

Secció III. Altres disposicions i actes administratius

ADMINISTRACIÓ DE LA COMUNITAT AUTÒNOMA CONSELLERIA DE TURISME I ESPORTS

820

Resolució del president de l'ATB, de 14 de gener de 2013, per la qual s'aproven les bases de la convocatòria per a la realització de convenis de col·laboració d'operadors turístics, companyies aèries o comercialitzadors de l'oferta turística en línia, amb l'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB) en accions promocionals concretes de les Illes Balears durant l'any 2013 sota la modalitat de co-màrqueting promocional

La Conselleria de Turisme i Esports, a través de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (d'ara endavant l'ATB), presenta una convocatòria pública dins d'un marc de col·laboració públic i privat que permeti unir esforços i consolidar la notorietat de les marques als mercats i segments que s'estableixen en el Pla Integral de les Illes Balears 2012-2015 (d'ara endavant PITIB), en temporada *shoulder* (mitjana), mitjançant l'aplicació del *co-màrqueting* en accions promocionals concretes proposades per entitats privades.

El *co-màrqueting* és una pràctica mitjançant la qual dues empreses cooperen per a obtenir un benefici comú cercant sinergies que incideixin en el producte, el preu o la logística, unint esforços promocionals que incrementin el seu volum de vendes i que ofereixin als seus respectius clients un augment en el valor ofert i percebut (principi d'eficiència i eficàcia).

Gràcies a la posada en marxa d'accions promocionals concretes en modalitat de *co-màrqueting*, les empreses col·laboradores i les destinacions/marques gestionades per l'ATB uniran part dels seus esforços (pressuposts) promocionals ajudant a incrementar, de manera conjunta la seva presència en els mitjans de comunicació, la qual cosa comporta una major notorietat i, per tant, facilitat per assolir els objectius de comunicació d'ambdues entitats.

És una estratègia *win-win* que ofereix no solament avantatges competitius sinó que també permet incrementar de forma global els pressuposts que destinen a promoció les entitats que participen i, per tant, reduir costos ampliant objectius.

Amb aquesta convocatòria es pretén la promoció concreta i efectiva de la destinació Illes Balears mitjançant la unió estratègica promocional dels actius econòmics de les entitats interessades en participar i l'ATB, lligat al trinomi marca/producte/mercat que s'estableix en el Pla Integral de Turisme de les Illes Balears 2012-2015.

Amb això, s'estableix una acció conjunta que potencia la rendibilitat en la gestió dels recursos tant públics com privats. Així mateix, el *co-màrqueting* promocional reforça la imatge de marca de les entitats que hi participen, convertint-se els seus atributs en eines de tracció de la demanda.

La temporada *shoulder*, segons s'extreu de la gràfica anual d'arribades de turistes a les Illes Balears plasmada en el "Model actual de turisme" recollit en el PITIB (2012-2015), és aquella que comprèn els mesos de març, abril, maig, setembre, octubre i novembre. Així mateix, aquesta convocatòria va dirigida a potenciar promocionalment la temporada esmentada amb la finalitat d'incrementar el nombre de turistes que visiten la nostra destinació.

Entre les finalitats de l'ATB, d'acord amb l'article 2.5 del Decret 26/2012, de 30 de març, pel qual es reorganitza, reestructura i regula l'empresa pública encarregada de la promoció turística de les Illes Balears, cal destacar la de fomentar i impulsar iniciatives del sector turístic amb vista a la promoció del turisme balear, així com la de coordinar, impulsar, gestionar i executar les activitats de promoció turística interior i exterior.

Per tot això, aprovat pel Consell de Direcció de dia 14 de gener de 2012, dict les bases d'aquesta convocatòria que figuren annexes a aquesta Resolució.

Aquesta Resolució té efectes des del dia següent de la seva publicació al BOIB.

Palma de Mallorca, 14 de gener de 2013

El president de l'ATB
Carlos Delgado Truyols

**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears**ANNEX BASES****1. Objecte**

L'objecte d'aquesta convocatòria, pública i oberta, és oferir a empreses o entitats privades nacionals i internacionals, l'activitat principal de les quals s'incardini dins d'operador turístic, companyia aèria o comercialitzador de l'oferta turística en línia, l'oportunitat de proposar a l'ATB la realització d'accions concretes en la promoció de la destinació, fora del seu òptic actual, per a 2013 sota la modalitat de comàrqueting.

Les propostes que es presentin han de seguir l'òptic d'accions de l'ATB per a 2013, el qual s'ajusta a la combinació marca/producte/mercat descrita en el PITIB.

2. Imports màxims de sol·licitud

Les entitats i empreses interessades a participar en aquesta convocatòria poden sol·licitar una col·laboració a l'ATB en les condicions següents:

Les propostes lliurades es classificaran segons la marca per a la qual se sol·licita la col·laboració; per tant, les valoracions es faran de forma transversal entre totes les sol·licituds presentades a una mateixa marca concreta.

Això suposa que amb càrrec al contracte d'agència de publicitat es duran a terme les col·laboracions de comàrqueting dividides de la manera següent:

MARCA	%	TOTAL
Mallorca	23%	46.000 €
Menorca	15%	30.000 €
Eivissa	18%	36.000 €
Formentera	10%	20.000 €
Palma de Mallorca	7%	14.000 €
Totes les marques	27%	54.000 €
TOTAL	100%	200.000 €



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

Per tant, els sol·licitants com a màxim poden demanar una col·laboració per un import que no superi els establerts a la taula següent :

MARCA	IMPORT MÀXIM DE LES CAMPANYES
Mallorca	15.333,33 €
Menorca	10.000 €
Eivissa	12.000 €
Formentera	6.666,66 €
Palma de Mallorca	4.666,66 €
Totes les marques	18.000 €

Així mateix, l'import sol·licitat (imposts inclosos) no pot excedir el 50% de l'import total de la campanya subjecta a comàrqueting.

Si sol·licitau una col·laboració per un import superior als indicats a la taula anterior o l'import sol·licitat supera el 50% de l'import total de la campanya, la vostra sol·licitud quedarà excloua.

Si la partida destinada a alguna de les marques no s'assigna, parcialment o totalment, a cap entitat, l'import esmentat es distribuiria proporcionalment entre les marques restants.

3. Termes i condicions de la col·laboració

La participació en aquesta convocatòria subjecta als principis de publicitat i concurrència, suposa l'acceptació dels termes i condicions que s'hi estableixen.

Correspon, en tot cas, a l'ATB resoldre les qüestions relatives a aquesta convocatòria, així com els termes i condicions de col·laboració.

Les campanyes proposades sota cap concepte poden lligar-se a ofertes concretes vinculades a preu, fet pel qual únicament es pot promocionar la destinació associada a la combinació marca/producte/mercat.

Les campanyes proposades no poden realitzar-se de cap manera a través dels mitjans o suports del mateix sol·licitant. Això serà motiu d'exclusió directa.

Dins del pressupost total de la campanya hi ha d'haver inclòs el cost total (producció de les arts gràfiques, desenvolupament de la campanya, inserció als canals, etc.).



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

Aquesta convocatòria va dirigida a impulsar la imatge de marca en la temporada *shoulder*, per la qual cosa les campanyes que es presentin han d'anar encaminades a incrementar l'arribada de turistes en aquests mesos (març, abril, maig, setembre, octubre i novembre). Aquelles propostes que no compleixin aquesta condició quedaran directament excloses de l'examen per la Comissió Tècnica.

Les condicions de col·laboració, la responsabilitat i gestió de les accions, els termes específics de l'ús de les marques, logos i distintius i la metodologia de treball s'establiran de mutu acord entre les parts a través de convenis de comàrqueting que es firmaran amb les empreses seleccionades posteriorment a la resolució de la convocatòria esmentada.

