

ANEXO I

FORMULARIO DE SOLICITUD

INSERTAR MARCA
SOLICITANTE

Nombre de la empresa o entidad:

CIF:

Dirección:

nº: piso:

Localidad:

Provincia:

País:

Teléfono:

Fax:

Correo electrónico:

Nombre de la marca propia para la cual solicita el *co-branding*:

Actividad principal que desarrolla (vinculada a la marca):

Naturaleza de la entidad:

☐ Privada

☐ Consejo regulador D.O.

Representante legal de la entidad solicitante

Nombre y apellidos:

Cargo:

DNI:

Persona de contacto

Nombre y apellidos:

Cargo:

Teléfono:

Correo electrónico:

Marca gestionada por la Agencia de Turismo de las Islas Baleares para la cual se solicita el *co-branding*:



Acciones propuestas por la ATB para las cuales solicita el *co-branding* e importe en especie que se oferta por parte de la empresa colaboradora:

CÓDIGO DE LA ACCIÓN	NOMBRE/LUGAR	IMPORTE EN ESPECIE QUE SE OFERTA (Impuestos Incluidos)*
		€
		€
		€
		€
		€
		€

*Deben tener en cuenta los importes mínimos por acción establecidos en el ANEXO II

ANEXO I

Se adjuntan a esta solicitud dos sobres que contienen: 1. Administrativo 2. Técnico

Y para que conste, ante la Agencia de Turismo de las Islas Baleares (ATB), expido y firmo la presente solicitud en

_____, ____ de _____ de _____
(firma y sello de la empresa)

AL PRESIDENTE DE LA ATB.

ANEXO II -ACCIONES OFERTADAS POR LA ATB-

1. FERIAS
GRUPO A: GRAN FORMATO

COD	FECHA	NOMBRE	CIUDAD	PAÍS	WEB	SUPERFICIE	IMPORTE MÍNIMO DE OFERTA	MARCAS QUE ESTÁN PRESENTES	PRODUCTO	
F1	28/01- 01/02	FITUR	MADRID	ESPAÑA	ifema.es/fitur	550 m²	3.500€	Mallorca (MA), Menorca (ME), Ibiza (IB), Formentera (FO)	Costa y Litoral	
<div><div><div>▪ Las empresas o entidades deberán optar y realizar una oferta a una acción concreta, siguiendo los importes mínimos establecidos en la tabla anterior, impuestos incluidos.</div><div>▪ Como máximo serán 4 entidades en dicha modalidad por acción.</div><div>▪ A cada entidad se le facilitará la siguiente contraprestación:</div><div><div>▪ Dispondrá de un mostrador que deberá medir 80cm de largo x 50cm de ancho y 90cm de alto y 1 taburete con respaldo.</div><div>▪ Asimismo, se deberán prever 2 taburetes de reserva y que se ubicarán a petición de los técnicos de la ATB.</div><div>▪ Cada entidad se identificará visiblemente mediante rotulación, nombre, logo, imagen o composición, QR y web. Para ello la empresa adjudicataria ideará el soporte más adecuado.</div></div></div></div>										
							Núm. entidades	Mostrador	Taburetes	Mesa reuniones + sillas
CO-BRANDING							4	4	4 + 2	0

ANEXO II -ACCIONES OFERTADAS POR LA ATB-

GRUPO B: GENERALISTA Y DE PRODUCTO

COD	FECHA	NOMBRE	CIUDAD	PAIS	WEB	SUPERFI CIE +/-	IMPORTE MÍNIMO DE OFERTA	MARCAS QUE ESTÁN PRESENTES	PRODUCTO
F2	17-18/01	CMT FAHRRAD & WANDERN	STUTTGART	ALEMANIA	messe- stuttgart.de	40 m²	900€	MA, ME, IB, FO	Cicloturismo
F3	17-25/01	BOOT DÜSSELDORF	DÜSSELDORF	ALEMANIA	boot.de	25 m²	1.100€	MA, ME, IB, FO	Náutica
F4	04-08/02	REISEN	HAMBURGO	ALEMANIA	ferienhamb urg.de	40 m²	1.100€	MA, ME, IB, FO	Costa y litoral
F5	12-14/02	BIT*	MILAN	ITALIA	bitfieramil ano.it	70 m²	2.500€	MA, ME, IB, FO	Costa y litoral
F6	20-22/03	SALON RADONNDÉE	PARÍS	FRANCIA	randonnee. org	30 m²	900€	MA, ME, IB, FO	Naturaleza
F7	17-19/04	S.I.T.C.*	BARCELONA	ESPAÑA	saloturism e.com	70 m²	1.100€	MA, ME, IB, FO	Costa y litoral
F8	08-10/05	EXPOVACACIONES*	BILBAO	ESPAÑA	expovacaci ones.eu	70 m²	1.100€	MA, ME, IB, FO	Costa y litoral
F9	Junio	BMW INTERNATIONAL OPEN**	MUNICH	ALEMANIA	bmw- golfsport.c om	Carpa	1.100€	MA	Golf

CO-BRANDING	<ul style="list-style-type: none">Las empresas o entidades deberán optar y realizar una oferta a una acción concreta, siguiendo los importes mínimos establecidos en la tabla anterior, impuestos incluidos.Como máximo serán 1 entidades en dicha modalidad por acción.A cada entidad se le facilitará la siguiente contraprestación:							
	<ul style="list-style-type: none">Dispondrá de un mostrador que deberá medir 80cm de largo x 50cm de ancho y 90cm de alto y 1 taburete con respaldo.Cada entidad se identificará visiblemente mediante rotulación, nombre, logo, imagen o composición, QR y web. Para ello la empresa adjudicataria ideará el soporte más adecuado.* Asimismo, se deberán prever 2 taburetes de reserva y que se ubicarán a petición de los técnicos de la ATB.** Posibilidad de mostrador individual o compartido con la ATB según disponibilidad de espacio.				Núm. entidades	Mostrador	Taburetes	-
					1	1	1	-

