únicamente se tendrá en cuenta la primera entrega según el orden de registro de entrada de la solicitud en el registro de la AETIB.

En el supuesto de que una compañía aérea o entidad privada que se presente a esta convocatoria, así como otra compañía/entidad que pertenezca al mismo grupo empresarial, también haya optado a esta u otra convocatoria pública de co-marketing realizada por la AETIB, las campañas que se deriven de las diferentes colaboraciones de la AETIB deberán ser independientes, con creatividades, ópticos y acciones perfectamente diferenciadas.

En caso de incumplimiento de cualquiera de los requisitos establecidos en estas bases, la AETIB:

- - Excluirá la propuesta, si la campaña se encuentra en fase de solicitud.
- - Cancelará la colaboración, y por tanto, no abonará la cuantía correspondiente, si la campaña se encuentra en fase de ejecución y/o justificación.

#### **4. REQUISITOS DE LAS CAMPAÑAS Y ACCIONES DE CO-MARKETING Y TIPOLOGÍA DE LAS MISMAS**

Las campañas propuestas por las entidades solicitantes de colaboración deben cumplir los siguientes **requisitos**:

##### **4.1 Requisitos generales de las campañas de co-marketing estratégico:**

- a.) Cumplir con el apartado 1 de estas bases.
- b.) Desarrollarse en el mercado español.
- c.) La idea creativa de las campañas será de experiencias vinculadas con, al menos, alguno de los Segmentos Estratégicos Turísticos (SET). También se pueden vincular con «costa y litoral/sol y playa»:
 

▪ Deportes	▪ Turismo Activo	▪ Salud y Bienestar
▪ Cultura	▪ Ecoturismo	▪ MICE
▪ Gastronomía	▪ Lujo	
- d.) Realizarse mediante cualquier medio de comunicación o tipo de soporte publicitario de los descritos en el apartado 4.3 de estas bases.
- e.) Proponer y realizar «la acción requisito» según se describe en el apartado 4.3 de estas bases. Sin esta acción no se podrá valorar la propuesta entregada.
- f.) Como mínimo, las campañas propuestas deberán tener una inversión mínima del 30 % del total de la campaña (impuestos incluidos) en medios externos que no estén vinculados directamente con la entidad solicitante o con el grupo empresarial al que pertenece.

No se valorarán las campañas que únicamente propongan medios propios del solicitante (webs propias, publicidad en instalaciones propias, revista *in-flight*/a bordo, catálogo de ventas, puntos de venta propios de la entidad solicitante o del grupo al que pertenece, entre otros) o las campañas con una inversión mínima en medios externos inferior al 30 % del total de la campaña, y por tanto, se excluirán.

- g.) En ningún caso la campaña propuesta podrá recibir otros fondos/colaboraciones y/o ayudas económicas (patrocinios y subvenciones, entre otros) por parte de cualquier otra entidad pública (ayuntamientos, consejos

insulares y ministerios, entre otros) y/o privada. Por lo tanto, la campaña se ejecutará de forma exclusiva por parte de la entidad solicitante con la colaboración de la AETIB.

#### **4.2 En función de la tipología de acciones:**

Teniendo en cuenta todos los requisitos expuestos en el apartado 4 de estas bases, los solicitantes podrán proponer a la AETIB campañas de co-marketing estratégico, según las siguientes tipologías de acciones:

- Publicidad *offline*: prensa generalista, revistas divulgativas, revistas especializadas, radio y televisión, entre otros.
- Publicidad *online*: banners, *microsites*, blogs, acciones especiales y displays, entre otros.
- Publicidad exterior: vallas, opis, mupis, taxis, metro y autobuses, entre otros.
- Acciones en redes sociales: campañas en redes, sorteos y concursos, entre otros.
- Acciones de relaciones públicas: notas de prensa y presentaciones, entre otros.
- Acciones de *street* marketing: acciones promocionales/publicitarias/eventos en la calle.

**ACCIÓN REQUISITO:** Además de las acciones que se consideren oportunas para el óptimo desarrollo de la colaboración y consecución de los objetivos, todas las campañas propuestas deberán incluir al menos una acción que se desarrolle en una de las ciudades que se detallan a continuación y siempre que el solicitante disponga de vuelos directos con las Islas Baleares:

- |             |           |               |
|-------------|-----------|---------------|
| ▪ Madrid    | ▪ Bilbao  | ▪ Santiago de |
| ▪ Barcelona | ▪ Sevilla | Compostela    |
| ▪ Valencia  | ▪ Málaga  | ▪ Zaragoza    |

En caso de no disponer de vuelos directos en ninguna de las ciudades propuestas, la entidad solicitante podrá proponer la ciudad que disponga de más conexiones semanales con las Islas Baleares. Este hecho se deberá acreditar en la solicitud dentro del anexo correspondiente al **ANEXO NAC2**. Además deberá entregar una declaración responsable que detalle esta circunstancia, así como el listado de rutas, frecuencias y número de vuelos entre el aeropuerto de origen y destino.

En la fase de valoración de la propuesta, la AETIB podrá sugerir o proponer otra ciudad/zona que esté afectada/incluida dentro de la campaña. Por lo tanto, este punto se deberá consensuar entre las partes en la fase de negociación.

La acción seleccionada se deberá clasificar dentro de una de las siguientes tipologías de acciones:

- a.) Acciones de *street marketing*: acciones promocionales/publicitarias en la calle que generen notoriedad y *publicity* para la campaña, como por ejemplo: *mapping*, *roadshow* y *streetshows*, entre otras acciones vinculadas directamente con esta tipología.
- b.) Acciones de relaciones públicas: presentaciones de destino/ruta/paquete a prensa, prescriptores o sector turístico, como por ejemplo la organización de algún evento/encuentro/*networking* con actores sociales de interés que generen una repercusión mediática, en relación con la campaña que se quiere dar a conocer, y por tanto, al destino, entre otras acciones vinculadas directamente con las relaciones públicas.

Estas acciones se llevarán a cabo siempre que las condiciones sanitarias permitan su ejecución y estén admitidas por las autoridades competentes del lugar donde se desarrolle la acción. En caso de no poderse llevar a cabo, se sustituirá por otra acción que deberá ser aprobada por la AETIB y quedará constancia en el convenio mediante una adenda.

#### **4.3 Requisitos de creatividad e imagen corporativa:**

Las campañas propuestas por las entidades solicitantes de colaboración deben cumplir los siguientes requisitos relativos a la creatividad e imagen corporativa:

- a.) Todas las creatividades deberán integrar las siguientes marcas/menciones:
  - La marca Islas Baleares o aquellas marcas de destino que la AETIB estime oportunas
  - Los logotipos que determine la AETIB según corresponda (GOIB-AETIB)
- b.) Las creatividades y acciones se tendrán que ajustar a las *Directrices del uso de las marcas de la AETIB* que formarán parte del convenio. De forma orientativa se adjunta en estas bases el **ANEXO NAC5** donde se describen brevemente las líneas más generales de este uso.

- c.) En caso de mencionar los aeropuertos de las Islas Baleares se hará de la siguiente forma:

Aeropuerto	Se mencionará como:
Palma	Mallorca
Maó	Menorca
Eivissa	Ibiza

- d.) Los solicitantes propondrán la creatividad/el contenido de todas las campañas/acciones que, antes de su publicación/emisión, deberán contar con el visto bueno de la AETIB, por lo que se remitirán a la siguiente dirección de correo electrónico: [comarketing@aetib.caib.es](mailto:comarketing@aetib.caib.es) con un mínimo de siete días laborables antes de su emisión/publicación.
- e.) Para establecer sinergias entre la AETIB y la entidad colaboradora, la AETIB establecerá las condiciones para potenciar las acciones mediante los canales de comunicación de la AETIB. Estas actuaciones se definirán en el convenio.
- f.) La producción de las creatividades y de sus adaptaciones para cualquier soporte irán a cargo de la empresa solicitante de la colaboración, aunque, a petición de la entidad colaboradora, la AETIB podrá facilitar el material en bruto que estime oportuno.
- g.) Con la presentación de la solicitud, la entidad colaboradora acepta la cesión a la AETIB del material publicitario/promocional creado para la campaña o generado con su desarrollo. La AETIB podrá hacer uso de este material con fines estratégicos, pero no comerciales.

En caso de incumplimiento de cualquiera de los requisitos establecidos en estas bases, la AETIB:

- Excluirá la propuesta, si la campaña se encuentra en fase de solicitud.
- Cancelará la colaboración, y por tanto, no abonará la cuantía correspondiente, si la campaña se encuentra en fase de ejecución y/o justificación.

## 5. SOLICITUD Y FORMA DE PRESENTACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN

Se atenderán todas las solicitudes siguiendo el riguroso registro de entrada a la AETIB, aunque la valoración será por comparativa de las propuestas entregadas.



Como máximo se podrá presentar una única solicitud por entidad solicitante. En caso de presentarse más de una propuesta, únicamente se tendrá en cuenta la primera entrega según el orden de registro de entrada de la solicitud en el registro de la AETIB.

Las propuestas deberán tener un registro de entrada en la AETIB dentro del plazo establecido para la presentación de solicitudes establecido en el apartado 7 de estas bases. En caso de incumplimiento del plazo, la solicitud quedará excluida.

Los solicitantes deberán presentar su solicitud y documentación adjunta según los modelos de anexos que se adjuntan a estas bases y que se podrán descargar en el apartado «destacados» en el siguiente enlace:

<https://www.caib.es/govern/organigrama/area.do?coduo=475&lang=es>

No se aceptará documentación manuscrita, sin formato y/o con errores, si ello imposibilita su valoración. Estas propuestas, por tanto, serán excluidas. Tampoco se aceptarán aquellas que no utilicen los modelos que figuran anexos a la presente convocatoria.