La col·laboració de l'ATB amb les empreses la proposta d'accions de les quals s'ajusti als requisits establerts en aquestes bases i amb les quals es firmi un conveni, es realitzarà mitjançant una col·laboració econòmica sobre el cost total de l'acció, el qual s'indica al formulari de sol·licitud (annex I), i anirà a càrrec del contracte d'agència de publicitat que liciti l'ATB amb càrrec al pressupost de l'exercici 2013.

L'ATB col·laborarà en accions de comàrqueting a través de l'empresa adjudicatària del contracte d'agència de publicitat. L'import de la col·laboració i els seus termes es concretaran al conveni que posteriorment es firmi.

Ambdues entitats (ATB i entitat col·laboradora) han de vetlar a tota hora per mantenir un comportament ètic i responsable en la gestió i execució de les accions salvaguardant al màxim la bona imatge d'ambdues entitats i de les marques que gestionen.

Si per causes d'operativitat, funcionalitat, estratègia o pressupostàries l'ATB decideix no dur a terme algun dels acords subscrits amb les entitats sol·licitants una vegada firmat el conveni, aquest es resoldria segons les condicions que s'hi estipulen..

4. Requisits dels sol·licitants

Poden sol·licitar la col·laboració totes aquelles empreses o entitats privades de caràcter nacional i internacional, l'activitat principal de les quals s'incardini dins d'operador turístic, línia aèria o comercialitzador de l'oferta turística en línia i d'acord amb les definicions següents:

- Operadors turístics: agència majorista que organitza de manera no ocasional viatges combinats i els ven o ofereix en venda directament o per mitjà d'un detallista.



**Govern de les Illes Balears**

Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

- Línies aèries: companyia dedicada al transport aeri de persones o mercaderies en l'àmbit comercial en vols regulars o no regulars (xàrter).
- Comercialitzadors de l'oferta turística en línia: agències de viatges detallistes i majorista-detallista i centrals de reserves dirigides al consumidor final que permeten la contractació dels seus serveis a través d'Internet. Els serveis que ofereixen poden ser la contractació de bitllets de transport, hotel, lloguer de cotxes, viatges combinats, entrades per a atraccions, etc. Així mateix, poden incloure serveis de valor afegit tals com blocs de prescripció de destinacions, informació pràctica, aplicacions de viatge, experiències de l'usuari.
En virtut de l'article 58.2 de la Llei 8/2012, de 19 de juliol del Turisme de les Illes Balears, són activitats de les agències de viatges l'organització, l'oferta o la venda de viatges combinats, entenent com a tals la combinació prèvia de, com a mínim, dos dels elements que s'assenyalen a continuació, venda o oferta d'acord a un preu global, quan aquesta prestació sobrepassi les 24 hores o inclogui una nit d'estada:
 - a) Transport
 - b) Allotjament
 - c) Altres serveis turístics no accessoris del transport o de l'allotjament i que constitueixin una part significativa del viatge combinat.A més de l'esmentat respecte als viatges combinats a l'article 58.3 de la mateixa llei les agències de viatges poden oferir altres serveis, dins del marc normatiu europeu. Així mateix, a l'article 59.2 de l'esmentada llei del turisme s'indica que s'entén per *central de reserva* a la persona física o jurídica que desenvolupa l'activitat d'intermediació turística que consisteix principalment a reservar serveis turístics de manera individualitzada. Les centrals de reserva no tenen capacitat per organitzar viatges combinats.

5. Accions promocionals subjectes a *comàrqueting*

Seguint la classificació d'accions promocionals establerta en el Pla Integral de Turisme de les Illes Balears 2012-2015, que diu que s'implantaràn totes aquelles relacionades amb *Embrace the Customer* (ETC.), les accions subjectes a *comàrqueting* són les següents:

Embrace the Customer (ETC): accions de màrqueting que combinen part de publicitat tradicional i publicitat interactiva. Basat en la creativitat i en la innovació en l'espai digital persegueix el disseny i desenvolupament d'experiències úniques de marca en el consumidor.



**Govern de les Illes Balears**

Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

Tipologia de l'acció:

- Vídeo promocional: peça audiovisual que promou la destinació vinculada a la marca o marques.
- *Advergaming*: la creació i desenvolupament de videojocs per publicitar la destinació vinculada a la marca o marques.
- *Tramesa*: crear, enviar i rebre missatges a través de sistemes de comunicació electrònica amb la finalitat de promoure la destinació vinculada a la marca o marques.
- Campanya viral: estratègies d'autoreplicació viral (anàlogues a l'expansió d'un virus) de continguts promocionals encaminats a aconseguir increments exponencials de reconeixement de marca. És una tècnica que usualment es combina amb el màrqueting encobert.
- Màrqueting encobert: missatge publicitari presentat com una notícia atractiva i inusual en la qual la publicitat apareix de forma velada. És una tècnica que usualment es combina amb el màrqueting viral.
- Màrqueting incentivat: estratègia per la qual s'ofereix una recompensa (premi) per participar en alguna acció (reexpedir un correu, participar en un concurs, introduir dades personals). Moltes vegades es combina amb el màrqueting viral per aconseguir una major efectivitat.
- *Buzz màrqueting*: tècnica de màrqueting en línia que utilitza el boca a orela per comunicar de manera òptima amb els usuaris d'Internet.
- SEM (*Search Engine Marketing*): és un conjunt de tècniques de màrqueting a Internet que cerca promoure un lloc web a les pàgines de resultats (SERP) d'un motor de cerca.
- DMRM (*Digital Media Relations Management*): gestió de les relacions amb els mitjans de comunicació a través de suports digitals.
- CRM (*Customers Relationship Management*): gestionar les relacions amb els potencials clients a través de suports digitals.

Tipologia del canal de distribució de l'acció:

- Web: pàgina o portal a Internet
 - Prescriptors: si la pàgina o portal té com a finalitat la recomanació. (Ej. www.minube.es)
 - Mitjans de comunicació: si la pàgina o portal és un mitjà d'informació en línia. (Ej. www.elmundo.es)
 - Comercialitzadors de l'oferta turística: si la pàgina o portal té com a finalitat la comercialització de l'oferta turística. (Ej. www.edreams.es)
 - Altres: qualsevol pàgina o portal
- Xarxes socials: espai en el qual es genera interacció social i comercial a través



**Govern de les Illes Balears**

Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

d'identitats digitals. (Ej. Facebook, Twitter, google+)

- Blocs: llocs web periòdicament actualitzats que recopilen cronològicament i temàticament textos o articles d'un o diversos autors, apareixent primer el més recent, on l'autor conserva sempre la llibertat de deixar publicat el que creu pertinent. (Ej. <http://www.pasaporteblog.com/>)
- Comunitats en línia: grup d'usuaris que a través d'una plataforma en línia comparteixen informació, plantegen dubtes i solucions que giren entorn d'una determinada temàtica. (Ej. <http://amadeuslab.com/?q=user&destination=home>)
- Apps: aplicació o programa informàtic creat per dur a terme o facilitar una tasca en un dispositiu informàtic. Aquest pot ser desenvolupat per a diferents suports:
 - Dispositius mòbils (telèfons)
 - Ordinadors personals
- Serveis basats en la geolocalització (portals web o aplicacions): es tracta de sistemes en els quals la informació presentada i/o sol·licitada gira entorn de la referenciació geogràfica. L'ús de mapes és habitual en aquests sistemes i solen estar vinculats a serveis de geolocalització existents a la xarxa que pertanyen a altres empreses. (Ej: Google maps, Esri ArcGIS)
- *Lifestreaming Channels*: portals a Internet que permeten l'emissió en directe o en diferit de continguts televisius realitzats per tercers a través d'Internet. Les empreses que ofereixen aquest tipus de serveis disposen d'infraestructures informàtiques i de telecomunicacions molt completes. També se sol permetre la interacció dels espectadors del canal amb altres serveis existents a la xarxa, bàsicament amb xarxes socials. (Ej. Lifestream.com)
- Canals audiovisuals: portals que permeten dipositar, sense cost econòmic associat, continguts audiovisuals (preferentment vídeos) als seus servidors amb la finalitat que puguin ser visualitzats/distribuïts a través d'Internet. Normalment aquest tipus de portals permeten registrar opinions o comentaris en relació amb els continguts, així com la possibilitat de valorar-los en funció de determinades escales. En l'actualitat molts d'aquests canals també disposen d'aplicacions creades per a dispositius mòbils que permeten accedir al contingut dels seus servidors. (Ej. Youtube, vimeo, Veoh)
- Canals gràfics: es tracta de portals que permeten dipositar, sense cost econòmic associat, imatges (preferentment fotografies) als seus servidors. També hi ha modalitats de pagament (comptes per a professionals o entusiastes de la fotografia) que permeten explotar el servei de manera il·limitada. Les imatges s'emmagatzemen com a àlbums que poden ser compartits amb altres usuaris de la xarxa. Les imatges solen ser etiquetades de diverses maneres, la qual cosa permet una classificació bastant exhaustiva dels continguts. Permeten registrar opinions o comentaris en relació amb els continguts. En l'actualitat molts d'aquests canals