ANEXO II -ACCIONES OFERTADAS POR LA ATB-

2. JORNADAS DIRECTAS

GRUPO A: COLABORACIÓN GENERAL

COD	FECHA	CIUDAD	PAIS	IMPORTE MÍNIMO DE OFERTA	MARCAS QUE ESTÁN PRESENTES	PRODUCTO
JD1	POR DETERMINAR	MADRID	ESPAÑA	2.200€	MA, ME, IB, FO	Multiproducto
JD2	POR DETERMINAR	BARCELONA	ESPAÑA	2.200€	MA, ME, IB, FO	Multiproducto
JD3	POR DETERMINAR	POR DETERMINAR	ALEMANIA	2.200€	MA, ME, IB, FO	Multiproducto
JD4	POR DETERMINAR	POR DETERMINAR	ALEMANIA	2.200€	MA, ME, IB, FO	Multiproducto

CO-BRANDING	<ul style="list-style-type: none">Las empresas o entidades deberán optar y realizar una oferta a una acción concreta, siguiendo los importes mínimos establecidos en la tabla anterior, impuestos incluidos.Como máximo serán 2 entidades en dicha modalidad por acción.A cada entidad se le facilitará la siguiente contraprestación en calidad de PATROCINADOR DE LA ACCIÓN:			
	<ul style="list-style-type: none">Mesa + 3 sillas + rótulo identificativo de la empresa sobre la mesa.Presencia de la marca colaboradora en la documentación que se entregue de la acción promocional (invitación, programa, catálogo...)Oportunidad de obsequiar a los asistentes a la jornada con productos de la entidad colaboradora y así realizar una acción de promoción directa.			
	Núm. entidades	Mesa	Sillas	-
	2	1+1	3+3	-

ANEXO II -ACCIONES OFERTADAS POR LA ATB-

GRUPO B: COLABORACIÓN CON BODEGAS Y D.O. VINÍCOLAS

COD	FECHA	CIUDAD	PAIS	IMPORTE MÍNIMO DE OFERTA	MARCAS QUE ESTÁN PRESENTES	PRODUCTO
JDV1	POR DETERMINAR	MADRID	ESPAÑA	1.500€	MA, ME, IB, FO	Multiproducto
JDV2	POR DETERMINAR	BARCELONA	ESPAÑA	1.500€	MA, ME, IB, FO	Multiproducto
JDV3	POR DETERMINAR	POR DETERMINAR	ALEMANIA	1.500€	MA, ME, IB, FO	Multiproducto
JDV4	POR DETERMINAR	POR DETERMINAR	ALEMANIA	1.500€	MA, ME, IB, FO	Multiproducto
JDV5	POR DETERMINAR	POR DETERMINAR	REINO UNIDO	1.500€	MA, ME, IB, FO	Multiproducto

CO-BRANDING LIMITADO A BODEGAS O DO. VINICOLAS	<ul style="list-style-type: none">Las empresas o entidades que soliciten esta modalidad únicamente podrán ser BODEGAS O DENOMINACIONES DE ORIGEN VINICOLAS, AMBAS DENTRO DEL MARCO TERRITORIAL DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LAS ISLAS BALEARES.Dichas entidades deberán optar y realizar una oferta a una acción concreta, siguiendo los importes mínimos establecidos en la tabla anterior, impuestos incluidos.Como máximo será 1 entidad en dicha modalidad por acción.Dicha entidad será EL PATROCINADOR DEL COCTEL que se ofrecerá a los asistentes, por lo que:
	<ul style="list-style-type: none">Se colocará un expositor enrollable de 2x1 metros con los logos e imagen de la entidad acompañada de la marca vinculada, por lo que esta deberá entregar el material gráfico para que la ATB se haga cargo del diseño e impresión.Por tanto, la empresa colaboradora deberá facilitar a la ATB como mínimo 60 botellas de vino que serán degustadas por los asistentes al evento, que corresponderán a la especie entregada como aportación mínima de la oferta. El transporte correrá a cargo de la ATB.Presencia de la marca colaboradora en la documentación que se entregue de la acción promocional (invitación, programa, catálogo...)

ANEXO II -ACCIONES OFERTADAS POR LA ATB-

3. FAM TRIPS Y JORNADAS INVERNAS

COD	FECHA	MARCA/DESTINO EN EL QUE SE REALIZA	MERCADO	IMPORTE MÍNIMO DE OFERTA	PRODUCTO
FT1	POR DETERMINAR	MALLORCA	MULTIMERCADO	800€	URBANO
FT2	POR DETERMINAR	MALLORCA	MULTIMERCADO	800€	GASTRONOMÍA
FT3	POR DETERMINAR	MENORCA	MULTIMERCADO	800€	NATURALEZA
FT4	POR DETERMINAR	IBIZA/FORMENTERA	MULTIMERCADO	800€	NATURALEZA
FT5	POR DETERMINAR	IBIZA/FORMENTERA	MULTIMERCADO	800€	A DETERMINAR