La solicitud irá acompañada de los anexos correspondientes que se distribuirán en dos sobres cerrados:

- Sobre 1: Documentación administrativa por entidad solicitante
- Sobre 2: Documentación técnica para la solicitud, indicando en el exterior:
  - Nombre de la compañía
  - Nombre de la campaña propuesta

### **5.1 Solicitud de co-marketing estratégico**

Se realizará mediante solicitud dirigida al presidente de la AETIB siguiendo el modelo de anexo *Formulario de solicitud* **ANEXO NAC1** contenido en estas bases. Este documento se entregará en los siguientes formatos según el lugar de presentación:

<b>Tipo de registro</b>	<b>FORMATOS de entrega</b>
Registro electrónico	▪ Digital (pdf)
Registro físico	▪ Impreso

Asimismo, se deberá tener en cuenta que:

- Todos los importes son con impuestos incluidos.

- Los solicitantes deberán indicar el importe siguiendo los máximos indicados en el apartado 2 de estas bases y siempre teniendo en cuenta que se deberá tomar como referencia el importe de la campaña con el descuento medio ofertado previamente aplicado.
- De los importes totales de la campaña, quedan excluidos todos los gastos generados por esta (planificación, producción, creatividades, ejecución y control, entre otros), que serán asumidos por la entidad solicitante.
- Del importe solicitado a la AETIB para la realización de la campaña propuesta, deberán indicar el importe ajustándose a los máximos indicados en el apartado 2 de las bases y siempre teniendo en cuenta que se deberá tomar como referencia el importe de la campaña con el descuento medio ofertado previamente aplicado.
- Todos los importes deberán incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta en la campaña.

La entrega de la solicitud por sí misma no será objeto de valoración, sino que servirá únicamente como documento formal de solicitud.

El plazo máximo de entrega de los sobres que acompañan a la solicitud será de diez días naturales a contar desde el día del registro de la solicitud, independientemente de si se realiza mediante registro electrónico o físico.

## **5.2 Documentación administrativa (sobre 1)**

### **5.2.1. Personas jurídicas españolas**

- a) Fotocopia compulsada del certificado de inscripción en el registro correspondiente (registro de asociaciones, registro mercantil u otro, dependiendo del tipo de entidad).
- b) Fotocopia compulsada de los estatutos de la entidad depositados en el mencionado registro, y debidamente inscrito en el Registro Mercantil, así como copia en el registro correspondiente a su actividad.
- c) Fotocopia compulsada de la documentación acreditativa de la capacidad de la persona que representa legalmente a la entidad solicitante para actuar en su nombre, así como del DNI.

- d) Fotocopia compulsada de la tarjeta de identificación fiscal de la entidad solicitante.
- e) Fotocopia compulsada del alta de la declaración censal del inicio de la actividad, alta del IAE con el epígrafe correspondiente.
- f) Declaración responsable otorgada ante la autoridad administrativa o el organismo profesional cualificado o mediante acta de manifestaciones ante notario público, de no incurrir en las prohibiciones para contratar con la administración según el artículo 71 de la LCSP.  
Esta declaración responsable ha de incluir la manifestación expresa de que no se 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.
- g) Acreditación de estar al corriente de las obligaciones tributarias con la Administración autonómica, estatal y la Seguridad Social, emitidas por los organismos competentes.
- h) Declaración responsable de que se encuentra al corriente de pago con la AETIB, así como de estar al corriente en la justificación de convenios de colaboración anteriores con la AETIB. Esta declaración se comprobará de oficio por el área económica de la AETIB. En el caso que se constatare la existencia de deudas pendientes, será motivo de exclusión en la participación en la convocatoria de colaboración.
- l) Declaración responsable en que se haga constar si ha recibido y/o solicitado ayudas o colaboraciones de instituciones públicas o privadas para realizar la campaña para la que solicita colaboración a la AETIB.
- j) Una declaración jurada de la persona responsable de la entidad, declarando que la actividad principal de la empresa o entidad se enmarca dentro de esta convocatoria en función de la línea de actuación a la que se opta.
- k) Certificado emitido por AENA (Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea) que acredite que la empresa y/o entidad privada en cualquier forma válida en derecho que solicita la colaboración tiene previsto tener un volumen global mínimo del 1 % del total de los vuelos programados nacionales (España) por el período de operatividad mínima de las rutas directas (excluidos los vuelos interislas en Baleares) descrito en el apartado 1.d) con cada uno de los tres aeropuertos de las Islas Baleares. Por lo tanto, este requisito se deberá cumplir por cada aeropuerto de las Islas Baleares durante el período descrito en el apartado de referencia.

En virtud del Decreto 6/2013, de 8 de febrero, de medidas de simplificación documental de los procedimientos administrativos, las entidades que hayan formado parte de una convocatoria en la AETIB pueden presentar el **ANEXO F** que se adjunta, en el que se debe indicar el número de expediente donde se encuentra la documentación administrativa, siempre que no haya sufrido ninguna modificación o la documentación presentada no haya agotado su vigencia.

#### 5.2.2. Personas jurídicas extranjeras con actividad en España

a) En el caso de que la entidad pertenezca a un Estado miembro de la UE, la capacidad jurídica de la empresa se acreditará mediante la presentación de constitución de la entidad de acuerdo con la normativa de su país, aportando los estatutos y la acreditación correspondiente, así como una fotocopia compulsada del CIF. Toda la documentación traducida por un intérprete jurado o traducción oficial y apostillada de acuerdo con el Convenio de la Haya de 1961.

B) En el caso de que la entidad pertenezca a un estado que no sea miembro de la UE, la capacidad jurídica de la entidad se acreditará, mediante la documentación relativa a la sucursal o filial en España de la entidad, debidamente inscrita en el registro correspondiente y una fotocopia compulsada del CIF. Por otro lado, en el caso de que se trate de una agrupación de empresas, se deberá presentar la documentación adecuada de esta vinculación de acuerdo con lo previsto en el artículo 42 del Código de Comercio.

c) En cualquiera de los dos casos anteriores, se deberá acreditar la capacidad de la persona que representa legalmente a la entidad solicitante para actuar en su nombre, y aportar copia compulsada de su pasaporte/DNI, traducido por un intérprete jurado o traducción oficial y apostillada de acuerdo con el convenio de la Haya de 1961.

Las empresas no españolas de estados miembros de la Unión Europea y el resto de empresarios extranjeros deberán acreditar la documentación que se detalla:

- Declaración responsable otorgada ante la autoridad administrativa o el organismo profesional cualificado o mediante acta de manifestaciones ante notario público, de no incurrir en las prohibiciones para contratar con la administración según el ordenamiento jurídico español y, por analogía, con el ordenamiento en el estado al que pertenece.

Esta declaración responsable ha de incluir la manifestación expresa de que no se 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 en que se haga constar si ha recibido y/o solicitado ayudas o colaboraciones de instituciones públicas o privadas para realizar la campaña para la que solicita colaboración a la AETIB.
- Copia compulsada del alta de la declaración censal, el inicio de la actividad y/o el alta del Impuesto de Actividades Económicas (IAE).
- Una declaración jurada de la persona responsable de la entidad, declarando que la actividad principal de la empresa o entidad se enmarca dentro de las bases de esta convocatoria, en función de la línea de actuación a la que se opta.
- Declaración de que la compañía aérea es titular de una licencia de explotación válida de acuerdo con lo que se prevé en el Acuerdo de Comercio y Cooperación entre la Unión Europea y la Comunidad Europea de la Energía Atómica y el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, de 31 de diciembre de 2020.
- Acreditación de que la sucursal/filial, si es el caso, está al corriente de las obligaciones tributarias con la Administración autonómica, estatal y la Seguridad Social, mediante la presentación de la oportuna certificación, emitida por el órgano competente. En el caso de que se tratase de un agente autorizado para actuar en nombre de la entidad no residente que opere mediante oficina de representación, deberá aportar la correspondiente certificación acreditativa de estar al corriente de pago con la Administración del Estado, la autonómica y la Seguridad Social, emitida por el órgano competente.
- Declaración responsable de que se encuentra al corriente de pago con la AETIB, así como de estar al corriente en la justificación de convenios de colaboración anteriores con la AETIB. Esta declaración se comprobará de oficio por el área económica de la AETIB. En el caso que se constatare la existencia de deudas pendientes, será motivo de exclusión la participación en esta convocatoria de colaboración.
- Certificado emitido por AENA (Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea) que acredite que la empresa y/o entidad privada en cualquier forma válida en derecho que solicita la colaboración tiene previsto tener un volumen global mínimo del 1 % del total de los vuelos programados nacionales (España) por el

período de operatividad mínima de las rutas directas (excluidos los vuelos interislas en Baleares) descrito en el apartado 1.d) con cada uno de los tres aeropuertos de las Islas Baleares. Por lo tanto, este requisito se deberá cumplir por cada aeropuerto de las Islas Baleares durante el período descrito en el apartado de referencia.

En virtud del Decreto 6/2013, de 8 de febrero, de medidas de simplificación documental de los procedimientos administrativos, las entidades que hayan formado parte de una convocatoria en la AETIB pueden presentar el **ANEXO F** que se adjunta, en el que se debe indicar el número de expediente donde se encuentra la documentación administrativa, siempre que no haya sufrido ninguna modificación o la documentación presentada no haya agotado su vigencia.

### **5.3 Documentación técnica (sobre 2)**

Los solicitantes deberán entregar la siguiente documentación relativa a la parte técnica:

#### **5.3.1 Memoria Técnica:**

Los solicitantes deberán presentar una *Memoria Técnica* de la propuesta, que contenga una descripción detallada de la campaña de co-marketing estratégico que llevarán a cabo. En este caso, la *Memoria Técnica* incluye la *Memoria Económica* dentro de uno de los documentos solicitados (*Óptico*).