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

també disposen d'aplicacions creades per a dispositius mòbils que permeten accedir al contingut dels seus servidors. (Ej. Flickr)

6. Documentació a presentar

Per tal de facilitar la valoració de les propostes presentades pels sol·licitants, aquests han de presentar la documentació segons s'explica a continuació. Els annexos que s'esmenten a continuació seran facilitats via correu electrònic des del Departament Jurídic de l'ATB. Els interessats poden sol·licitar-los en les següents adreces electròniques: ibalfagon@atb.caib.es, jrfiz@atb.caib.es, lbuades@atb.caib.es o en els números de telèfon 971 17 72 10 o 971 17 61 89.

- A. La sol·licitud de col·laboració s'ha de realitzar mitjançant instància dirigida al president de l'ATB, en la qual s'ha de fer constar explícitament l'empresa o entitat sol·licitant, l'activitat principal que desenvolupa, la marca gestionada per l'ATB amb la qual es desitja vincular el comàrqueting, l'import total de cost de la campanya i l'import que se sol·licita a l'ATB per a la col·laboració, desglossat en accions SEM i la resta d'accions, així com el total (inclosos tots els imports imposats). La instància esmentada ha de ser emplenada íntegrament segons el model ANNEX I (formulari de sol·licitud) contingut en aquestes bases.

Els interessats han de presentar l'esmentat formulari de sol·licitud imprès per a cada una de les campanyes/marca (gestionada per l'ATB) per a les quals s'està interessat en sol·licitar a l'ATB la col·laboració de comàrqueting. El document esmentat ha d'anar annexat al sobre tècnic corresponent.

Si no es presenta cap sobre adjunt a aquesta sol·licitud, no es requerirà esmena a l'interessat, i quedarà exclòs de la col·laboració.

No s'acceptaran aquelles sol·licituds que contenguin omissions, errors, o ratxades que impedeixin conèixer clarament la proposta.

El lliurament del formulari, per si mateix, no és objecte de valoració, sinó que serveix com a document formal de sol·licitud.

Aquesta sol·licitud ha de ser subscripta pel president de l'entitat o qui ostenti la representació de l'entitat que sol·licita la col·laboració, i formulada de conformitat amb l'article 70 de la Llei 30/1992, de 26 de novembre, de règim jurídic de les



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

administracions públiques i del procediment administratiu comú i d'acord a l'annex que s'adjunta.

Les sol·licituds de col·laboració s'han de presentar en el registre de l'ATB o als llocs prevists a l'article 38 de la Llei 30/1992. En aquest darrer cas, s'ha d'enviar al fax 971 78 46 00, o via correu electrònic (lbuaides@atb.caib.es; jrfiz@atb.caib.es; ibalfagon@atb.caib.es) un escrit que justifiqui la data de tramesa de la sol·licitud. Així mateix, quan la documentació s'envia per correu, l'entitat ha de justificar la data d'imposició de la tramesa a l'oficina de Correus i anunciar a la Direcció de l'ATB la remissió de l'oferta el mateix dia, mitjançant qualsevol dels mitjans permesos (fax o correu electrònic). Només s'admet la comunicació per correu electrònic quan així figuri indicat, en cas contrari s'entendrà que no s'admet.

El termini de presentació de les sol·licituds és de 30 dies naturals, comptats a partir del dia següent a la publicació d'aquesta convocatòria al Butlletí Oficial de les Illes Balears (BOIB).

Les sol·licituds de col·laboració han d'anar acompanyades de la documentació que s'especifica a continuació, en dos sobres independents, identificant-se a l'exterior el nom i llinatges o raó social, número de telèfon, adreça electrònica i especificant a quina marca gestionada per l'ATB va dirigida la sol·licitud en funció del seu àmbit territorial.

Quedaran excloses aquelles sol·licituds que no presentin cap sobre o que presentin tota la documentació sol·licitada (administrativa i tècnica) continguda en un mateix sobre.

B. Sobre 1: documentació administrativa

- 1) Fotocòpia acarada o compulsada del certificat d'inscripció en el registre d'associacions o escriptura de constitució de l'entitat, si escau. Si l'entitat és estrangera, traducció jurada del certificat d'inscripció en el registre oficial corresponent.
- 2) Fotocòpia acarada o compulsada dels estatuts dipositats en el registre esmentat, o degudament inscrita en el Registre Mercantil si escau. Si l'entitat és estrangera, traducció jurada del certificat d'inscripció en el registre oficial corresponent.
- 3) Còpia acarada o compulsada de la documentació acreditativa de la capacitat de la persona que representa legalment l'entitat sol·licitant per actuar en nom seu, així com del seu DNI.



**Govern de les Illes Balears**

Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

- 4) Còpia acarada o compulsada de la targeta d'identificació fiscal de l'entitat sol·licitant.
- 5) Testimoni judicial, certificació administrativa o declaració responsable atorgada davant d'una autoritat administrativa o organisme professional qualificat o mitjançant acta de manifestacions davant de notari públic, de no incórrer en les prohibicions per contractar amb l'administració segons l'article 60 del TRLCSP.
Aquesta declaració responsable, o un altre document, ha d'incloure la manifestació expressa que l'empresa no incorre en cap dels supòsits a què es refereix la Llei 2/1996, de 19 de novembre, d'incompatibilitats dels membres del Govern i dels alts càrrecs de la CAIB. Quan es tracti d'empreses d'estats membres de la Unió Europea i aquesta possibilitat sigui prevista en la legislació de l'estat respectiu, pot substituir-se per una declaració responsable, atorgada davant d'una autoritat judicial.
- 6) Acreditació d'estar al corrent de les obligacions tributàries amb l'Administració autonòmica, estatal i la Seguretat Social.
- 7) Declaració jurada de la persona responsable de l'entitat, que l'activitat principal de l'empresa o entitat s'incardina dins de les definicions de la base 4 com a operador turístic, línia aèria, i/o comercialitzador de l'oferta turística en línia.

El sobre 1 "Documentació administrativa" és únic en el cas que una mateixa entitat presenti diferents campanyes (propostes tècniques).

C. Sobre 2: documentació tècnica

La documentació següent s'ha de lliurar tant en suport digital (pendrive, CD, etc.) com imprès:

- 1) Declaració jurada que subscrigui la veracitat que l'import total de l'acció (imposts inclosos) per a la qual se sol·licita el comàrqueting i continguda a l'ANNEX I relatiu a "formulari de sol·licitud", s'adequa al preu de mercat. Els sol·licitants han de presentar l'ANNEX II, emplenat i firmat, junt amb una fotocòpia compulsada del DNI del representant legal de l'empresa o entitat i persona que firma el document.
- 2) Criteris objectius. ANNEX III. Depenent de la vostra classificació lliurau l'annex corresponent a la vostra categoria (operador turístic, línia aèria o comercialitzador de l'oferta turística en línia)
- 3) Criteris subjectius. ANNEX IV



**Govern de les Illes Balears**

Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

- 4) Memòria tècnica del projecte que complementi les dades aportades a l'ANNEX IV "Criteris subjectius" i pugui il·lustrar la campanya proposada o matisar algun dels punts exposats a l'annex esmentat.
- 5) Per acreditar que totes les dades contingudes a l'ANNEX III, relatiu a "Convocatòria convenis de col·laboració *comàrqueting*, criteris objectius" i l'ANNEX IV, "Convocatòria convenis de col·laboració *comàrqueting*, criteris subjectius", són certes, els sol·licitants han de presentar l'ANNEX V emplenat i firmat, junt amb una fotocòpia compulsada del DNI del representant legal de l'empresa o entitat i persona que firma el document.
- 6) Qualsevol altra documentació que els sol·licitants estimin oportú aportar per complementar la informació facilitada a la Comissió Tècnica.