CO-BRANDING	<ul style="list-style-type: none">Las empresas o entidades deberán optar y realizar una oferta a una acción concreta, siguiendo los importes mínimos establecidos en la tabla anterior, impuestos incluidos.Como máximo serán 2 entidades en dicha modalidad por acción.A cada entidad se le facilitará la siguiente contraprestación por el PATROCINIO DEL VIAJE :<ul style="list-style-type: none">Presencia de la marca colaboradora en la documentación que se entregue de la acción promocional (invitación, programa, catálogo...)Oportunidad de realizar una acción de promoción directa entregando un obsequio de la entidad colaboradora a los asistentes a la jornada.
-------------	---

ANEXO II -ACCIONES OFERTADAS POR LA ATB-

4. PRESS TRIPS

COD	FECHA	MARCA/DESTINO EN EL QUE SE REALIZA	MERCADO	IMPORTE MÍNIMO DE OFERTA	PRODUCTO
PT1	POR DETERMINAR	MALLORCA	MULTIMERCADO	800€	CICLOTURISMO
PT2	POR DETERMINAR	MALLORCA	MULTIMERCADO	800€	URBANO
PT3	POR DETERMINAR	MENORCA	MULTIMERCADO	800€	NATURALEZA
PT4	POR DETERMINAR	IBIZA	MULTIMERCADO	800€	MULTIPRODUCTO
PT5	POR DETERMINAR	FORMENTERA	MULTIMERCADO	800€	MULTIPRODUCTO

CO-BRANDING	<ul style="list-style-type: none">Las empresas o entidades deberán optar y realizar una oferta a una acción concreta, siguiendo los importes mínimos establecidos en la tabla anterior, impuestos incluidos.Como máximo serán 2 entidades en dicha modalidad por acción.
	<ul style="list-style-type: none">A cada entidad se le facilitará la siguiente contraprestación por el PATROCINIO DEL VIAJE :<ul style="list-style-type: none">Presencia de la marca colaboradora en la documentación que se entregue de la acción promocional (invitación, programa, catálogo...)Oportunidad de realizar una acción de promoción directa entregando un obsequio de la entidad colaboradora a los asistentes a la jornada.

ANEXO III

CO-BRANDING

CRITERIOS SUBJETIVOS

	Nombre comercial • Nombre fiscal de solicitante • C.I.F. • Sector a la que pertenece	Mercado de Influencia <table border="0"> <tr> <td><input type="checkbox"/> España</td> <td><input type="checkbox"/> Italia</td> <td><input type="checkbox"/> Austria</td> <td><input type="checkbox"/> Noruega</td> <td><input type="checkbox"/> Finlandia</td> <td><input type="checkbox"/> Ucrania</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Reino Unido</td> <td><input type="checkbox"/> Suiza</td> <td><input type="checkbox"/> Irlanda</td> <td><input type="checkbox"/> Suecia</td> <td><input type="checkbox"/> Israel</td> <td><input type="checkbox"/> Canadá</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Alemania</td> <td><input type="checkbox"/> Dinamarca</td> <td><input type="checkbox"/> Países Bajos</td> <td><input type="checkbox"/> Islandia</td> <td><input type="checkbox"/> Bulgaria</td> <td><input type="checkbox"/> EEUU</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Francia</td> <td><input type="checkbox"/> Bélgica</td> <td><input type="checkbox"/> Portugal</td> <td><input type="checkbox"/> Corea</td> <td><input type="checkbox"/> Japón</td> <td><input type="checkbox"/> Islas Baleares</td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> España	<input type="checkbox"/> Italia	<input type="checkbox"/> Austria	<input type="checkbox"/> Noruega	<input type="checkbox"/> Finlandia	<input type="checkbox"/> Ucrania	<input type="checkbox"/> Reino Unido	<input type="checkbox"/> Suiza	<input type="checkbox"/> Irlanda	<input type="checkbox"/> Suecia	<input type="checkbox"/> Israel	<input type="checkbox"/> Canadá	<input type="checkbox"/> Alemania	<input type="checkbox"/> Dinamarca	<input type="checkbox"/> Países Bajos	<input type="checkbox"/> Islandia	<input type="checkbox"/> Bulgaria	<input type="checkbox"/> EEUU	<input type="checkbox"/> Francia	<input type="checkbox"/> Bélgica	<input type="checkbox"/> Portugal	<input type="checkbox"/> Corea	<input type="checkbox"/> Japón	<input type="checkbox"/> Islas Baleares
	<input type="checkbox"/> España	<input type="checkbox"/> Italia	<input type="checkbox"/> Austria	<input type="checkbox"/> Noruega	<input type="checkbox"/> Finlandia	<input type="checkbox"/> Ucrania																				
<input type="checkbox"/> Reino Unido	<input type="checkbox"/> Suiza	<input type="checkbox"/> Irlanda	<input type="checkbox"/> Suecia	<input type="checkbox"/> Israel	<input type="checkbox"/> Canadá																					
<input type="checkbox"/> Alemania	<input type="checkbox"/> Dinamarca	<input type="checkbox"/> Países Bajos	<input type="checkbox"/> Islandia	<input type="checkbox"/> Bulgaria	<input type="checkbox"/> EEUU																					
<input type="checkbox"/> Francia	<input type="checkbox"/> Bélgica	<input type="checkbox"/> Portugal	<input type="checkbox"/> Corea	<input type="checkbox"/> Japón	<input type="checkbox"/> Islas Baleares																					
Marca para la que se solicita el co-branding. <input type="checkbox"/> Mallorca <input type="checkbox"/> Menorca <input type="checkbox"/> Ibiza <input type="checkbox"/> Formentera <input type="checkbox"/> Palma de Mallorca <input type="checkbox"/> All Brands																										