Los solicitantes deberán entregar la siguiente documentación relativa a la parte técnica:

<b>Memoria Técnica</b>	<b>FORMATOS de entrega</b>
ANEXO NAC2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Impreso</li> <li>▪ Digital (pdf y word)</li> </ul>

- **Memoria Técnica.** En este documento se describe la campaña a desarrollar. El **ANEXO NAC2** incluye una declaración responsable mediante la cual se declara la veracidad de los datos y la intención del cumplimiento de la campaña según las características señaladas.
- A este anexo se deberán adjuntar:
  - **Campaña propuesta** con una descripción detallada de la propuesta donde se desglosen las acciones a llevar a cabo.

- **Óptico de la campaña.** En este documento debe quedar claramente reflejada su propuesta:
  - Acciones a desarrollar.
  - Medios y soportes de cada acción (solo pueden tener un alcance nacional en el mercado español).
  - Indicar si son medios propios o externos. En el caso de medios externos si son generalistas o especializados y qué porcentaje suponen en relación con la inversión total en los medios externos.
  - Asimismo, se indicará qué importe e inversión del total de la campaña se destina a medios externos (como mínimo un 30 %). Se deberá tomar como referencia el importe de la campaña con el descuento medio ofertado previamente aplicado, impuestos incluidos.
  - Los importes de abono por cada acción (sin descuento y con descuento aplicado).
  - Los importes deberán incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta en la campaña.

Todos los documentos deben estar firmados por el máximo responsable legal de la empresa o entidad que solicita la colaboración.

### 5.3.2 Criterios de valoración:

Los solicitantes deberán entregar el anexo relativo a los *criterios de valoración* debidamente cumplimentado y firmado:

Criterios de valoración	FORMATOS de entrega
ANEXO NAC3	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Impreso</li> <li>▪ Digital (pdf y word)</li> </ul>

- **Criterios de valoración.** En este documento se exponen los criterios de valoración referentes a la campaña propuesta. El **ANEXO NAC3** incluye una declaración responsable mediante la cual se declara la veracidad de los datos y la intención del cumplimiento de la campaña según las características señaladas.

Este documento debe estar firmado por el máximo responsable legal de la empresa o entidad que solicita la colaboración.

La puntuación asignada en cada apartado se detalla en el apartado 18 *Criterios de valoración de las propuestas* de estas bases.

## 6. LUGAR DE PRESENTACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN

Tanto la solicitud como el resto de documentación se debe presentar en el registro físico de la AETIB (Edificio AETIB C/ Rita Levi s/n -Parc Bit- 07121 Palma) o en los lugares previstos en el artículo 16 de la Ley 39/2015.

En el caso de que se envíe por Correos o registros de otras instituciones, se debe enviar el mismo día una copia de la solicitud en la que conste el registro de entrada, y así justificar la fecha de envío de la solicitud dentro del plazo establecido. La dirección de envío es: [juridico@aetib.caib.es](mailto:juridico@aetib.caib.es). En caso de no recibir este justificante en la dirección mencionada en tiempo y forma, la solicitud quedará excluida.

En caso de hacer uso del registro electrónico de la CAIB-AETIB, únicamente se podrá remitir como adjunto la solicitud (**ANEXO NAC1**). El resto de documentación se deberá entregar en dos sobres cerrados en el registro físico de la AETIB. Este permanecerá abierto de 9:00 a 14:00 horas de lunes a viernes, exceptuando festivos.

Sobre este anexo de solicitud (**ANEXO NAC1**) se realizará el registro de entrada; por lo tanto, según el lugar escogido para su entrega, deberá presentarse en un formato impreso (oficinas físicas) o digital (registro electrónico). Cualquier otro documento que se adjunte al registro electrónico no se tendrá en cuenta.

No se aceptarán las solicitudes o la documentación que hayan sido enviadas a través de correo electrónico a cualquiera de las direcciones de correo electrónico de la AETIB.

Las propuestas deberán tener un registro de entrada en la AETIB dentro del plazo establecido para la presentación de solicitudes establecido en el apartado 7 de estas bases. En caso de incumplimiento del plazo, la solicitud quedará excluida.

## 7. PLAZO DE PRESENTACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN

La presente convocatoria para la realización de convenios de colaboración permanecerá abierta desde el día siguiente de la publicación de esta Resolución en el Boletín Oficial de las Islas Baleares (BOIB), **hasta diez días naturales a contar desde el día siguiente a su publicación.**

Fuera de este plazo no se aceptará ninguna otra solicitud.



## 8. FASE ADMINISTRATIVA: REVISIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA

El área jurídica de la AETIB examinará la documentación administrativa correspondiente al sobre número 1.

En el supuesto que sea necesaria la subsanación de algún documento de carácter administrativo, la dirección de la AETIB requerirá a la entidad interesada la documentación administrativa que falte, concediéndole **un plazo máximo de cinco días naturales** para la presentación de la documentación requerida, con la advertencia expresa de que, en caso de no hacerlo así, se considerará desistida y se archivará su solicitud, según lo dispuesto en el artículo 68 de la Ley 39/2015.

El requerimiento de la documentación se realizará por medios electrónicos, quedando constancia en el expediente.

## 9. FASE TÉCNICA: REVISIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN TÉCNICA.

A propuesta de la dirección de la AETIB, el presidente de la AETIB nombrará las siguientes comisiones:

- Comisión técnica: formada por personal de la AETIB: uno o más jefes de área, uno o más técnicos de área, un técnico del área jurídica y un técnico del área económica.
- Comisión ejecutiva: formada por un representante de la dirección de la AETIB y un representante de la entidad que presenta la propuesta.
- Comisión de valoración: formada por la dirección de la AETIB y asistida por la *Comisión técnica* (informe técnico). Solo vigente durante la fase técnica de la convocatoria.

Las entidades o empresas que se presenten a la convocatoria deberán rellenar la documentación técnica requerida.

### 9.1 VALORACIÓN OBJETIVA

Finalizada la revisión de la documentación administrativa de la entidad, la *Comisión técnica* revisará las propuestas técnicas para determinar el cumplimiento o incumplimiento de los requisitos técnicos exigidos en relación con la campaña, de acuerdo con lo establecido en el apartado 4 de estas bases.

La documentación del sobre número 2 (documentación técnica) se valorará con la documentación aportada con la solicitud, siendo posible su **enmienda a requerimiento de la AETIB en un plazo máximo de cinco días naturales** a contar desde la recepción de la solicitud del requerimiento. En caso de falta de subsanación, la AETIB archivará la solicitud.

En ningún caso se podrá enmendar el contenido de la documentación entregada en la fase de solicitud y valoración, a excepción de que la propuesta entregada se vea afectada por las circunstancias que se detallan en el apartado 17 de estas bases.

En caso de que la propuesta entregada presente incongruencias entre los importes o datos en los diferentes anexos, la *Comisión técnica* podrá pedir aclaración para valorar la propuesta entregada. Esto se hará por escrito dejando constancia en el expediente, dando un plazo máximo de tres días naturales para resolver la aclaración. En caso de ser insuficiente prevalecerá el contenido del **Anexo NAC2**.

La valoración objetiva se hará por comparativa entre todas las solicitudes entregadas en la convocatoria. Los criterios de valoración se detallan en el apartado 18 de estas bases.

La *Comisión técnica* realizará un informe que incluya todas las solicitudes entregadas y que deberá contemplar los siguientes aspectos de cada solicitud:

- El cumplimiento o incumplimiento de los requisitos técnicos exigidos en relación con la campaña y las acciones (apartado 4 de las bases). Se propondrán las entidades a desestimar al no cumplir con los requisitos técnicos establecidos en las bases.
- La valoración objetiva: esta se hará exclusivamente sobre los datos contenidos en el **ANEXO NAC3** entregado por el solicitante.
- El importe propuesto por la colaboración en relación con cada solicitante en función del presupuesto total de la convocatoria. El importe propuesto por la AETIB nunca podrá:
  - Superar el importe solicitado en el **ANEXO NAC1**.
  - Superar el 50 % del coste total de la campaña propuesta con el descuento medio ofertado previamente aplicado (impuestos incluidos).

Los datos indicados en la «Memoria Técnica» (**ANEXO NAC2**) y en el anexo de «Criterios de valoración» (**ANEXO NAC3**) serán vinculantes a la firma del convenio y en ningún caso podrán ser modificados por parte del solicitante porque forman parte de su propuesta,

a excepción de los cambios acordados con la *Comisión de valoración* de la AETIB en la fase de valoración. Estos cambios nunca podrán afectar a la puntuación otorgada a la valoración objetiva del **ANEXO NAC3** ni modificarla.

Una vez realizado el informe técnico por parte de la *Comisión técnica*, esta lo elevará a la dirección de la AETIB y a la *Comisión de valoración*.

La *Comisión de valoración* confirmará las propuestas que hayan sido desestimadas y que serán excluidas del procedimiento, y el resto continuarán en la fase de adecuación de las propuestas a los nuevos importes de colaboración propuestos por la AETIB, previa a la firma del convenio.

## 9.2 ADECUACIÓN DE LAS PROPUESTAS A LOS NUEVOS IMPORTES PROPUESTOS

Aquellos solicitantes, cuyas propuestas hayan obtenido un importe para poder realizar una colaboración de co-marketing con la AETIB, deberán someterse a un proceso de adecuación al nuevo importe propuesto por la AETIB por el desarrollo de la campaña que se propone. Este proceso se llevará a cabo por la *Comisión de valoración* y será previo a la formalización del convenio de la colaboración. Por lo tanto, se dará un plazo máximo de cinco días naturales a la entidad solicitante para iniciar este procedimiento que se llevará a cabo en reuniones entre el solicitante y la *Comisión de valoración*.