Els annexos anteriorment descrits, així com la memòria tècnica, són únicament i exclusivament els documents que valorarà la Comissió Tècnica. Els sol·licitants han d'utilitzar els models d'annexos continguts en aquestes bases.

No s'accepten aquells annexos que tenguin omissions, errors o ratxades que impedeixin conèixer clarament la proposta, ni aquells que en suports digitals siguin il·legibles en entorns Windows o que contenguin virus, spyware o malware.

Els interessats han de presentar tota la documentació tècnica requerida anteriorment, tant impresa com en format digital, per cada una de les campanyes que desitgin proposar a la col·laboració en modalitat de *comàrqueting*.

7. Revisió de documentació administrativa i esmena d'aquesta

Els Serveis Generals de l'ATB examinaran la documentació administrativa corresponent al sobre núm. 1 i si és necessari esmenar algun document de caràcter administratiu la Direcció de l'ATB requerirà a la entitat interessada per escrit, via fax, o correu electrònic, la documentació administrativa que falti, concedint-li un termini de deu dies naturals per presentar la documentació requerida, amb la advertència expressa que, si no ho fa així, se la considerarà desistida i s'arxivarà la seva sol·licitud, segons disposa l'article 71 de la Llei 30/1992.

Pel que respecte a la documentació del sobre núm. 2, es valora amb la documentació aportada en el moment de finalització del termini establert, i per aquest motiu en aquest bloc no se sol·licitarà cap esmena; això no lleva que en qualsevol moment de la valoració,



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

la Comissió Tècnica de l'ATB no pugui sol·licitar, per qualsevol mitjà que permeti deixar-ne constància en l'expedient, els aclariments que estimi necessaris per realitzar una correcta valoració de la proposta. En aquest cas, només s'admetran aclariments de documents que ja constin a la proposta i no documentació nova que no s'hagués presentat abans de la finalització del termini establert.

8. Valoració de les propostes

La valoració de les propostes la du a terme la Comissió Tècnica nomenada pel president de l'ATB, a proposta de la Direcció de l'ATB, que avalua les sol·licituds segons el procediment explicat a continuació.

Per procedir a l'avaluació de les propostes presentades es classificaran aquestes segons la marca per a la qual s'hagi sol·licitat la col·laboració (formulari de sol·licitud Annex I):

- Mallorca
- Menorca
- Eivissa
- Formentera
- Palma de Mallorca
- Totes les marques

Per tant, les valoracions de cada una de les propostes es faran de manera transversal amb les altres sol·licituds presentades a una marca concreta.

RESUM CRITERIS DE VALORACIÓ

CRITERI	PUNTUACIÓ
8.1 Criteris objectius	80
8.2 Criteris subjectius	20
PUNTUACIÓ TOTAL	100

8.1 Criteris objectius (ANNEX III)

Les entitats o empreses que es presenten a la convocatòria han d'emplenar l'ANNEX III (corresponent segons la seva classificació) relatiu als criteris objectius de valoració de la campanya proposada per a la col·laboració en modalitat de *comàrqueting*. La valoració de criteris objectius té una qualificació màxima de **80 punts**.

Segons la classificació de l'empresa o entitat, segons la seva activitat principal han d'emplenar els annexos següents:

- Operadors turístics: ANNEX III "Convocatòria convenis de col·laboració COMÀRQUETING, criteris objectius OPERADORS TURÍSTICS"
- Línies aèries: ANNEX III "Convocatòria convenis de col·laboració





Govern de les Illes Balears

Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

COMÀRQUETING, criteris objectius LÍNIES AÈRIES "

- Comercialitzadors de l'oferta turística en línia: ANNEX III "Convocatòria convenis de col·laboració COMÀRQUETING, criteris objectius COMERCIALITZADOR OFERTA TURÍSTICA EN LÍNIA "



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears**Descripció de l'ANNEX III - OPERADORS TURÍSTICS****DESGLOSSAMENT DE LA PUNTUACIÓ DELS CRITERIS OBJECTIUS - OPERADORS TURÍSTICS**

CRITERI	PUNTUACIÓ PARCIAL
Mercat d'influència de l'OT que sol·licita la col·laboració	100
Mercat en el qual es du a terme l'acció promocional	100
Dades dels aeroports d'influència de l'acció	100
Dades de l'operador turístic	100
Tipologia de l'acció ETC	100
Canal de distribució de l'acció ETC	100
Categoria de producte al qual es vincula l'acció	100
Mes en el qual es desenvoluparia l'acció	100
PUNTUACIÓ TOTAL de la valoració de CRITERIS OBJECTIUS	($\bar{x}$ dels resultats obtinguts*80 punts)/100

$\bar{x}$ = mitjana aritmètica dels criteris (suma de la puntuació obtinguda en cada un dels criteris / nombre de criteris)

A. Encapçalament:

- Emplenau el nom de l'empresa o entitat.
- Casella blanca: marca per a la qual sol·licitau la col·laboració en modalitat *comàrqueting*: Seguint el PITIB podeu seleccionar qualsevol de les 5 marques que gestiona l'ATB o si ho preferiu la casella que indica "totes". Únicament podeu lligar la campanya de forma concreta a una de les 5 marques o a "totes" en general. Feis *click* sobre *check box*. Aquesta casella és vinculant a la marca seleccionada al formulari de sol·licitud ANNEX I, pel que ha de coincidir en ambdós documents. Aquest ítem no puntua, únicament s'exposa en aquest document a títol informatiu.
- Mercat d'influència de l'OT que sol·licita la col·laboració. Feis *click* sobre *check box*. Únicament estan reflectits els mercats que s'estableixen en el Pla Integral de Turisme de les Illes Balears 2012-2015 (PITIB). Per a la seva puntuació s'ha pres com a referència l'arribada percentual de turistes a les Illes Balears el 2011, segons l'informe "El turisme a les Illes Balears (dades informatives - anuari)" i el criteri de priorització de mercats de l'ATB.



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

Espanya	28,23	Suècia	1,27
Regne Unit	21,67	Finlàndia	0,13
Alemanya	27,35	Rússia	2,19
França	3,16	Polònia	0,38
Itàlia	4,86	Israel	0,01
Suïssa	2,69	Bulgària	0,05
Dinamarca	1,12	Rep. Txeca	0,23
Bèlgica	0,89	Ucraïna	0,03
Àustria	1,59	Canadà	0,01
Irlanda	0,79	EUA	0,01
Països Baixos	1,57	Altres	0
Portugal	0,96		
Noruega	0,81		
		TOTAL PUNTS	100

B. Informació genèrica:

- Mercat en el qual es du a terme l'acció promocional. Feis *click* sobre *check box*. Únicament estan reflectits els mercats que s'estableixen en el Pla Integral de Turisme de les Illes Balears 2012-2015 (PITIB). Per a la seva puntuació s'ha pres com a referència l'arribada percentual de turistes a les Illes Balears el 2011, segons l'informe "El turisme a les Illes Balears (dades informatives - anuari)" i el criteri de priorització de mercats de l'ATB.