IDENTIDAD	MISIÓN	Promesa de Marca hacia el consumidor (claim)		
		Lealtad	Grado de fidelización	0,0%
		Notoriedad	Presencia en la mente del consumidor: nivel de penetración. Reconocimiento: 0% Recuerdo: 0% Top of mind: 0% Dominio de marca: 0% Familiaridad de marca: 0% Conocimiento de marca: 0% Nivel de penetración: 0,0% Nivel aproximado de penetración del líder del mercado: 0,0%	
		Calidad	Beneficio emocional que se desea transmitir Beneficio funcional que se desea transmitir	
		Asociaciones	Asociaciones que los consumidores hacen con la marca <input type="checkbox"/> Prescriptor <input type="checkbox"/> Celebridad <input type="checkbox"/> Símbolo	Nombre: <input type="text"/> Descripción: <input type="text"/>
		Valor de marca ACTUAL	Sexo: <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer Edad: <input type="checkbox"/> 18-25 <input type="checkbox"/> 25-44 <input type="checkbox"/> 45-65 <input type="checkbox"/> Más de 65 Nivel socio-económico: <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> MB <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> MM <input type="checkbox"/> MA <input type="checkbox"/> A Nivel de estudios: <input type="checkbox"/> Básicos <input type="checkbox"/> Medios <input type="checkbox"/> Superiores Estilo de vida (Values and Life Styles): <input type="checkbox"/> Realizados <input type="checkbox"/> Forzados <input type="checkbox"/> Satisfechos <input type="checkbox"/> Creyentes <input type="checkbox"/> Triunfadores <input type="checkbox"/> Luchadores <input type="checkbox"/> Experimentado <input type="checkbox"/> Realizadores	
		Personalidad de marca	ATRIBUTOS: <input type="checkbox"/> Atrevida <input type="checkbox"/> Visionaria <input type="checkbox"/> Inteligente <input type="checkbox"/> Amable <input type="checkbox"/> Socialmente responsable <input type="checkbox"/> Con energía <input type="checkbox"/> Conservadora <input type="checkbox"/> Líder <input type="checkbox"/> Divertida <input type="checkbox"/> Consolidada <input type="checkbox"/> De moda <input type="checkbox"/> Relajada <input type="checkbox"/> Con glamour <input type="checkbox"/> Independiente <input type="checkbox"/> Sociable <input type="checkbox"/> Servicial <input type="checkbox"/> Saludable <input type="checkbox"/> Exitosa <input type="checkbox"/> Atractiva <input type="checkbox"/> Vale la pena pagar por ella <input type="checkbox"/> Cautivadora / que atrae <input type="checkbox"/> Es cada vez más importante	

ANEXO III CO-BRANDING CRITERIOS SUBJETIVOS

I M A G E N	V I S I Ó N	Percepción que el consumidor posee de la marca	Atributos	<input type="checkbox"/> Creíble <input type="checkbox"/> Fiable <input type="checkbox"/> Alta Calidad <input type="checkbox"/> Dinámica <input type="checkbox"/> Que destaca <input type="checkbox"/> Auténtica <input type="checkbox"/> Innovadora <input type="checkbox"/> Original <input type="checkbox"/> Entretenida <input type="checkbox"/> Segura	<input type="checkbox"/> Prestigiosa <input type="checkbox"/> Única <input type="checkbox"/> Diferente <input type="checkbox"/> Con estilo <input type="checkbox"/> Moderna <input type="checkbox"/> Tradicional <input type="checkbox"/> Progresista <input type="checkbox"/> Útil <input type="checkbox"/> Vale lo que cuesta <input type="checkbox"/> Se preocupa por el cliente		
		Beneficios percibidos: experiencia de marca	Beneficio emocional				
			Beneficio funcional				
P O S I C I O N A M I E N T O	V A L O R E S	Objetivos de comunicación					
		Público objetivo		Sexo <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer Edad <input type="checkbox"/> 18-25 <input type="checkbox"/> 25-44 <input type="checkbox"/> 45-65 <input type="checkbox"/> Más de 65 Nivel socio-económico <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> MB <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> MM <input type="checkbox"/> MA <input type="checkbox"/> A Nivel de estudios <input type="checkbox"/> Básicos <input type="checkbox"/> Medios <input type="checkbox"/> Superiores			
				Estilo de vida (Values and Life Styles) <input type="checkbox"/> Realizados <input type="checkbox"/> Forzados <input type="checkbox"/> Satisfechos <input type="checkbox"/> Creyentes <input type="checkbox"/> Triunfadores <input type="checkbox"/> Luchadores <input type="checkbox"/> Experimentado <input type="checkbox"/> Realizadores			
				Ciclo de vida del público objetivos <input type="checkbox"/> Niños <input type="checkbox"/> Parejas con hijos mayores <input type="checkbox"/> Jovenes independientes <input type="checkbox"/> Hogares monoparentales <input type="checkbox"/> Parejas jóvenes sin hijos <input type="checkbox"/> Parejas adultas sin hijos <input type="checkbox"/> Parejas con hijos pequeños <input type="checkbox"/> Adultos independientes <input type="checkbox"/> Parejas con hijos de edad media <input type="checkbox"/> Retirados/Jubilados			
				Aficiones y motivaciones <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <input type="checkbox"/> Viajar <input type="checkbox"/> Formación <input type="checkbox"/> Gastronomía <input type="checkbox"/> Arte y literatura <input type="checkbox"/> Cine </div> <div style="width: 30%;"> AFICIONES <input type="checkbox"/> Naturaleza <input type="checkbox"/> Conciertos <input type="checkbox"/> Ocio <input type="checkbox"/> Deportes <input type="checkbox"/> Deportes aventura </div> <div style="width: 30%;"> MOTIVACIONES <input type="checkbox"/> Relajarse <input type="checkbox"/> Descubrir <input type="checkbox"/> Disfrutar <input type="checkbox"/> Aprender <input type="checkbox"/> Conocer </div> </div>			
Cuota de mercado <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr><td>de mi marca</td></tr> <tr><td>del líder del mercado</td></tr> </table>		de mi marca	del líder del mercado	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr><td style="text-align: center;">0,0%</td></tr> <tr><td style="text-align: center;">0,0%</td></tr> </table>		0,0%	0,0%
de mi marca							
del líder del mercado							
0,0%							
0,0%							
Aspectos que establezcan la diferenciación de la marca respecto a la competencia							