Algunos de los supuestos serán:

- Que la propuesta económica de la AETIB sea igual al importe solicitado por la campaña propuesta: en este caso no será necesaria la adecuación económica aunque la *Comisión de valoración* sí podrá solicitar al solicitante una adecuación técnica con el fin de ajustarse a las líneas estratégicas de la AETIB.
- Que la propuesta económica de la AETIB sea inferior al importe solicitado por la campaña propuesta: en este caso la AETIB y el solicitante deberán adecuar los importes destinados a las acciones que conforman la campaña publicitaria propuesta desglosada en el **ANEXO NAC2** y el óptico adjunto. Estos cambios nunca podrán afectar a la puntuación otorgada a la valoración objetiva del **ANEXO NAC3** ni modificarla. En caso de que la diferencia entre la cuantía solicitada y la propuesta

por la AETIB haga inviable la adecuación de la propuesta técnica presentada, con resolución preceptiva de la dirección de la AETIB, la entidad solicitante podrá entregar una nueva propuesta que se adecue al nuevo importe propuesto por la AETIB.

- Que la propuesta económica de la AETIB no sea aceptada por la entidad solicitante: en este caso no se realizará la adecuación y se procederá al cierre del expediente. El solicitante deberá entregar por escrito, en un plazo máximo de cinco días naturales a contar desde la última reunión, la renuncia a la solicitud presentada.

En la *Comisión de valoración* se acordarán todos los detalles de la campaña propuesta. Este proceso podría implicar que se solicitara alguna modificación, en la forma o en el precio, de la acción inicial propuesta, para adaptarla a la estrategia de la AETIB, sin que afecte a la puntuación otorgada en el **ANEXO NAC3**. De estos acuerdos se dejará constancia en el expediente.

Asimismo, cualquier comisión podrá solicitar, durante la tramitación técnica, las aclaraciones o modificaciones que estimen necesarias. De estas, se dejará constancia en el expediente.

## **10. FORMALIZACIÓN DE LA COLABORACIÓN Y APORTACIÓN DE LA AETIB**

Una vez concluida esta fase de técnica entre la AETIB y la entidad solicitante de colaboración, la coordinación de las acciones, los términos específicos de uso de las marcas de destino, los logotipos y distintivos, las responsabilidades, la gestión de las acciones y la metodología de trabajo, se establecerán, de mutuo acuerdo entre las partes, mediante convenios de colaboración en modalidad co-marketing estratégico, que se formalizarán con las entidades solicitantes seleccionadas.

Estos convenios deberán firmarse en el plazo máximo de un mes desde la notificación de la aprobación de la colaboración. En caso contrario, la AETIB podrá resolver no llevar a cabo el mencionado convenio. Asimismo, el convenio deberá firmarse antes de iniciar la campaña de co-marketing objeto de la colaboración.

Tal y como se indicará en el convenio, desde el inicio del expediente y hasta su cierre, en cumplimiento de la instrucción interna de la AETIB 2/2020, habrá dos comisiones (*Comisión ejecutiva y Comisión técnica*). En el convenio quedarán claramente expresadas las funciones de cada comisión durante la ejecución y justificación de la colaboración.

Si por causas de operatividad, funcionalidad, estrategia o presupuestarias, la AETIB decidiera no llevar a cabo alguno de los acuerdos suscritos con las entidades solicitantes una vez firmado el convenio, este se resolvería según las condiciones que en él se estipulen.

## 11. JUSTIFICACIÓN DE LA COLABORACIÓN

Una vez realizada la campaña/acción, las compañías aéreas deberán justificar que esta se ha llevado a cabo según la oferta presentada en los anexos entregados en la fase de solicitud incluyendo las posibles modificaciones acordadas en la *Comisión de valoración*.

Se justificará la totalidad de la campaña ejecutada, indicando en la justificación qué parte corresponde a la aportación de cada entidad (entidades solicitantes y AETIB).

La justificación deberá cumplir los requisitos mínimos establecidos en las bases. En caso contrario, no se abonará el importe de la colaboración establecido en el convenio.

En líneas generales, se deberá justificar mediante una **Memoria Justificativa** en relación con la campaña realizada, que se deberá entregar en formato impreso y digital. Esta memoria deberá incluir:

- Documentación que justifique la ejecución de la totalidad de la campaña de acuerdo con la propuesta presentada o las modificaciones acordadas en la fase de adecuación. Se indicará qué parte corresponde a la aportación realizada por cada entidad. Contará con una parte técnica y una económica, que serán definidas en el convenio.
- Óptico de la campaña ejecutada y valoración económica: deberán seguirse las mismas indicaciones establecidas en el apartado 5.3.1 «Memoria Técnica» de estas bases y relativas al óptico de la campaña.  
Además, se deberá justificar que el 30 % de la campaña (importe total impuestos incluidos) se ha llevado a cabo en medios de comunicación externos que no estén vinculados directamente con la entidad solicitante. Los importes deberán incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta en la campaña.
- Cumplir con las Directrices del uso de las marcas de la AETIB. Por ello, deberán entregarse todas las artes finales/creatividades desarrolladas para la campaña, así como fotografías o documentación que justifique la inclusión y el correcto uso de las marcas.

- **ANEXO NAC4: Medición de resultados.** Con el fin de comprobar la efectividad de la campaña publicitaria, la entidad solicitante deberá facilitar un informe acreditativo de acuerdo con los parámetros que se determinen en el **ANEXO NAC4** en relación con la evolución de los siguientes datos:
  - Datos de rutas/vuelos/plazas/pasajeros
  - Datos en relación con la inversión de la campaña realizada

En cada uno de los convenios de colaboración se detallará el contenido y la forma de presentación de la Memoria Justificativa, adaptada a la oferta presentada.

Sin la entrega de la documentación justificativa en tiempo y forma, no se abonará la colaboración.

El plazo máximo de entrega de la documentación justificativa será de **60 días naturales** a contar desde el día siguiente a la fecha de finalización de la campaña y que se concretará en el convenio por cada colaboración.

La aportación de la AETIB se hará efectiva contra factura que se emitirá una vez la Comisión técnica haya conformado la presentación de la documentación justificativa y lo haya comunicado a la entidad colaboradora.

## **12. MATERIAL GENERADO CON LA COLABORACIÓN**

El material generado con la ejecución de la campaña, sin perjuicio de los derechos de autor, se cederá a la AETIB, que podrá hacer uso del mismo cuando lo considere oportuno, siempre que no tenga fines comerciales. Esta cesión se incluirá dentro del convenio y permitirá a la AETIB disponer del material y hacer uso de él.

Asimismo, la entidad colaboradora asume la responsabilidad absoluta sobre la creación y difusión del material generado para el desarrollo de la campaña, exonerando a la AETIB de cualquier posible reclamación que pueda recibir.

## **13. PROTECCIÓN DE DATOS**

De conformidad con la LO 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personales y garantía de derechos digitales, los solicitantes quedan informados y aceptan la incorporación de los datos que faciliten al fichero que cree la AETIB.

Las entidades solicitantes están obligadas al cumplimiento de lo establecido por la LOPD, en relación con los datos personales a los que tenga acceso durante la vigencia de los convenios que se realicen en desarrollo y ejecución de esta convocatoria.

#### **14. CONFIDENCIALIDAD**

Cualquier información confidencial revelada por la AETIB a la entidad con la que se formalicen acciones de co-marketing durante la vigencia de los convenios, se mantendrá con carácter estrictamente confidencial para el receptor, comprometiéndose a utilizar esta información únicamente para la finalidad para la que le fue revelada por el emisor, excepto imperativo legal.

El receptor protegerá la información confidencial del emisor contra cualquier uso no autorizado o revelación a terceros, del mismo modo que protege su información confidencial. El acceso a esta información quedará restringido solo a aquellos empleados de la entidad colaboradora que deban conocerlo para cumplir con el co-marketing.

#### **15. RÉGIMEN JURÍDICO APLICABLE**

Las cuestiones litigiosas que surjan entre las partes relacionadas con los efectos, ejecución y extinción del convenio serán competencia de la jurisdicción contencioso-administrativa. Antes de la interposición de la oportuna demanda deberá interponerse el correspondiente recurso administrativo, de acuerdo con la Ley 3/2003, de 26 de marzo, de régimen jurídico de la Administración de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares.

#### **16. LENGUAS DE USO EN ESTE PROCEDIMIENTO**

Toda la documentación administrativa y técnica que debe presentarse en esta convocatoria tiene que ser en una de las dos lenguas oficiales de la CAIB. Asimismo, el convenio de colaboración que se redactará *a posteriori*, también se redactará en catalán o castellano a elección del colaborador.

En caso de que este desee traducirlo a otro idioma, se hará cargo de los gastos de traducción, y únicamente se utilizará como anexo al convenio, prevaleciendo el documento en el idioma oficial.

## 17. CIRCUNSTANCIAS FORTUITAS Y/O DE FUERZA MAYOR

Dadas las circunstancias a nivel mundial que se van produciendo en los últimos meses, se establecen los siguientes casos y sus procedimientos de aplicación, si es el caso:

- *Circunstancias fortuitas*: son aquellos hechos que no se han podido prever o que, previstos, sean inevitables.
- *Fuerza mayor*: la generación de esta circunstancia imprevisible o inevitable supone la alteración de las condiciones de la obligación.

De acuerdo con lo que dispone el artículo 1105 del Código Civil, fuera de los casos expresamente mencionados en la ley, nadie responderá de aquellos sucesos que no se hayan podido prever o que, previstos, fuesen inevitables.

Dentro de estos supuestos referidos a circunstancias fortuitas y/o de fuerza mayor se incluyen alertas sanitarias, pandemias, cierres de espacios aéreos, cierre de fronteras y/o libre tráfico de personas y mercancías, declaraciones de estado de alarma, emergencia o análogos, atentados terroristas, desastres naturales, entre otros de similares características.

A continuación se determinan los procedimientos a seguir en caso de que la convocatoria o el desarrollo del convenio se vean afectados por una circunstancia fortuita y/o de fuerza mayor.