Espanya	28,23	Suècia	1,27
Regne Unit	21,67	Finlàndia	0,13
Alemanya	27,35	Rússia	2,19
França	3,16	Polònia	0,38
Itàlia	4,86	Israel	0,01
Suïssa	2,69	Bulgària	0,05
Dinamarca	1,12	Rep. Txeca	0,23
Bèlgica	0,89	Ucraïna	0,03
Àustria	1,59	Canadà	0,01
Irlanda	0,79	EUA	0,01
Països Baixos	1,57	D'altres	0
Portugal	0,96		
Noruega	0,81		
		TOTAL PUNTS	100

C. Dades dels aeroports d'influència de l'acció:

- Aeroport/s d'influència de l'acció. Indica el nom/s de l'aeroport/s sobre el qual



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

incidirà l'acció promocional. Si és una acció per al mercat en general heu d'indicar com a màxim els tres aeroports des dels quals opereu.

- Codi IATA dels aeroports anteriorment exposats.
- Volum emissió de passatgers a la destinació d'influència en temporada *shoulder* (d'ara endavant temporada S). Indica el volum de passatgers dels aeroports anteriorment esmentats. En cas de vincular l'acció amb la marca/destinació Formentera es pren com a referència de destinació l'aeroport d'Eivissa.

Per obtenir la puntuació del criteri s'aplica la següent fórmula al total de la suma del volum de passatgers dels aeroports indicats. Com a màxim s'atorguen 100 punts.

$$P_i = P_m \left(\frac{O_i - O_m}{O_a - O_m} \right)$$

P_i = puntuació de l'oferta en qüestió

P_m = puntuació màxima (100 punts)

O_i = oferta en qüestió presentada

O_m = oferta més baixa de les presentades

O_a = oferta més alta de les presentades

El sol·licitant que proposa l'oferta més avantatjosa obté la màxima puntuació mentre que l'oferta menys avantatjosa obté 0 punts.

D. Dades de l'operador turístic:

- Dades de l'any 2012 referides al volum de turistes de l'operador turístic en qüestió, des dels aeroports d'influència cap a la destinació d'influència en temporada S. Indica a la casella corresponent les dades referides als mesos. La casella total realitza l'operació de forma automàtica.
- Dades de previsió de l'any 2013 referides al volum de turistes de l'operador turístic en qüestió, des dels aeroports d'influència cap a la destinació d'influència en temporada S. Indica a la casella corresponent les dades referides als mesos. La casella total realitza l'operació de manera automàtica.
- Diferencial entre les dades de l'any 2012 i les dades de previsió de l'any 2013 en relació amb el volum de turistes. Totes les caselles realitzen el càlcul automàticament.

Per obtenir la puntuació del criteri s'aplica la fórmula següent al "Diferencial entre les dades de l'any 2012 i les dades de previsió de l'any 2013 en relació amb el volum de turistes". Com a màxim s'atorguen 100 punts.



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

$$P_i = P_m \left(\frac{O_i - O_m}{O_a - O_m} \right)$$

P_i = puntuació de l'oferta en qüestió

P_m = puntuació màxima (100 punts)

O_i = oferta en qüestió presentada

O_m = oferta més baixa de les presentades

O_a = oferta més alta de les presentades

El sol·licitant que proposa l'oferta més avantatjosa obté la màxima puntuació mentre que l'oferta menys avantatjosa obté 0 punts.

E. Dades de l'acció proposada:

- Tipologia de l'acció *Embrace the Customer* (ETC) proposada. Indica el tipus d'accions que dureu a terme. Feis *click* sobre *check box*. Podeu seleccionar tots els ítems que estiguin relacionats amb les accions proposades.

La puntuació assignada per a aquest criteri és la següent:

Vídeo promocional	14
Advergaming	9
Mailing	5
Campanya viral	18
Màrqueting encobert	8
Màrqueting incentivat	11
Buzz Marketing	7
SEM	12
DMRM	6
CRM	10
TOTAL PUNTS	100

- Canal de distribució de l'acció *Embrace the Customer* (ETC) proposada. Indica el tipus d'accions que dureu a terme. Feis *click* sobre *check box*. Podeu seleccionar tots els ítems que estiguin relacionats amb les accions proposades. En relació amb els ítems *Web* i *Apps* heu d'especificar:
 - Web*: si aquestes són de prescriptors, mitjans de comunicació, comercialitzadors de l'oferta turística o pertanyen a altres categories.
 - Apps*: si l'aplicació anirà destinada a mòbils o a ordinadors personals.



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

La puntuació assignada per a aquest criteri és la següent:

Web	1
Prescriptors	11
Mitjans de comunicació	7
Comercialitzadors d'oferta turística	9
Altres	5
Xarxes	12
Blocs / comunitats	7
Apps	1
Mòbils	9
Ordinador personal	5
Serv. geolocalització	6
Lifestreamings Channels	7
Canals audiovisuals	12
Canals gràfics	8
TOTAL PUNTS	100

- Categoria de producte a què es vincula l'acció. Feis *click* sobre *check box*. Les categories que s'indiquen són les que es determinen en el PITIB (2012-2015). Podeu seleccionar tots els ítems que estiguin relacionats amb les accions proposades.

La puntuació assignada per a aquest criteri és la següent:

Costa i litoral	3
MICE	10
Naturalesa	14
Cultura	14
Gastronomia	14
Esports	14
Oci	7
Salut	7
Urbà	7
Accessibilitat	10
TOTAL PUNTS	100

- Mes en el qual es desenvoluparia l'acció. Feis *click* sobre *check*. Podeu seleccionar tots els ítems que estiguin relacionats amb les accions proposades.



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

La puntuació assignada per a aquest criteri és la següent:

Març	17
Abril	13
Maig	10
Juny	2
Juliol	2
Agost	10
Setembre	17
Octubre	13
Novembre	10
Desembre	6
TOTAL PUNTS	100

F. Puntuació total de la valoració dels criteris objectius:

La puntuació total de la valoració dels criteris objectius s'obté realitzant:

1r) La mitjana aritmètica dels resultats obtinguts en els criteris anteriorment exposats.
(ANNEX III OPERADORS TURÍSTICS APARTATS A, B, C, D, E/8)

2n) La ponderació dels criteris OBJECTIUS és de 80 sobre el total de la puntuació general que suma 100, pel que al resultat obtingut de la mitjana aritmètica ($\bar{X}$) s'aplica la fórmula següent:

$$P_i = (\bar{X} * P_m) / 100$$

P_i = puntuació de l'oferta en qüestió

$\bar{X}$ = mitjana aritmètica dels resultats obtinguts (punt 1r)

P_m = puntuació màxima dels criteris objectius (80 punts)

**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears**Descripció de l'ANNEX III - LÍNIES AÈRIES****DESGLOSSAMENT DE LA PUNTUACIÓ DELS CRITERIS OBJECTIUS - LÍNIES AÈRIES**

CRITERI	PUNTUACIÓ PARCIAL
Mercat d'influència de la línia aèria que sol·licita la col·laboració	100
Mercat en el qual es du a terme l'acció promocional	100
Dades dels aeroports d'influència de l'acció	100
Dades de la línia aèria - Diferencial entre les dades de l'any 2012 i les dades de previsió de l'any 2013 en relació amb el <u>volum de turistes</u>	100
Dades de la línia aèria - Diferencial entre les dades de l'any 2012 i les dades de previsió de l'any 2013 en relació amb les <u>frequències mensuals</u>	100
Tipologia de l'acció ETC	100
Canal de distribució de l'acció ETC	100
Categoria de producte a què es vincula l'acció	100
Mes en el qual es desenvoluparia l'acció	100
PUNTUACIÓ TOTAL de la valoració de CRITERIS OBJECTIUS	($\bar{x}$ dels resultats obtinguts*80 punts)/100

$\bar{x}$ = mitjana aritmètica dels criteris (suma de la puntuació obtinguda en cada un dels criteris / nombre de criteris)

A. Encapçalament:

- Emplenau el nom de l'empresa o entitat.
- Casella blanca: marca per a la qual sol·licitau la col·laboració en modalitat *comàrqueting*: Seguint el PITIB podeu seleccionar qualsevol de les 5 marques que gestiona l'ATB o si ho preferiu la casella que indica "totes". Únicament podeu lligar la campanya de forma concreta a una de les 5 marques o a "totes" en general. Feis *click* sobre *check box*. Aquesta casella és vinculant a la marca seleccionada al formulari de sol·licitud ANNEX I, pel que ha de coincidir en ambdós documents. Aquest ítem no puntua, únicament s'exposa en aquest document a títol informatiu.
- Mercat d'influència de la línia aèria que sol·licita la col·laboració. Feis *click* sobre *check box*. Únicament estan reflectits els mercats que s'estableixen en el Pla Integral de Turisme de les Illes Balears 2012-2015 (PITIB). Per a la seva puntuació s'ha pres com a referència l'arribada percentual de turistes a les Illes Balears el 2011, segons l'informe "El turisme a les Illes Balears (dades informatives - anuari)" i el criteri de prioritització de mercats de l'ATB.