ANEXO IV

DECLARACIÓN JURADA

D/D^a _____
DNI _____ en nombre y representación de la persona jurídica,
_____ con NIF _____ y domiciliada en (calle/plaza) _____
_____ n^o _____, piso _____,
población _____, provincia _____,
país _____, código postal _____.

DECLARO BAJO JURAMENTO

Que todos los datos contenidos en el ANEXO III, relativo a “*Co-Branding*, criterios subjetivos”, son ciertos.

Y para que conste, y surta los efectos oportunos, ante la Agencia de Turismo de las Islas Baleares (ATB), expido y firmo la presente en

_____, ____ de _____ de _____
(firma y sello de la empresa)

A LA COMISIÓN TÉCNICA.

ANEXO V CO-BRANDING CRITERIOS OBJETIVOS

	Nombre comercial • Nombre fiscal del solicitante • CIF • Sector al que pertenece	Código de la acción a la cual opta <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; display: flex; align-items: center; justify-content: center; margin: 0 auto;"> XXXX </div>
--	--	--

CARACTERÍSTICAS DE LA ESPECIE QUE SE OFERTA

<input type="checkbox"/> E1. SERVICIOS DE ALOJAMIENTO	0,00 €	0,00%
---	--------	-------

Tipología del establecimiento*	Régimen
<input type="checkbox"/> Hotel 4* <input type="checkbox"/> Hotel 5*	<input type="checkbox"/> Hotel 5* GL <input type="checkbox"/> Turismo rural <input type="checkbox"/> HD (habitación y desayuno) <input type="checkbox"/> MP (media pensión)

* Las habitaciones ofertadas deberán ser dobles. Turismo rural categoría similar a hotel 4* u superior

Descripción

Disponibilidad temporal de la oferta

<input type="checkbox"/> Enero	<input type="checkbox"/> Abril	<input type="checkbox"/> Julio	<input type="checkbox"/> Octubre
<input type="checkbox"/> Febrero	<input type="checkbox"/> Mayo	<input type="checkbox"/> Agosto	<input type="checkbox"/> Noviembre
<input type="checkbox"/> Marzo	<input type="checkbox"/> Junio	<input type="checkbox"/> Septiembre	<input type="checkbox"/> Diciembre

Mercado en el cual se dispondrá de la oferta

<input type="checkbox"/> España península	<input type="checkbox"/> Italia	<input type="checkbox"/> Austria	<input type="checkbox"/> Noruega	<input type="checkbox"/> Mallorca
<input type="checkbox"/> Reino Unido	<input type="checkbox"/> Suiza	<input type="checkbox"/> Irlanda	<input type="checkbox"/> Suecia	<input type="checkbox"/> Menorca
<input type="checkbox"/> Alemania	<input type="checkbox"/> Dinamarca	<input type="checkbox"/> Países Bajos	<input type="checkbox"/> Finlandia	<input type="checkbox"/> Ibiza
<input type="checkbox"/> Francia	<input type="checkbox"/> Bélgica	<input type="checkbox"/> Portugal	<input type="checkbox"/> Rusia	<input type="checkbox"/> Formentera

<input type="checkbox"/> E2. SERVICIOS DE DESPLAZAMIENTO	0,00 €	0,00%
--	--------	-------

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Transporte marítimo* de personas | <input type="checkbox"/> Transporte aéreo de pasajeros interislas |
| <input type="checkbox"/> Transporte marítimo* de vehículos | <input type="checkbox"/> Transporte aéreo de pasajeros nacional |
| <input type="checkbox"/> Transporte terrestre** - vehículos de alquiler | <input type="checkbox"/> Transporte aéreo de pasajeros internacional |
| <input type="checkbox"/> Transporte terrestre** discrecional | |

* Transporte marítimo sólo entre península y baleares ó interislas* ** Transporte terrestre sólo en las Islas Baleares

Descripción

Disponibilidad temporal de la oferta

<input type="checkbox"/> Enero	<input type="checkbox"/> Abril	<input type="checkbox"/> Julio	<input type="checkbox"/> Octubre
<input type="checkbox"/> Febrero	<input type="checkbox"/> Mayo	<input type="checkbox"/> Agosto	<input type="checkbox"/> Noviembre
<input type="checkbox"/> Marzo	<input type="checkbox"/> Junio	<input type="checkbox"/> Septiembre	<input type="checkbox"/> Diciembre

Mercado en el cual se dispondrá de la oferta*

<input type="checkbox"/> España península	<input type="checkbox"/> Italia	<input type="checkbox"/> Austria	<input type="checkbox"/> Noruega	<input type="checkbox"/> Mallorca
<input type="checkbox"/> Reino Unido	<input type="checkbox"/> Suiza	<input type="checkbox"/> Irlanda	<input type="checkbox"/> Suecia	<input type="checkbox"/> Menorca
<input type="checkbox"/> Alemania	<input type="checkbox"/> Dinamarca	<input type="checkbox"/> Países Bajos	<input type="checkbox"/> Finlandia	<input type="checkbox"/> Ibiza
<input type="checkbox"/> Francia	<input type="checkbox"/> Bélgica	<input type="checkbox"/> Portugal	<input type="checkbox"/> Rusia	<input type="checkbox"/> Formentera

*En el caso de seleccionar Mallorca, Menorca, Ibiza o Formentera se entenderá que son los destinos de los trayectos o el lugar donde se utilizará la especie por lo que no se podrá seleccionar simultáneamente el mercado español, a no ser que la oferta que se realice también sea para el resto del mercado nacional.