Las posibles modificaciones se deberán consensuar entre ambas partes y quedarán reflejadas en el informe de valoración o en la adenda al convenio, según corresponda.

**A. Durante los procedimientos de solicitud y valoración de la propuesta (antes de la firma del convenio):** en caso de que, por circunstancias que se detallan en este punto, la solicitud y/o propuesta presentadas resulten afectadas, la entidad solicitante podrá solicitar hacer modificaciones en el contenido de la propuesta entregada, aunque el importe solicitado a la AETIB no se podrá modificar al alza.

**B. Durante la ejecución del convenio (después de la firma del convenio):**



**B.1.** En caso de que, por circunstancias que se detallan en el apartado 17 de estas bases, las cláusulas resultasen afectadas, se podrá acordar una de las siguientes acciones:

1. Replanificar la campaña para unas nuevas fechas de ejecución dentro de los márgenes establecidos en la convocatoria (hasta 31/12/2021).
2. Replanificar el contenido de la temporada que se promociona con la campaña dentro de los márgenes establecidos en la convocatoria (hasta 31/12/2021).
3. Sustituir acciones por otras de coste similar.

Solo en estos casos se podrá mantener la misma colaboración económica por parte de la AETIB. En caso de no poder optar por ninguna de las opciones expuestas, se abonará la parte proporcional de la campaña realmente ejecutada hasta la fecha de solicitud de la replanificación.

**B.2.** En el caso de que la entidad solicitante dejase de operar la(s) ruta(s) antes de finalizar el período mínimo establecido en el apartado 1.d) de estas bases y siempre que sea uno de los supuestos recogidos dentro del apartado 17.

**B.3.** En el caso de que se declarase nuevamente el estado de alarma en el territorio español o en el término análogo al territorio del aeropuerto de origen y/o se restringiesen los desplazamientos hacia las Islas Baleares o desde el aeropuerto de origen.

**B.4.** En el caso de cualquier otra causa que afectase la correcta ejecución y/o mantenimiento de la(s) ruta(s) que se promocionan en la campaña.

En los casos **B.2**, **B.3** y **B.4**, siempre que se justifique de forma suficiente, se podrá acordar entre las partes una de las siguientes acciones:

1. Suspensión definitiva: se procederá a suspender el convenio y la AETIB solo abonará la parte correspondiente a la campaña efectivamente ejecutada. Esta deberá ser justificada por la entidad solicitante según las condiciones establecidas en el convenio para cada acción y cumplir con los requisitos establecidos en la convocatoria.
2. Suspensión temporal: se procederá a replanificar la campaña dentro de los márgenes establecidos en la convocatoria (hasta 31/12/2021). Confirmada la fecha de restablecimiento/apertura de la ruta/las rutas/el mercado, se procederá a la replanificación. Una vez finalizada la campaña, esta será

abonada en su totalidad, siempre que se justifique según las condiciones establecidas en el convenio para cada acción, y cumpla con los requisitos establecidos en la convocatoria.

Las modificaciones que se hagan en el convenio siempre deberán tener en cuenta el cumplimiento de los requisitos establecidos en las bases de la convocatoria.

## 18. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS PROPUESTAS

La valoración de las propuestas será objetiva y la llevará a cabo la *Comisión técnica*. Se hará por comparativa entre todas las solicitudes entregadas en la convocatoria.

Las entidades que se presenten deberán cumplimentar el **ANEXO NAC3** relativo a los criterios de valoración que se describe a continuación.

Este **ANEXO NAC3** se divide en partes con la siguiente valoración de la puntuación para cada una de ellas:

APARTADO	CRITERIOS GENERALES	PUNTUACIÓN
NAC3.A	Características de la conectividad que ofrece el solicitante con las Islas Baleares durante el período de operatividad mínima establecido en el apartado 1.d) de las bases.	50 puntos
NAC3.B	Campaña publicitaria para incrementar el volumen de turistas que visitan las Islas Baleares desde el mercado nacional (excluidos los vuelos interislas en Baleares).	50 puntos

Por lo tanto, la *Comisión técnica* puntuará las propuestas como máximo con **100 puntos**.

**18.1. ANEXO NAC3. A:** características de la conectividad que ofrece el solicitante con las Islas Baleares durante el período de operatividad mínima establecido en el apartado 1.d) de las bases.

Los datos facilitados por las entidades solicitantes y sobre los que se hará la valoración deberán tener en cuenta:

- Contabilizarán, únicamente, la globalidad de las rutas/los vuelos directos previstos entre cualquier aeropuerto del mercado nacional (excluidos los

aeropuertos de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares, CAIB) como aeropuertos de origen y los tres aeropuertos de las Islas Baleares como aeropuertos de destino.

- Para garantizar la coherencia comparativa entre las diferentes propuestas se establece que el período para extraer los datos que se valorarán en este apartado será el mismo que el período de operatividad mínima establecido en el apartado 1.d) de las bases (en adelante «POM»).
- Los datos facilitados se elaborarán a partir de las programaciones que las compañías tengan previstas a fecha de entrega de la documentación técnica y que, por tanto, se entienden como estimaciones.
- Se define como **RUTA AÉREA** el trayecto de un vuelo desde el aeropuerto de origen hasta el aeropuerto de destino. En este caso concreto, las rutas que se describen siempre serán de vuelos directos entre el aeropuerto de origen y el de destino, es decir, sin escalas.
- Se define como **MERCADO NACIONAL** aquel que afecte al territorio del Estado español. En este caso concreto, se excluyen los aeropuertos de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares como aeropuertos de origen, por lo que quedan excluidos los vuelos interislas.
- Las rutas/los vuelos con código compartido solo se contabilizarán una vez.
- Los datos indicados por el solicitante serán en número entero.

Los subcriterios a valorar son:

	SUBCRITERIOS TIPO A	PUNTUACIÓN MÁXIMA
A1.	Número total de rutas directas previstas durante el POM	10 puntos
A2.	Número total de rutas directas nuevas previstas durante el POM en relación con el mes de junio de 2021	10 puntos
A3.	Número total de vuelos directos previstos durante el POM	20 puntos

A4.	Número total de plazas que se prevé comercializar para los vuelos previstos de rutas directas durante el POM	10 puntos
	<b>TOTAL</b>	<b>50 puntos</b>

#### A1. Número total de rutas directas previstas durante el POM

El solicitante indicará en el **ANEXO NAC3**, el número total de rutas directas previstas entre cualquier aeropuerto del mercado nacional (excluidos aeropuertos CAIB) y los tres aeropuertos de las Islas Baleares durante el período de operatividad mínima establecido en el apartado 1.d) de las bases (POM).

Según la definición de ruta aérea, cada combinación se contabilizará solo una vez: aeropuerto de origen – aeropuerto de destino de las Islas Baleares. Asimismo, se deberá adjuntar un listado indicando los aeropuertos de origen y destino.

La ponderación del subcriterio se realizará respecto de la mejor propuesta presentada por las entidades solicitantes. Por lo tanto, la mejor propuesta presentada obtendrá la máxima puntuación, y el resto de forma proporcional con relación a la puntuación obtenida para cada subcriterio. Solo se tendrán en cuenta los dos primeros decimales, redondeando al alza en caso de que el tercer dígito sea igual o superior a 5.

Como máximo, para este subcriterio se podrán obtener **10 puntos**.

#### A2. Número total de rutas directas nuevas previstas durante el POM en relación con el mes de junio de 2021

El solicitante indicará en el **ANEXO NAC3** el número total de nuevas rutas directas previstas entre cualquier aeropuerto del mercado nacional (excluidos aeropuertos CAIB) y los tres aeropuertos de las Islas Baleares durante el período de operatividad mínima establecido en el apartado 1.d) de las bases (POM) en relación con el mes de junio de 2021.

En caso de que el número total de nuevas rutas directas existentes durante el POM sea igual o inferior a las rutas ya existentes en el mes de junio de 2021 se otorgarán 0 puntos.

La ponderación del subcriterio se realizará respecto de la mejor propuesta presentada por las entidades solicitantes. Por lo tanto, la mejor propuesta presentada obtendrá la

máxima puntuación, y el resto de forma proporcional con relación a la puntuación obtenida para cada subcriterio. Solo se tendrán en cuenta los dos primeros decimales, redondeando al alza en caso de que el tercer dígito sea igual o superior a 5.

Como máximo, para este subcriterio se podrán obtener **10 puntos**.

#### A3. Número total de vuelos directos previstos durante el POM

El solicitante indicará en el **ANEXO NAC3**, el número total de vuelos directos en relación con las rutas indicadas en el subcriterio A.1.

La ponderación del subcriterio se realizará respecto de la mejor propuesta presentada por las entidades solicitantes. Por lo tanto, la mejor propuesta presentada obtendrá la máxima puntuación, y el resto de forma proporcional con relación a la puntuación obtenida para cada subcriterio. Solo se tendrán en cuenta los dos primeros decimales, redondeando al alza en caso de que el tercer dígito sea igual o superior a 5.

Como máximo, para este subcriterio se podrán obtener **20 puntos**.

#### A4. Número total de plazas que se prevé comercializar para los vuelos previstos de rutas directas durante el POM

El solicitante indicará en el **ANEXO NAC3**, el número total de plazas que se prevé comercializar en relación con los vuelos indicados en el subcriterio A.3.

La ponderación del subcriterio se realizará respecto de la mejor propuesta presentada por las entidades solicitantes. Por lo tanto, la mejor propuesta presentada obtendrá la máxima puntuación, y el resto de forma proporcional con relación a la puntuación obtenida para cada subcriterio. Solo se tendrán en cuenta los dos primeros decimales, redondeando al alza en caso de que el tercer dígito sea igual o superior a 5.

Como máximo, para este subcriterio se podrán obtener **10 puntos**.