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

Espanya	28,23	Suècia	1,27
Regne Unit	21,67	Finlàndia	0,13
Alemanya	27,35	Rússia	2,19
França	3,16	Polònia	0,38
Itàlia	4,86	Israel	0,01
Suïssa	2,69	Bulgària	0,05
Dinamarca	1,12	Rep. Txeca	0,23
Bèlgica	0,89	Ucraïna	0,03
Àustria	1,59	Canadà	0,01
Irlanda	0,79	EUA	0,01
Països Baixos	1,57	D'altres	0
Portugal	0,96		
Noruega	0,81		
		TOTAL PUNTS	100

B. Informació genèrica:

- Mercat en el qual es du a terme l'acció promocional. Feis *click* sobre *check box*. Únicament estan reflectits els mercats que s'estableixen en el Pla Integral de Turisme de les Illes Balears 2012-2015 (PITIB). Per a la seva puntuació s'ha pres com a referència l'arribada percentual de turistes a les Illes Balears el 2011, segons l'informe "El turisme a les Illes Balears (dades informatives - anuari)" i el criteri de priorització de mercats de l'ATB.

Espanya	28,23	Suècia	1,27
Regne Unit	21,67	Finlàndia	0,13
Alemanya	27,35	Rússia	2,19
França	3,16	Polònia	0,38
Itàlia	4,86	Israel	0,01
Suïssa	2,69	Bulgària	0,05
Dinamarca	1,12	Rep. Txeca	0,23
Bèlgica	0,89	Ucraïna	0,03
Àustria	1,59	Canadà	0,01
Irlanda	0,79	EUA	0,01
Països Baixos	1,57	Altres	0
Portugal	0,96		
Noruega	0,81		
		TOTAL PUNTS	100

C. Dades dels aeroports d'influència de l'acció:

- Aeroport/s d'influència de l'acció. Indica el nom/s de l'aeroport/s sobre el qual



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

incidirà l'acció promocional. En cas que sigui una acció per al mercat en general heu d'indicar com a màxim els tres aeroports des dels quals operau.

- Codi IATA dels aeroports anteriorment esmentats.
- Volum emissió de passatgers a la destinació d'influència en temporada *shoulder* (d'ara endavant temporada S). Indicau el volum de passatgers dels aeroports anteriorment esmentats. En cas de vincular l'acció amb la marca/destinació Formentera es pren com a referència de destinació l'aeroport d'Eivissa.

Per obtenir la puntuació del criteri s'aplica la fórmula següent al total de la suma del volum de passatgers dels aeroports indicats. Com a màxim s'atorguen 100 punts.

$$P_i = P_m \left(\frac{O_i - O_m}{O_a - O_m} \right)$$

P_i = puntuació de l'oferta en qüestió

P_m = puntuació màxima (100 punts)

O_i = oferta en qüestió presentada

O_m = oferta més baixa de les presentades

O_a = oferta més alta de les presentades

El sol·licitant que proposa l'oferta més avantatjosa obté la màxima puntuació mentre que l'oferta menys avantatjosa obté 0 punts.

D. Dades de la línia aèria:

- Volum de turistes:
 - Dades de l'any 2012 referides al volum de turistes de la companyia aèria en qüestió, des dels aeroports d'influència cap a la destinació d'influència en temporada S. Indicau a la casella corresponent les dades referides als mesos. La casella total realitza l'operació de forma automàtica.
 - Dades de previsió de l'any 2013 referides al volum de turistes de la companyia aèria en qüestió, des dels aeroports d'influència cap a la destinació d'influència en temporada S. Indicau a la casella corresponent les dades referides als mesos. La casella total realitza l'operació de forma automàtica.
 - Diferencial entre les dades de l'any 2012 i les dades de previsió de l'any 2013 en relació amb el volum de turistes. Totes les caselles realitzen el càlcul automàticament.

Per obtenir la puntuació del criteri s'aplica la fórmula següent al "Diferencial entre les dades de l'any 2012 i les dades de previsió de l'any 2013 en relació amb el volum de turistes". Com a màxim s'atorguen 100 punts.



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

$$P_i = P_m \left(\frac{O_i - O_m}{O_a - O_m} \right)$$

 P_i = puntuació de l'oferta en qüestió P_m = puntuació màxima (100 punts) O_i = oferta en qüestió presentada O_m = oferta més baixa de les presentades O_a = oferta més alta de les presentades

El sol·licitant que proposa l'oferta més avantatjosa obté la màxima puntuació mentre que l'oferta menys avantatjosa obté 0 punts.

■ Freqüències mensuals:

- Dades de l'any 2012 referides a les freqüències mensuals totals de la companyia aèria en qüestió, des dels aeroports d'influència cap a la destinació d'influència en temporada S. Indica a la casella corresponent les dades referides als mesos. La casella total realitza l'operació de forma automàtica.
- Dades de previsió de l'any 2013 referides a les freqüències mensuals totals de la companyia aèria en qüestió, des dels aeroports d'influència cap a la destinació d'influència en temporada S. Indica a la casella corresponent les dades referides als mesos. La casella total realitza l'operació de forma automàtica.
- Diferencial entre les dades de l'any 2012 i les dades de previsió de l'any 2013 en relació amb les freqüències mensuals totals. Totes les caselles realitzen el càlcul automàticament.

Per obtenir la puntuació del criteri s'aplica la fórmula següent al diferencial entre les dades de l'any 2012 i les dades de previsió de l'any 2013 en relació amb el volum de turistes. Com a màxim s'atorguen 100 punts.

$$P_i = P_m \left(\frac{O_i - O_m}{O_a - O_m} \right)$$

 P_i = puntuació de l'oferta en qüestió P_m = puntuació màxima (100 punts) O_i = oferta en qüestió presentada O_m = oferta més baixa de les presentades O_a = oferta més alta de les presentades

El sol·licitant que proposa l'oferta més avantatjosa obté la màxima puntuació mentre que l'oferta menys avantatjosa obté 0 punts.



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears*E. Dades de l'acció proposada:*

- Tipologia de l'acció *Embrace the Customer* (ETC) proposada. Indica el tipus d'accions que dureu a terme. Feis *click* sobre *check box*. Podeu seleccionar tots els ítems que estiguin relacionats amb les accions proposades.

La puntuació assignada per a aquest criteri és la següent:

Vídeo promocional	14
Advergaming	9
Mailing	5
Campanya viral	18
Màrqueting encobert	8
Màrqueting incentivat	11
Buzz Marketing	7
SEM	12
DMRM	6
CRM	10
TOTAL PUNTS	100

- Canal de distribució de l'acció *Embrace the Customer* (ETC) proposada. Indica el tipus d'accions que dureu a terme. Feis *click* sobre *check box*. Podeu seleccionar tots els ítems que estiguin relacionats amb les accions proposades. En relació amb els ítems *Web* i *Apps* heu d'especificar:
 - Web*: si aquestes són de prescriptors, mitjans de comunicació, comercialitzadors de l'oferta turística o pertanyen a altres categories.
 - Apps*: si l'aplicació va destinada a mòbils o a ordinadors personals.