ANEXO V
CO-BRANDING
CRITERIOS OBJETIVOS

☐ **E3. SERVICIOS DE CATERING y RESTAURACIÓN** 0,00 € 0,00%

- ☐ Servicio de catering: preparación, transporte y servicio en el evento
☐ Servicio concertado en un restaurante concreto (únicamente comidas o cenas)

Descripción

Disponibilidad temporal de la oferta

- | | | | |
|----------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Enero | <input type="checkbox"/> Abril | <input type="checkbox"/> Julio | <input type="checkbox"/> Octubre |
| <input type="checkbox"/> Febrero | <input type="checkbox"/> Mayo | <input type="checkbox"/> Agosto | <input type="checkbox"/> Noviembre |
| <input type="checkbox"/> Marzo | <input type="checkbox"/> Junio | <input type="checkbox"/> Septiembre | <input type="checkbox"/> Diciembre |

Mercado en el cual se dispondrá de la oferta

- | | | | | |
|---|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> España península | <input type="checkbox"/> Alemania | <input type="checkbox"/> Italia | <input type="checkbox"/> Países Bajos | <input type="checkbox"/> Islas Baleares |
| <input type="checkbox"/> Reino Unido | <input type="checkbox"/> Francia | <input type="checkbox"/> Suecia | <input type="checkbox"/> Dinamarca | |

☐ **E4. ACTIVIDADES RELACIONADAS CON UNA CATEGORÍA DE PRODUCTO** 0,00 € 0,00%

- ☐ Jornada gastronómica (show cooking) con degustación
☐ Jornada enológica (visita guiada a bodegas o cellers) con cata de vinos de las Islas Baleares
☐ Jornada de turismo activo que incluye actividades en espacios naturales
☐ Jornada de deporte: clinic de golf con instructor o de cicloturismo con instructor
☐ Jornada de ocio: entradas para grandes eventos culturales
☐ Jornada de wellness: entradas + tratamiento en spa
☐ Jornada de naturaleza que incluya actividades relacionadas con las líneas de producto de esta categoría
☐ Jornada de MICE: alquiler de espacios / salas para la realización de eventos
☐ Jornada cultural: visita guiada al casco antiguo de Palma de Mallorca, Mahón, Ciutadella, Dalt Vila o Sant Francesc

Descripción

Disponibilidad temporal de la oferta

- | | | | |
|----------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Enero | <input type="checkbox"/> Abril | <input type="checkbox"/> Julio | <input type="checkbox"/> Octubre |
| <input type="checkbox"/> Febrero | <input type="checkbox"/> Mayo | <input type="checkbox"/> Agosto | <input type="checkbox"/> Noviembre |
| <input type="checkbox"/> Marzo | <input type="checkbox"/> Junio | <input type="checkbox"/> Septiembre | <input type="checkbox"/> Diciembre |

Mercado en el cual se dispondrá de la oferta

En este caso la oferta deberá realizarse únicamente para el marco territorial de las Islas Baleares

☐ **E5. PRODUCTOS ELABORADOS CON MATERIAS PRIMAS DE LAS ISLAS BALEARES** 0,00 € 0,00%

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Botellas de vino con D.O. | <input type="checkbox"/> Queso | <input type="checkbox"/> Sal marina |
| <input type="checkbox"/> Botellas de aceite | <input type="checkbox"/> Sobrasada | <input type="checkbox"/> Postres típicos |
| <input type="checkbox"/> Bebidas espirituosas | <input type="checkbox"/> Olivas, almendras o derivados | <input type="checkbox"/> Productos artesanales **** |

**** Producto realizado por artesanos mediante la utilización de técnicas tradicionales.

Descripción

Disponibilidad temporal de la oferta

Deberá entregarse los productos según se acuerde a la firma de convenio

País en el cual se dispondrá de la oferta

En este caso la oferta deberá realizarse únicamente para el marco territorial de las Islas Baleares

ANEXO V
CO-BRANDING
CRITERIOS OBJETIVOS

<input type="checkbox"/> E6. SERVICIOS TÉCNICOS DE INFORMÁTICA	0,00 €	0,00%
--	--------	-------

☐ Analista de desarrollo ☐ Programador

Descripción
<div></div>
Disponibilidad temporal de la oferta
<i>Deberá acomodarse a las necesidades de la ATB y, por lo tanto, a requerimiento de la dirección.</i>
País en el cual se dispondrá de la oferta
<i>En este caso la oferta deberá realizarse únicamente para el marco territorial de las Islas Baleares</i>

E7. IMPORTE TOTAL OFERTADO		
CONCEPTOS OFERTADOS EN ESPECIE	Total importe ofertado en especie	Total % sobre el importe total ofertado
E1. Servicios de alojamiento	0,00 €	0,00%
E2. Servicios de desplazamiento	0,00 €	0,00%
E3. Servicios de catering y restauración	0,00 €	0,00%
E4. Servicios de actividades relacionadas con una categoría de producto	0,00 €	0,00%
E5. Productos elaborados con materias primas de las Islas Baleares	0,00 €	0,00%
E6. Servicios técnicos de Informática	0,00 €	0,00%
TOTAL	0,00 €	0,00%

ANEXO VI

DECLARACIÓN JURADA

D/D^a _____
DNI _____ en nombre y representación de la persona jurídica,
_____ con NIF _____ y domiciliada en (calle/plaza) _____
_____ n^o _____, piso _____,
población _____, provincia _____,
país _____, código postal _____.