### **18.2. ANEXO NAC3. B: Campaña publicitaria para incrementar el volumen de turistas que visitan las Islas Baleares desde el mercado nacional (excluidos los vuelos interislas en Baleares).**

Los subcriterios a valorar son:

	SUBCRITERIOS TIPO B	PUNTUACIÓN
--	---------------------	------------

		MÁXIMA
B1.	<b>MEDIOS PROPIOS</b>	
1.a)	Valor económico de la campaña propuesta: descuento medio ofertado por el solicitante en medios propios expresado en porcentaje	5 puntos
1.b)	Tipología de medios de comunicación propios propuestos	10 puntos
B2.	<b>MEDIOS EXTERNOS</b>	
2.a)	Valor económico de la campaña propuesta: descuento medio ofertado por el solicitante en medios externos expresado en porcentaje	10 puntos
2.b)	Tipología de medios externos propuestos	25 puntos
	<b>TOTAL</b>	<b>50 puntos</b>

### **B1. Medios propios**

1.a) Valor económico de la campaña propuesta: descuento medio ofertado por el solicitante en medios propios expresado en porcentaje: (impuestos incluidos)

El solicitante indicará en el **ANEXO NAC3**, el descuento medio ofertado a la AETIB en la parte de la campaña correspondiente a medios de comunicación propios, expresado en porcentaje. No se tendrán en cuenta los decimales y, por lo tanto, la oferta será un número entero.

Como máximo se podrá seleccionar un ítem por cada descuento ofertado. La puntuación del subcriterio es la siguiente:

DESCUENTO MEDIO OFERTADO EN <u>MEDIOS PROPIOS</u>	PUNTUACIÓN
0 % - 10 %	0,5
11 % - 20 %	1
21 % - 40 %	2

41 % - 60 %	3
61 % - 80 %	4
81 % - 100 %	5

Como máximo, para este subcriterio se podrán obtener **5 puntos**.

1.B) Tipología de los medios de comunicación propios propuestos:

Indicar con una X en el **ANEXO NAC3**, la tipología de la acción de co-marketing estratégico propuesta en medios de comunicación propios. Se podrá indicar el número de ítems que sean necesarios para describir la campaña. Solo se puntuarán aquellas acciones que no se hayan descrito como acción requisito en el ANEXO NAC2.

La puntuación del subcriterio es la siguiente:

MEDIO PROPIO	CONTENIDO	PUNTUACIÓN NO PONDERADA
Televisión <i>inflight</i>	anuncio	8
	publirreportaje	10
Medios impresos <i>inflight</i>	anuncio	1
	publirreportaje	2
Material promocional impreso	anuncio	1
	publirreportaje	2
Web propia o del grupo	anuncio	3
	publirreportaje	6
Mailing a los contactos del mercado	anuncio	2
	publirreportaje	4
Microsite	publirreportaje	2
Soportes físicos exteriores: vallas, opis, mupis o similares	anuncio	6
Soportes físicos interiores: <i>roll-up</i> , lona, tótem o similares	anuncio	3
Rotulación avión	anuncio	6
Redes sociales propias	<i>post</i>	3
	anuncio	6

Redes sociales propias – sorteos y concursos	anuncio	8
Presentaciones (AV, touroperadores, prensa)	-	9
Eventos (organizados por la propia entidad solicitante o grupo al que pertenece)	-	10
Street Marketing – Acciones público final	-	8

Las acciones que no se puedan clasificar dentro de este punto no obtendrán puntuación objetiva.

La puntuación máxima no ponderada para la valoración de la campaña en medios propios es de 100 puntos. Por lo tanto, la puntuación obtenida se deberá recalcular de forma proporcional con relación a la puntuación máxima asignada para este subcriterio con respecto a la distribución global del anexo:

Puntuación para el subcriterio: (Puntuación obtenida \* puntuación máxima del subcriterio)

100

Solo se tendrán en cuenta los dos primeros decimales, redondeando al alza en caso de que el tercer dígito sea igual o superior a 5.

Como máximo, para este subcriterio se podrán obtener **10 puntos**.

## **B2. Medios externos**

2.A) Valor económico de la campaña propuesta: descuento medio ofertado por el solicitante en medios externos expresado en porcentaje: (impuestos incluidos)

El solicitante indicará en el **ANEXO NAC3** el descuento medio ofertado a la AETIB en la parte de la campaña correspondiente a medios de comunicación externos, expresado en porcentaje. No se tendrán en cuenta los decimales y, por lo tanto, la oferta será un número entero.

Como máximo se podrá seleccionar un ítem por cada descuento ofertado. La puntuación del subcriterio es la siguiente:



DESCUENTO MEDIO OFERTADO EN MEDIOS EXTERNOS	PUNTUACIÓN
0 % - 10 %	1
11 % - 20 %	2
21 % - 40 %	4
41 % - 60 %	6
61 % - 80 %	8
81 % - 100 %	10

Como máximo, para este subcriterio se

podrán obtener **10 puntos**.

#### 2.b) Tipología de los medios de comunicación externos propuestos:

Indicar con una X en el **ANEXO NAC3** la tipología de la acción de co-marketing estratégico propuesta en medios de comunicación externos. Se podrá indicar el número de ítems que sean necesarios para describir la campaña. Solo se puntuarán aquellas acciones que no se hayan descrito como acción requisito en el ANEXO NAC2.

Los soportes propuestos tendrán que cumplir los siguientes requisitos mínimos:

- Soportes con alcance geográfico nacional (mercado español). Quedan excluidos los soportes locales y regionales.
- La inversión en soportes de comunicación de carácter generalista podrá ser como máximo del 50 % del total de la campaña propuesta en medios externos.

La puntuación del subcriterio es la siguiente:

MEDIO EXTERNO	ÁMBITO	PUNTUACIÓN
Televisión	Nacional	24
Radio	Nacional	12
Medios impresos externos	Nacional	6
Medios <i>online</i> externos	Nacional	8
Soportes físicos exteriores: vallas, opis, mupis o similares	Mercado	6
Soportes físicos interiores: <i>roll-up</i> , lona, tótem o	Mercado	2

similares		
Medios de transporte	Mercado	12
Redes Sociales – <i>post</i> en redes de <i>influencers</i>	Universal	8
Redes Sociales – sorteos y concursos en redes de <i>influencers</i>	Universal	10
Eventos organizados por otras entidades	Mercado	12

Las acciones que no se puedan clasificar dentro de este punto, no obtendrán puntuación objetiva y solo serán valoradas en la parte subjetiva.

La puntuación máxima no ponderada para la valoración de la campaña en medios externos es de 100 puntos. Por lo tanto, la puntuación obtenida se deberá recalcular de forma proporcional con relación a la puntuación máxima asignada para este subcriterio con respecto a la distribución global del anexo:

Puntuación para el subcriterio: (Puntuación obtenida \* puntuación máxima del subcriterio)

100

Solo se tendrán en cuenta los dos primeros decimales, redondeando al alza en caso de que el tercer dígito sea igual o superior a 5.

Como máximo, para este subcriterio se podrán obtener **25 puntos**.

La *Comisión de valoración* realizará un informe donde se detalle la puntuación obtenida en cada uno de los apartados del **ANEXO NAC2** que se adjuntará al expediente.

### **18.3. CÁLCULO DEL NUEVO IMPORTE PROPUESTO POR LA AETIB EN RELACIÓN CON LA CAMPAÑA PROPUESTA POR EL SOLICITANTE**

**18.3.1** La mejor propuesta será la que obtenga la mayor puntuación, alcanzando el 100% del importe solicitado, siempre teniendo en cuenta las limitaciones del apartado 18.3.3.

**18.3.2** El crédito disponible, correspondiente al crédito inicial menos el importe de la mejor propuesta, se repartirá entre el resto de propuestas de manera proporcional a la puntuación obtenida y ponderada para cada una de ellas, es decir, recalculando los

porcentajes de las puntuaciones obtenidas del resto de propuestas (sin tener en cuenta la primera) y ponderando estas sobre el 100%.

Este cálculo se realizará siguiendo los siguientes pasos:

- Se ponderan las puntuaciones obtenidas por la segunda y siguientes propuestas sobre 100%, es decir, la puntuación de cada una de las propuestas se dividirá entre el sumatorio de las puntuaciones obtenidas (exceptuando la puntuación de la mejor propuesta).
- Se aplica el porcentaje resultante al crédito disponible.

En caso de que el importe resultante para una de las propuestas sea superior al importe solicitado, dado que se aplicarán las limitaciones establecidas en el apartado 18.3.3., el sobrante (importe resultante menos importe solicitado) se volverá a incluir en el crédito disponible y se volverá a ponderar la puntuación obtenida entre el resto de propuestas, con el fin de repartir el crédito disponible de forma proporcional a las puntuaciones obtenidas. Y así sucesivamente hasta repartir el total del crédito entre todas las propuestas.