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

La puntuació assignada per a aquest criteri és la següent:

Web	1
Prescriptors	11
Mitjans de comunicació	7
Comercialitzadors d'oferta turística	9
Altres	5
Xarxes	12
Blocs / comunitats	7
Apps	1
Mòbils	9
Ordinador personal	5
Serv. geolocalització	6
Lifestreamings Channels	7
Canals audiovisuals	12
Canals gràfics	8
TOTAL PUNTS	100

- Categoria de producte a què es vincula l'acció. Feis *click* sobre *check box*. Les categories que s'indiquen són les que es determinen en el PITIB (2012-2015). Podeu seleccionar tots els ítems que estiguin relacionats amb les accions proposades.

La puntuació assignada per a aquest criteri és la següent:

Costa i litoral	3
MICE	10
Naturalesa	14
Cultura	14
Gastronomia	14
Esports	14
Oci	7
Salut	7
Urbà	7
Accessibilitat	10
TOTAL PUNTS	100

- Mes en el qual es desenvoluparia l'acció. Feis *click* sobre *check box*. Podeu seleccionar tots els ítems que estiguin relacionats amb les accions proposades.



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

La puntuació assignada per a aquest criteri és la següent:

Març	17
Abril	13
Maig	10
Juny	2
Juliol	2
Agost	10
Setembre	17
Octubre	13
Novembre	10
Desembre	6
TOTAL PUNTS	100

F. Puntuació total de la valoració dels criteris objectius:

La puntuació total de la valoració dels criteris objectius s'obtindrà realitzant:

1r) La mitjana aritmètica dels resultats obtinguts en els criteris anteriorment esmentats.
(ANNEX III LÍNIES AÈRIES APARTATS A, B, C, D, E/9)

2n) La ponderació dels criteris OBJECTIUS és de 80 sobre el total de la puntuació general que suma 100, pel que al resultat obtingut de la mitjana aritmètica ($\bar{X}$) s'aplica la fórmula següent:

$$P_i = (\bar{X} * P_m) / 100$$

P_i = puntuació de l'oferta en qüestió

$\bar{X}$ = mitjana aritmètica dels resultats obtinguts (punt 1r)

P_m = puntuació màxima dels criteris objectius (80 punts)



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears**Descripció de l'ANNEX III - COMERCIALITZADORS DE L'OFERTA
COMPLEMENTÀRIA EN LÍNIA (COT en línia)****DESGLOSSAMENT DE LA PUNTUACIÓ DELS CRITERIS OBJECTIUS - COT en línia**

CRITERI	PUNTUACIÓ PARCIAL
Mercat d'influència del COT en línia que sol·licita la col·laboració	100
Mercat en el qual es du a terme l'acció promocional	100
Dades dels aeroports d'influència de l'acció	100
Dades del COT en línia	100
Tipologia de l'acció ETC	100
Canal de distribució de l'acció ETC	100
Categoria de producte a què es vincula l'acció	100
Mes en el qual es desenvoluparia l'acció	100
PUNTUACIÓ TOTAL de la valoració de CRITERIS OBJECTIUS	($\bar{x}$ dels resultats obtinguts*80 punts)/100

$\bar{x}$ = mitjana aritmètica dels criteris (suma de la puntuació obtinguda en cada un dels criteris / nombre de criteris)

A. Encapçalament:

- Emplenau el nom de l'empresa o entitat.
- Casella blanca: marca per a la qual sol·licitau la col·laboració en modalitat *comàrqueting*. Seguint el PITIB podeu seleccionar qualsevol de les 5 marques que gestiona l'ATB o si ho preferiu la casella que indica "totes". Únicament podeu lligar la campanya de manera concreta a una de les 5 marques o a "totes" en general. Feis *click* sobre *check box*. Aquesta casella és vinculant a la marca seleccionada al formulari de sol·licitud ANNEX I, pel que ha de coincidir en ambdós documents. Aquest ítem no puntua, únicament s'exposa en aquest document a títol informatiu.
- Mercat d'influència del COT en línia que sol·licita la col·laboració. Feis *click* sobre *check box*. Únicament estan reflectits els mercats que s'estableixen en el Pla Integral de Turisme de les Illes Balears 2012-2015 (PITIB). Per a la seva puntuació s'ha pres com a referència l'arribada percentual de turistes a les Illes Balears el 2011, segons l'informe "El turisme a les Illes Balears (dades informatives - anuari)" i el criteri de priorització de mercats de l'ATB.



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

Espanya	28,23	Suècia	1,27
Regne Unit	21,67	Finlàndia	0,13
Alemanya	27,35	Rússia	2,19
França	3,16	Polònia	0,38
Itàlia	4,86	Israel	0,01
Suïssa	2,69	Bulgària	0,05
Dinamarca	1,12	Rep. Txeca	0,23
Bèlgica	0,89	Ucraïna	0,03
Àustria	1,59	Canadà	0,01
Irlanda	0,79	EUA	0,01
Països Baixos	1,57	Altres	0
Portugal	0,96		
Noruega	0,81		
		TOTAL PUNTS	100

B. Informació genèrica:

- Mercat en el qual es du a terme l'acció promocional. Feis *click* sobre *check box*. Únicament estan reflectits els mercats que s'estableixen en el Pla Integral de Turisme de les Illes Balears 2012-2015 (PITIB). Per a la seva puntuació s'ha pres com a referència l'arribada percentual de turistes a les Illes Balears el 2011, segons l'informe "El turisme a les Illes Balears (dades informatives - anuari)" i el criteri de priorització de mercats de l'ATB.

Espanya	28,23	Suècia	1,27
Regne Unit	21,67	Finlàndia	0,13
Alemanya	27,35	Rússia	2,19
França	3,16	Polònia	0,38
Itàlia	4,86	Israel	0,01
Suïssa	2,69	Bulgària	0,05
Dinamarca	1,12	Rep. Txeca	0,23
Bèlgica	0,89	Ucraïna	0,03
Àustria	1,59	Canadà	0,01
Irlanda	0,79	EUA	0,01
Països Baixos	1,57	D'altres	0
Portugal	0,96		
Noruega	0,81		
		TOTAL PUNTS	100

C. Dades dels aeroports d'influència de l'acció:

- Aeroport/s d'influència de l'acció. Indica el nom/s de l'aeroport/s sobre el qual



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

incidirà l'acció promocional. En cas que sigui una acció per al mercat en general heu d'indicar com a màxim els tres aeroports des dels quals operau.

- Codi IATA dels aeroports anteriorment esmentats.
- Volum emissió de passatgers a la destinació d'influència en temporada *shoulder* (d'ara endavant temporada S). Indica el volum de passatgers dels aeroports anteriorment esmentats. En cas de vincular l'acció amb la marca/destinació Formentera es pren com a referència de destinació l'aeroport d'Eivissa.

Per obtenir la puntuació del criteri s'aplica la fórmula següent al total de la suma del volum de passatgers dels aeroports indicats. Com a màxim s'atorguen 100 punts.

$$P_i = P_m \left(\frac{O_i - O_m}{O_a - O_m} \right)$$

P_i = puntuació de l'oferta en qüestió

P_m = puntuació màxima (100 punts)

O_i = oferta en qüestió presentada

O_m = oferta més baixa de les presentades

O_a = oferta més alta de les presentades

El sol·licitant que proposa l'oferta més avantatjosa obté la màxima puntuació mentre que l'oferta menys avantatjosa obté 0 punts.