DECLARO BAJO JURAMENTO

Que el importe total de la oferta en especie (impuestos incluidos) contenidos en el ANEXO V, relativo a “*Co-Branding*, criterios objetivos” se adecua al precio de mercado.

Y para que conste y surta los efectos oportunos, ante la Agencia de Turismo de las Islas Baleares (ATB), expido y firmo la presente en

_____, ____ de _____ de _____
(firma y sello de la empresa)

A LA COMISIÓN TÉCNICA.

ANEXO VII

MODELO VALS -Value and Lifestyles-

Modelo de segmentación psicográfica basado en los estilos de vida de los consumidores desarrollado en 1978 por *Arnold Mitchell* y otros investigadores en el *Stanford Research Institute* (SRI International).

El análisis VALS permite dividir a la población adulta en segmentos por valores y estilos de vida, clasificando a los individuos en 2 dimensiones fundamentales: auto orientación y sus recursos. La auto orientación determina los objetivos y comportamientos de los individuos y puede ser impulsada por los propios principios y creencias, por el estatus y la interacción social y actividades del sujeto. La dimensión recursos expresa las capacidades físicas, psíquicas y materiales con que cuenta para responder a su auto orientación dominante.

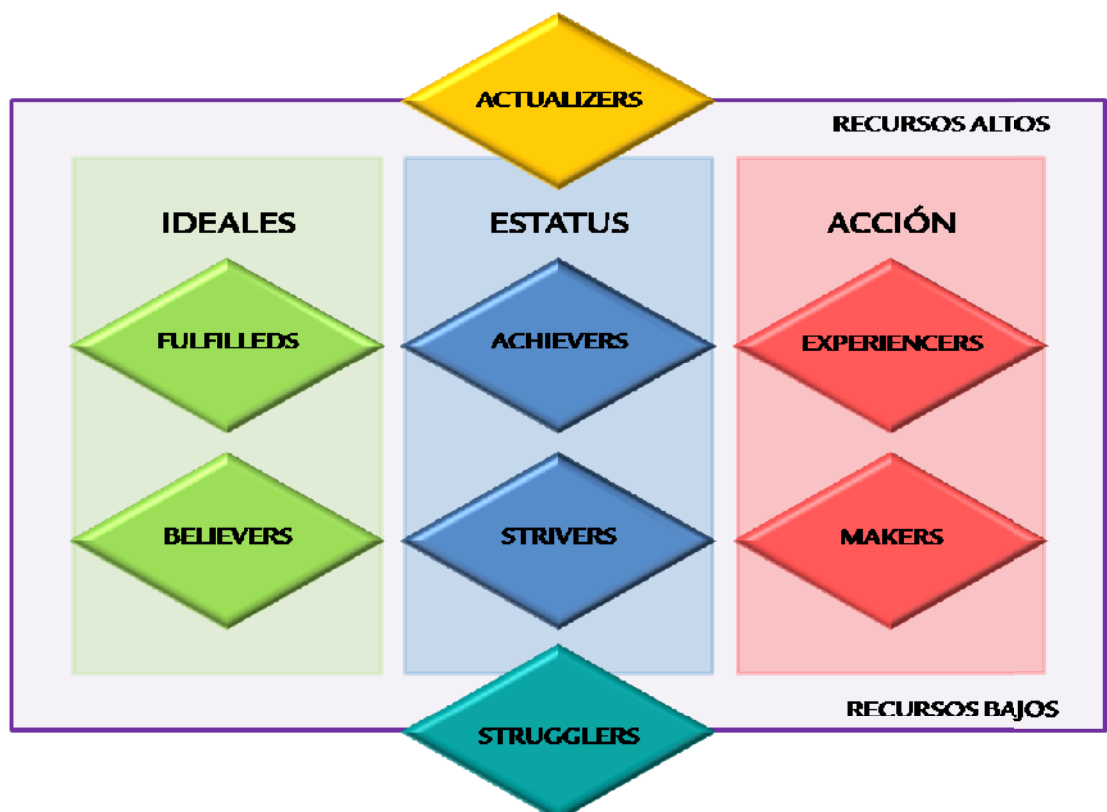
De su análisis se establece la siguiente clasificación:

- **Actualizers (realizados):** son personas de éxito, sofisticadas, activas y con una elevada autoestima y abundantes recursos. Para este segmento es importante la imagen, no tanto como evidencia del estatus o poder, sino como una expresión de sus gustos, independencia y carácter. Se encuentran entre los líderes establecidos y emergentes en el ámbito empresarial y gubernamental; y sin embargo, continúan la búsqueda de nuevos retos.
- **Fulfilleds (satisfechos):** son personas maduras, satisfechas, cómodas y reflexivas que valoran el orden, el conocimiento y la responsabilidad. Están contentos con sus carreras, familias y situación en la vida; tienen un respecto moderado por el statu quo, las instituciones y el dinero, pero están abiertos a nuevas ideas y al cambio social; basan sus decisiones en principios sólidos, y son personas calmadas y con autoconvicción.
- **Believers (creyentes):** son personas conservadoras y convencionales que tienen creencias concretas y ataduras fuertes a instituciones como la familia, la iglesia, la comunidad y la nación. Suelen expresar códigos morales que están profundamente enraizados y que interpretan literalmente. Siguen rutinas establecidas y organizadas en gran parte alrededor de sus hogares y familias y de las organizaciones sociales o religiosas a las que pertenecen. Su educación, ingresos y energía son modestos, pero suficientes para satisfacer sus necesidades.
- **Achievers (triunfadores):** son personas con carrera de éxito y concentrados en su trabajo. Valoran la estructura y la estabilidad sobre el riesgo, la intimidad y la auto-exploración. Están profundamente comprometidos con sus trabajos y sus familias. El trabajo les proporciona sentido del deber, recompensas materiales y prestigio. Sus vidas sociales reflejan su atención hacia el trabajo y giran en torno a la familia, la iglesia y la empresa. Son políticamente conservadores, respetan la autoridad y favorecen el statu quo establecido. Dan importancia a la imagen.
- **Strivers (luchadores):** son personas que buscan la motivación, la autodefinición y la aprobación del mundo que los rodea. Se sienten inseguros de sí mismos y de sus escasos recursos psicológicos, económicos y sociales. Están muy preocupados por las opiniones y la aprobación de los demás. Definen el éxito por la disponibilidad de dinero, ya que no cuentan con suficientes recursos económicos y, a menudo, piensan

ANEXO VII

que la vida ha sido dura con ellos. Tratan de emular a los que tienen abundantes posesiones materiales.

- ***Experiencers (experimentadores)***: son personas jóvenes, vitales, entusiastas, impulsivas y rebeldes. Buscan la variedad y la excitación y disfrutan con lo nuevo y lo arriesgado. Están configurando sus valores de vida y sus patrones de comportamiento. Se entusiasman rápidamente por cosas nuevas, pero también pierden interés con facilidad. Desempeñan la autoridad y el conformismo, pero respetan la riqueza, el prestigio y el poder de otros.
- ***Makers (realizadores)***: son personas prácticas que disponen de dotes constructivas y autosuficientes, viven en un contexto tradicional de familia, trabajo y ocio físico, y muestran poco interés por lo demás. Son políticamente conservadores y respetuosos con la autoridad establecida, pero contrarios a la intrusión gubernamental en sus derechos. No se impresionan por las posesiones materiales, a no ser que tengan un propósito práctico.
- ***Strugglers (forzados)***: son personas con vidas condicionadas. Sufren pobreza crónica, tienen un bajo nivel educativo y una baja capacitación profesional. Carecen de relaciones sociales significativas. Suelen ser mayores y estar preocupados por su salud. A menudo están resignados con su situación y presentan una actitud pasiva frente a la vida. Están limitados por la presión de satisfacer sus necesidades básicas del momento.



ANEXO A

LOCALIZACIÓN DEL EXPEDIENTE TRAMITADO POR ATB

Comunicació identificativa de la documentació en poder de l'Agència de Turisme
Comunicación identificativa de la documentación en poder de la Agencia de turismo

Identificació del procediment i el tràmit
Identificación del procedimiento y el trámite

(sol·licitud d'inici del procediment, resposta al requeriment,...)
(solicitud de inicio del procedimiento, respuesta al requerimiento,...)

Declarant/*Declarante*

Nom i llinatges/ <i>Nombre y apellidos</i> :	
DNI/NIF:	
Adreça de notificació o dades del mitjà preferent (posau les dades de l'opció escollida): <i>Dirección de notificación o datos del medio preferente (indicar los datos de la opción escogida)</i> :	
Localitat/ <i>Localidad</i> :	Codi postal/ <i>Código postal</i> :
Municipi/ <i>Municipio</i> :	Província/ <i>Provincia</i> :
Telèfon/ <i>Teléfono</i> :	Fax:
Adreça electrònica/ <i>Dirección electrónica</i> :	

Representant/*Representante*

Nom i llinatges/ <i>Nombre y apellidos</i> :	
DNI/NIF:	
Adreça de notificació o dades del mitjà preferent (posau les dades de l'opció escollida): <i>Dirección de notificación o datos del medio preferente (indicar los datos de la opción escogida)</i> :	
Localitat/ <i>Localidad</i> :	Codi postal/ <i>Código postal</i> :
Municipi/ <i>Municipio</i> :	Província/ <i>Provincia</i> :
Telèfon/ <i>Teléfono</i> :	Fax:
Adreça electrònica/ <i>Dirección electrónica</i> :	

ANEXO A

D'acord amb el Decret 6/2013, de mesures de simplificació documental dels procediments administratius,

De acuerdo con el Decreto 6/2013, de medidas de simplificación documental de los procedimientos administrativos,

COMUNIC/COMUNICO:

Que les dades que permeten identificar l'expedient, en què consta/en el/els document/s requerit/s per la normativa vigent són les següents:

Que los datos que permiten identificar el expediente, registro, base de datos o similar, en que consta/an el/los documento/s requerido/s por la normativa vigente son los siguientes:

Identificació del document 1/*Identificación del documento 1:*

Identificació de l'expedient, registre, base de dades o d'altres:

Identificación del expediente, registro, base de datos u otros:

Òrgan/*Órgano:*

Codi segur de verificació (si escau)/*Código seguro de verificación (en su caso):*

[signatura/firma]