**18.3.3** En todos los casos se tendrán en cuenta las siguientes limitaciones:

- La aportación del AETIB no puede superar el total del importe solicitado.
- La aportación del AETIB será, como máximo, del 50% del valor -expresada en euros de la campaña propuesta (impuestos y comisión de agencia incluidos).
- El límite máximo de colaboración por campaña es de 1.500.000 €

#### **Resumen de los ANEXOS de la convocatoria:**

ANEXO NAC1 Solicitud de co-marketing estratégico

ANEXO NAC2 Memoria Técnica

ANEXO NAC3 Criterios de valoración

ANEXO NAC4 Medición de resultados

ANEXO NAC5 Directrices del uso de las marcas de la AETIB

ANEXO F Localización del expediente en la AETIB



## ANEXO NAC1

### **CO-MARKETING ESTRATÉGICO MERCADO NACIONAL: Formulario de solicitud**

Nombre comercial de la compañía aérea solicitante:

Nombre fiscal de la compañía solicitante:

CIF:

Dirección:

País:

Teléfono:

Correo electrónico:

***Representante legal de la entidad solicitante:***

Nombre y apellidos:

DNI:

Cargo:

***Persona de contacto:***

Nombre y apellidos:

Teléfono:

Cargo:

Correo electrónico:

**Nombre de la campaña:**

--

**Fechas de la campaña que se propone:**

<i>Fechas de ejecución de la campaña</i>	
<i>Fecha de inicio</i>	<i>Fecha de finalización</i>

**Cuantías y descuentos de la campaña que se propone:** *(impuestos incluidos)*

Importe total de la campaña que se propone*	€
Descuento medio ofertado por el solicitante expresado en porcentaje	%
Importe definitivo para la campaña propuesta, resultante de aplicar el descuento medio ofertado	€
Importe solicitado a la AETIB para la realización de la campaña propuesta**	€
Porcentaje del importe solicitado a la AETIB en relación con el importe definitivo de la campaña	%
Aportación de la compañía aérea a la campaña	€

*\*Quedan excluidos todos los gastos generados por la campaña propuesta (planificación, producción, creatividad y ejecución, entre otros).*

*\*\*Los solicitantes deberán indicar el importe ajustándose a los máximos indicados en el apartado 2 de estas bases y siempre teniendo en cuenta que se deberá tomar como referencia el importe de la campaña con el descuento medio ofertado ya aplicado.*

*Los importes deberán incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta en la campaña.*

En esta solicitud:

- En caso de registro físico: se adjuntan dos sobres
- En el caso de registro electrónico: se entregarán dos sobres en las oficinas de la AETIB (en un plazo máximo de 10 días naturales desde la fecha de registro)

Los sobres contienen:

- **Sobre 1:** documentación administrativa
- **Sobre 2:** documentación técnica

Y para que conste, ante la Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares (AETIB), expido y firmo esta solicitud.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

(Firma y sello de la entidad)

A LA ATENCIÓN DEL PRESIDENTE DE LA AETIB

## ANEXO NAC2

### **CO-MARKETING ESTRATÉGICO MERCADO NACIONAL: Memoria Técnica**

**Nombre comercial de la compañía aérea solicitante:**

**Nombre de la campaña:**

#### **DATOS TÉCNICOS DE LA PROPUESTA**

*(Deben coincidir con el anexo NAC1 – solicitud)*

*En caso de contradicción entre ambos anexos, se solicitará aclaración. En caso de ser insuficiente, prevalecerá el contenido del anexo NAC2.*

#### **1. Fechas de la campaña que se propone:**

Fechas de ejecución de la campaña	
Fecha de inicio	Fecha de finalización

#### **2. Segmentos Estratégicos Turísticos -SET- [producto(s)] vinculados mediante experiencias a la idea creativa de la campaña que se propone:** *(Indicar con X como máximo dos ítems)*

- ☐ Deportes
- ☐ Cultura
- ☐ Gastronomía

- ☐ Turismo Activo
- ☐ Ecoturismo
- ☐ Lujo

- ☐ Salud y Bienestar
- ☐ MICE
- ☐ Costa y litoral/Sol y playa

#### **3. Campaña propuesta con una descripción detallada de la propuesta donde se desglosen las acciones a llevar a cabo:** *(indicar con X)*

☐ Se adjuntará a este anexo el documento referido a la **campaña propuesta**

La campaña propuesta debe adjuntarse a este documento para su valoración técnica. Si no se entrega, no se podrá valorar la campaña propuesta.

#### **3.1 Líneas generales de la propuesta (explicar brevemente):**

## ANEXO NAC2

### **3.2 Describir la acción requisito de la convocatoria que debe estar incluida en la campaña propuesta, tal como se detalla en el apartado 4.3 de las bases:** *(Indicar con X)*

- ☐ Acciones de street marketing  
☐ Acciones de Relaciones Públicas

*Se deberá indicar el nombre de la ciudad donde vaya a realizarse la acción y la localización de las acciones, con la mayor exactitud posible. En caso de no disponer de vuelos directos en ninguna de las ciudades propuestas, la entidad solicitante podrá proponer la ciudad que disponga de más conexiones semanales con las Islas Baleares. Este hecho deberá acreditar a la solicitud dentro del anexo correspondiente al ANEXO NAC2.*

☐ Se adjuntará declaración responsable que detalle esta circunstancia así como el listado de rutas, frecuencias y número de vuelos entre el aeropuerto de origen y destino.

### **4. Óptico de la campaña donde, como mínimo, se detalle la audiencia, tirada y número de impresiones oyentes de los medios propuestos, así como los datos de cobertura.** *(Indicar con X)*

☐ Se adjuntará a este documento el **óptico** de la campaña propuesta según las indicaciones establecidas en las bases de la convocatoria

En este documento debe quedar claramente reflejada su propuesta:

- Acciones a desarrollar.
- Medios y soportes de cada acción (solo pueden tener un alcance nacional en el mercado español)
- Indicar si son medios propios o externos. En el caso de medios externos, si son generalistas o especializados y qué porcentaje suponen en relación con la inversión total en los medios externos.
- Asimismo, se indicará qué importe e inversión del total de la campaña se destina a medios externos (como mínimo un 30 %). Se deberá tomar como referencia el importe de la campaña con el descuento medio ofertado previamente aplicado, impuestos incluidos.
- Los importes de abono por cada acción (sin descuento y con descuento aplicado).
- Los importes deberán incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta en la campaña.

El óptico se adjuntará a este documento para su valoración técnica. Si no se entrega, no se podrá valorar la campaña propuesta.

**5. Importe y porcentaje de la campaña destinado a medios externos que no estén vinculados directamente con la entidad solicitante o con el grupo empresarial al que pertenece.** Las campañas propuestas deberán tener una inversión mínima del 30 % del total de la campaña (impuestos incluidos) en medios externos que no estén vinculados directamente con la entidad solicitante o con el grupo empresarial al que pertenece. Los importes deberán incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta en la campaña. Se calculará a partir del importe de la campaña con el descuento medio ofertado previamente aplicado.

Importe	€	Porcentaje	%
---------	---	------------	---

## ANEXO NAC2

### **6. Cuantías y descuentos de la campaña que se propone:** *(impuestos incluidos)*

Importe total de la campaña que se propone*	€
Descuento medio ofertado por el solicitante expresado en porcentaje	%
Importe definitivo para la campaña, resultante de aplicar el descuento medio ofertado	€
Importe solicitado a la AETIB para la realización de la campaña propuesta**	€
Porcentaje del importe solicitado a la AETIB en relación con el importe definitivo de la campaña	%
Aportación de la compañía aérea a la campaña	€

*\*Quedan excluidos todos los gastos generados por la campaña propuesta (planificación, producción, creatividad y ejecución, entre otros).*

*\*\*Los solicitantes deberán indicar el importe siguiendo los máximos indicados en el apartado 2 de las bases y siempre teniendo en cuenta que se deberá tomar como referencia el importe de la campaña con el descuento medio ofertado previamente aplicado.*

*Los importes deberán incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta en la campaña.*

**Toda la documentación adjunta a este anexo debe estar firmada por el máximo responsable legal de la empresa o entidad que solicita la colaboración.**

### **DECLARACIÓN RESPONSABLE:**

Declaro que todos los datos contenidos en este documento y la documentación adjunta, referidas a la memoria técnica, son ciertas, y que se prevé ejecutar esta campaña en el tiempo y la forma indicados.

### **Además, se declara de manera responsable que:**

1. Que la entidad solicitante opera rutas de vuelos directos a los tres aeropuertos de las Islas Baleares desde el territorio nacional (excluidos los vuelos interislas en Baleares) dentro del período de operatividad de las rutas establecido en el apartado 1.d). de las bases (POM).

2. Las rutas/los vuelos que se propone publicitar con la campaña son vuelos directos desde el mercado español (aeropuertos de origen) a los tres aeropuertos de las Islas Baleares (aeropuertos de destino) y cumplen con los requisitos establecidos en las bases para el período de operatividad mínima establecido en el apartado 1.d) de las bases (POM). Quedan excluidos los aeropuertos de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares como aeropuertos de origen.

3. Esta propuesta cumple con todos los requisitos señalados en las bases de la convocatoria.

Y para que conste y a los efectos oportunos, ante la Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares (AETIB), firmo este documento.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

Nombre del representante legal de la entidad: (firma y sello de la entidad)

DNI:



## ANEXO NAC3

### **CO-MARKETING ESTRATÉGICO MERCADO NACIONAL: Criterios de valoración**

**Nombre comercial de la compañía aérea solicitante:**

**Nombre de la campaña:**

--

**A. Características de la conectividad que ofrece el solicitante con las Islas Baleares durante el período de operatividad mínima establecido en el apartado 1.d) de las bases (previsión de datos).**

**A1. Número total de rutas directas previstas durante el POM**

Número total de rutas directas	
--------------------------------	--

☐ Adjuntar un listado indicando los aeropuertos de origen y destino.

**A2. Número total de rutas directas nuevas previstas durante el POM en relación con el mes de junio de 2021**

Número total de nuevas rutas directas	
---------------------------------------	--

**A3. Número total de vuelos directos previstos durante el POM**

Número total de vuelos directos	
---------------------------------	--

**A4. Número total de plazas que se prevé comercializar para los vuelos previstos de rutas directas durante el POM**

Número total de plazas que se prevé comercializar para los vuelos	
---	--

**B. Campaña publicitaria para incrementar el volumen de turistas que visitan las Islas Baleares desde el mercado nacional (excluidos los vuelos interislas en Baleares).**

**1.a) Valor económico de la campaña propuesta: descuento medio ofertado por el solicitante en medios propios expresados en porcentaje: (impuestos incluidos) (indicar con X) Como máximo se podrá seleccionar un ítem**

Indicar el descuento medio ofertado a la AETIB en la parte de la campaña correspondiente a medios de comunicación propios, expresado en porcentaje. No se tendrán en cuenta los decimales y, por lo tanto, la oferta será un número entero.

0 % - 10 %	
11 % - 20 %	
21 % - 40 %	
41 % - 60 %	
61 % - 80 %	
81 % - 100 %	

## ANEXO NAC3

### **1.B) Tipología de los medios de comunicación propios propuestos:** *(indicar con X)*

*Se podrá indicar el número de ítems que sean necesarios para describir la campaña*

Indicar la tipología de la acción de co-marketing estratégico propuesta en medios propios. Solo se puntuarán aquellas acciones que no se hayan descrito como acción requisito en el ANEXO NAC2.

MEDIO PROPIO	CONTENIDO	INDICAR CON X
Televisión <i>inflight</i>	anuncio	
	publirreportaje	
Medios impresos <i>inflight</i>	anuncio	
	publirreportaje	
Material promocional impreso	anuncio	
	publirreportaje	
Web propia o del grupo	anuncio	
	publirreportaje	
Mailing a los contactos del mercado	anuncio	
	publirreportaje	
Microsite	publirreportaje	
Soportes físicos exteriores: vallas, opis, mupis o similares	anuncio	
Soportes físicos interiores: <i>roll-up</i> , lona, tótem o similares	anuncio	
Rotulación avión	anuncio	
Redes sociales propias	<i>post</i>	
	anuncio	
Redes sociales propias – sorteos y concursos	anuncio	
Presentaciones (AV, touroperadores, prensa)	-	
Eventos (organizados por la propia entidad solicitante o grupo al que pertenece)	-	
Street Marketing – Acciones público final	-	

### **2.a) Valor económico de la campaña propuesta: descuento medio ofertado por el solicitante en medios externos expresado en porcentaje: (impuestos incluidos)** *(indicar con X) Como máximo se podrá seleccionar un ítem*

Indicar el descuento medio ofertado a la AETIB en la parte de la campaña correspondiente a medios de comunicación externos, expresado en porcentaje. No se tendrán en cuenta los decimales y, por lo tanto, la oferta será un número entero.

0 % - 10 %	
11 % - 20 %	
21 % - 40 %	

## **ANEXO NAC3**

41 % - 60 %	
61 % - 80 %	
81 % - 100 %	

### **2.b) Tipología de los medios de comunicación externos propuestos:** *(indicar con X)*

*Se podrá indicar el número de ítems que sean necesarios para describir la campaña*

Indicar la tipología de la acción de co-marketing estratégico propuesta en medios externos. Solo se puntuarán aquellas acciones que no se hayan descrito como acción requisito en el ANEXO NAC2.

MEDIO EXTERNO	ÁMBITO	INDICAR CON X
Televisión	Nacional	
Radio	Nacional	
Medios impresos externos	Nacional	
Medios <i>online</i> externos	Nacional	
Soportes físicos exteriores: vallas, opis, mupis o similares	Mercado	
Suportes físicos interiores: roll-up, lona, tótem o similares	Mercado	
Medios de transporte	Mercado	
Redes Sociales – <i>post</i> en redes de <i>influencers</i>	Universal	
Redes Sociales – sorteos y concursos en redes de <i>influencers</i>	Universal	
Eventos organizados por otras entidades	Mercado	

### **DECLARACIÓN RESPONSABLE:**

Declaro que todos los datos contenidos en este documento en referencia a los criterios de valoración relativos a la propuesta técnica son ciertos, y que se prevé ejecutar esta campaña en el tiempo y la forma indicados.

Y para que conste y a los efectos oportunos, ante la Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares (AETIB), firmo este documento.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

Nombre del representante legal de la entidad: (firma y sello de la entidad)

DNI:

## ANEXO NAC4

### **CO-MARKETING ESTRATÉGICO MERCADO NACIONAL: Medición de resultados**

**Nombre comercial de la compañía aérea solicitante:**

**Nombre de la campaña:**

#### **1. Datos de la campaña que se tiene que llevar a cabo**

<i>Fechas de ejecución de la campaña</i>	
<i>Fecha de inicio</i>	<i>Fecha de finalización</i>

#### **2. Datos relativos a la conectividad aérea que se ha publicitado con la campaña**

*Datos existentes que corresponden a la realidad efectiva.*

<b>2.1 Número total de rutas directas <u>existentes</u> durante el POM</b>	
<b>AEROPUERTO</b>	<b>Número de rutas</b>
MALLORCA	
MENORCA	
IBIZA	
TOTAL	

<b>2.2 Número total de nuevas rutas directas <u>existentes</u> durante el POM en relación con el mes de junio de 2021</b>	
<b>AEROPUERTO</b>	<b>Número de rutas</b>
MALLORCA	
MENORCA	
IBIZA	
TOTAL	

<b>2.3 Número total de vuelos directos <u>existentes</u> durante el POM</b>	
<b>AEROPUERTO</b>	<b>Número de rutas</b>
MALLORCA	
MENORCA	
IBIZA	
TOTAL	

<b>2.4 Número total de plazas <u>comercializadas</u> para los vuelos previstos de rutas directas durante el POM</b>	
<b>AEROPUERTO</b>	<b>Número de rutas</b>
MALLORCA	
MENORCA	

## ANEXO NAC4

IBIZA	
TOTAL	

<b>2.5 Número total de pasajeros <u>transportados</u> para los vuelos <u>existentes</u> de rutas directas durante el POM</b>	
<b>AEROPUERTO</b>	<b>Número de rutas</b>
MALLORCA	
MENORCA	
IBIZA	
TOTAL	

### **3. Campaña de co-marketing estratégico con datos:** *(impuestos incluidos)*

Importe total de la inversión publicitaria en medios propios de la entidad solicitante		€
	Televisión <i>inflight</i>	€
	Medios impresos <i>inflight</i>	€
	Material promocional impreso	€
	Web propia o del grupo	€
	<i>Mailing</i> a los contactos del mercado	€
	<i>Microsite</i>	€
	Soportes físicos exteriores: vallas, opis, mupis o similares	€
	Soportes físicos interiores: <i>roll-up</i> , lona, tótem o similares	€
	Rotulación avión	€
	Redes sociales propias	€
	Redes sociales propias – sorteos y concursos	€
	Presentaciones (AV, touroperadores, prensa)	€
	Eventos (organizados por la propia entidad solicitante o grupo al que pertenece)	€
	<i>Street Marketing</i> – Acciones público final	€
Importe total de la inversión publicitaria en medios externos de la entidad solicitante		€
	Televisión	€
	Radio	€
	Medios impresos externos	€
	Medios <i>online</i> externos	€
	Soportes físicos exteriores: vallas, opis, mupis o similares	€
	Soportes físicos interiores: <i>roll-up</i> , lona, tótem o similares	€
	Medios de transporte	€
	Redes Sociales – <i>post</i> en redes de <i>influencers</i>	€
	Redes Sociales – sorteos y concursos en redes de <i>influencers</i>	€
	Eventos organizados por otras entidades	€
Incremento de investigación del destino en la web de reservas de la entidad solicitante en relación con el mismo POM del año 2020. <i>En caso de que la entidad solicitante sea un conjunto de compañías aéreas, este apartado se desglosará por entidad.</i>		%

Los importes deberán incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta en la campaña.

## ANEXO NAC4

### **DECLARACIÓN RESPONSABLE:**

Declaro que todos los datos contenidos en este documento en referencia con la medición de los resultados obtenidos con las campañas desarrolladas son ciertos.

Y para que conste y a los efectos oportunos, ante la Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares (AETIB), firmo este documento.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

Nombre del representante legal de la entidad: (firma y sello de la entidad)

DNI:



G CONSELLERIA  
O MODEL ECONÒMIC,  
I TURISME I TREBALL  
B AGÈNCIA ESTRATÈGIA  
/ TURÍSTICA ILLES BALEARS

ANEXO NAC5  
DIRECTRICES DEL USO DE LAS MARCAS  
**AGENCIA DE ESTRATEGIA TURÍSTICA  
DE LAS ISLAS BALEARES (AETIB)**



CONVOCATORIA DE CO-MARKETING ESTRATÉGICO  
MERCADO NACIONAL  
EXP. 091/2021

**Las directrices del uso de las marcas a seguir son las siguientes:**

**LÍNEAS GENERALES PARA ANUNCIOS**

**(Anuncios medios impresos/exteriores, TV, online, mailing, merchandising...)**

En todos los casos se incorporan los siguientes elementos de marca:

MARCA DE DESTINO	LOGOTIPO GOIB
	

**Específicamente en los siguientes medios**

**VÍDEO**

Al comienzo o durante las piezas audiovisuales de la campaña se tiene que incluir la marca de destino junto con el logotipo de la AETIB.

**RADIO**

Al comienzo o durante la cuña de radio se mencionará tanto la marca de destino como la colaboración de la Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares.

**PUBLIRREPORTAJES/PRESCRIPCIONES**

Se mencionará tanto la marca de destino como la colaboración de la Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares.

### **MEDIOS DE TRANSPORTE/PRESENTACIONES/EVENTOS/*STREET* MARKETING**

Las marcas de la AETIB tendrán que estar presentes y en un lugar visible y destacado con el fin de vincular las marcas con la acción.

Para cada tipo de acción se determinará, por parte del área de Imagen y Publicaciones de la AETIB, la aplicación a insertar.

### **ONLINE/REDES SOCIALES/GESTORES DE CONTENIDO**

Para cada tipo de acción se determinará, por parte del área de Comunicación de la AETIB, la aplicación a insertar.

La creatividad/el contenido de todas las acciones serán propuestos por los solicitantes y, antes de su publicación/emisión, deberán contar con el visto bueno de la AETIB, por lo que se remitirá a la siguiente dirección de correo electrónico: [comarketing@aetib.caib.es](mailto:comarketing@aetib.caib.es)