D. Dades del COT en línia:

- Dades de l'any 2012 referides al volum de turistes del COT en línia en qüestió, des dels aeroports d'influència cap a la destinació d'influència en temporada S. Indica a la casella corresponent les dades referides als mesos. La casella total realitza l'operació de forma automàtica.
- Dades de previsió de l'any 2013 referides al volum de turistes del COT en línia en qüestió, des dels aeroports d'influència cap a la destinació d'influència en temporada S. Indica a la casella corresponent les dades referides als mesos. La casella total realitza l'operació de manera automàtica.
- Diferencial entre les dades de l'any 2012 i les dades de previsió de l'any 2013 en relació amb el volum de turistes. Totes les caselles realitzen el càlcul automàticament.

Per obtenir la puntuació del criteri s'aplica la fórmula següent al diferencial entre les dades de l'any 2012 i les dades de previsió de l'any 2013 en relació amb el volum de turistes. Com a màxim s'atorguen 100 punts.



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

$$P_i = P_m \left(\frac{O_i - O_m}{O_a - O_m} \right)$$

Pi = puntuació de l'oferta en qüestió

Pm = puntuació màxima (100 punts)

Oi = oferta en qüestió presentada

Om = oferta més baixa de les presentades

Oa = oferta més alta de les presentades

El sol·licitant que proposa l'oferta més avantatjosa obté la màxima puntuació mentre que l'oferta menys avantatjosa obté 0 punts.

E. Dades de l'acció proposada:

- Tipologia de l'acció *Embrace the Customer* (ETC.) proposada. Indica el tipus d'accions que dureu a terme. Feis *click* sobre *check box*. Podeu seleccionar tots els ítems que estiguin relacionats amb les accions proposades.

La puntuació assignada per a aquest criteri és la següent:

Vídeo promocional	14
Advergaming	9
Mailing	5
Campanya viral	18
Màrqueting encobert	8
Màrqueting incentivat	11
Buzz Marketing	7
SEM	12
DMRM	6
CRM	10
TOTAL PUNTS	100

- Canal de distribució de l'acció *Embrace the Customer* (ETC.) proposada. Indica el tipus d'accions que dureu a terme. Feis *click* sobre *check box*. Podeu seleccionar tots els ítems que estiguin relacionats amb les accions proposades. En relació amb els ítems *Web* i *Apps* heu d'especificar:
 - Web*: si aquestes són de prescriptors, mitjans de comunicació, comercialitzadors de l'oferta turística o pertanyen a altres categories.
 - Apps*: si l'aplicació va destinada a mòbils o a ordinadors personals.



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

La puntuació assignada per a aquest criteri és la següent:

Web	1
Prescriptors	11
Mitjans de comunicació	7
Comercialitzadors d'oferta turística	9
Altres	5
Xarxes	12
Blocs / comunitats	7
Apps	1
Mòbils	9
Ordinador personal	5
Serv. geolocalització	6
Lifestreamings Channels	7
Canals audiovisuals	12
Canals gràfics	8
TOTAL PUNTS	100

- Categoria de producte a què es vincula l'acció. Feis *click* sobre *check box*. Les categories que s'indiquen són les que es determinen en el PITIB (2012-2015). Podeu seleccionar tots els ítems que estiguin relacionats amb les accions proposades.

La puntuació assignada per a aquest criteri és la següent:

Costa i litoral	3
MICE	10
Naturalesa	14
Cultura	14
Gastronomia	14
Esports	14
Oci	7
Salut	7
Urbà	7
Accessibilitat	10
TOTAL PUNTS	100

- Mes en el qual es desenvoluparia l'acció. Feis *click* sobre *check box*. Podeu seleccionar tots els ítems que estiguin relacionats amb les accions proposades.



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

La puntuació assignada per a aquest criteri és la següent:

Març	17
Abril	13
Maig	10
Juny	2
Juliol	2
Agost	10
Setembre	17
Octubre	13
Novembre	10
Desembre	6
TOTAL PUNTS	100

F. Puntuació total de la valoració dels criteris objectius:

La puntuació total de la valoració dels criteris objectius s'obté realitzant:

1r) La mitjana aritmètica dels resultats obtinguts en els criteris anteriorment esmentats.
(ANNEX III COT en línia APARTATS A, B,C, D, E/8)

2n) La ponderació dels criteris OBJECTIUS és de 80 sobre el total de la puntuació general que suma 100, pel que al resultat obtingut de la mitjana aritmètica ($\bar{X}$) s'aplica la fórmula següent:

$$P_i = (\bar{X} * P_m) / 100$$

P_i = puntuació de l'oferta en qüestió

$\bar{X}$ = mitjana aritmètica dels resultats obtinguts (punt 1r)

P_m = puntuació màxima dels criteris objectius (80 punts)

L'ANNEX III ha d'anar acompanyat d'una declaració jurada de la veracitat de les dades (ANNEX V), firmada pel representant legal de l'entitat o empresa propietària de la marca, junt amb una fotocòpia compulsada del DNI del representant legal de l'empresa o entitat i persona que firma el document.

Aquelles sol·licituds que obtenguin menys de **20 punts** en aquest apartat (criteris objectius) **seran desestimades** perquè no compleixen els requisits mínims d'adequació de la campanya als objectius estratègics de l'ATB per a 2013.



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears**8.2 Criteris subjectius (ANNEX IV)**

Les entitats o empreses que es presenten a la convocatòria han d'emplenar l'ANNEX IV relatiu als criteris subjectius de valoració de la campanya proposada per a la col·laboració en modalitat de *comàrqueting*. La valoració de criteris subjectius té una qualificació màxima de **20 punts**.

Descripció de l'ANNEX IV**A. Encapçalament:**

- Emplenau el nom de l'empresa o entitat.
- Casella taronja: activitat principal que desenvolupa l'empresa o entitat. Feis *click* sobre *check box*.
- Casella blanca: marca per a la qual sol·licitau la col·laboració en modalitat *comàrqueting*: Seguint el PITIB podeu seleccionar qualsevol de les 5 marques que gestiona l'ATB o si ho preferiu la casella que indica "totes". Únicament podeu lligar la campanya de forma concreta a una de les 5 marques o a "totes" en general. Feis *click* sobre *check box*. Aquesta casella és vinculant a la marca seleccionada al formulari de sol·licitud ANNEX I, pel que ha de coincidir en ambdós documents.

B. Informació general de la campanya:

- Nom de la campanya per a la qual sol·licitau la col·laboració.
- *Claim* de la campanya, entès com el concepte de comunicació que desitjau transmetre expressat en una frase i que acompanya a la campanya.
- Mes en què es desenvolupa l'acció: segons el sol·licitant ha indicat en els criteris objectius. Aquest criteri ha estat valorat a l'ANNEX IV "Criteris objectius"; únicament s'exposa en aquest document a títol informatiu.
- Indicau si la campanya està vinculada a promocionar la destinació en un període de vacances en concret del mercat en què es realitza. Si és el cas, heu d'indicar les dates del període de vacances i la descripció d'aquest (si correspon a Setmana Santa, a ponts, vacances dels centres escolars, etc.).
- Públic objectiu: heu de realitzar una breu descripció d'aquest (característiques descriptives). Així mateix, heu d'emplenar els ítems relacionats amb les característiques següents: sexe, edat, nivell social i econòmic i nivell d'estudis. Feis *click* sobre *check box*.

C. Descripció de les accions Embrace the Customer (ETC)

Les accions que es valoren corresponen al mitjà en línia que combina part de publicitat tradicional i part de publicitat interactiva. Tots els ítems assenyalats amb el símbol (*) ja han estat valorats en els criteris objectius, fet pel qual únicament s'exposen en aquest document a títol informatiu.



**Govern de les Illes Balears**

Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

- **Mercat***: indicau el mercat en el qual desenvolupareu l'acció. Ha de ser el mateix ítem que heu indicat a l'ANNEX III.
- **Producte al qual es vincula***: indicau si la campanya es vincula a algun dels productes del PITIB. Ha de ser el mateix ítem que heu indicat a l'ANNEX III.
- **Tipologia de l'acció***: indicau de quina es tracta. Ha de ser el mateix ítem que heu indicat a l'ANNEX III.
- **Canal de distribució***: indicau de quin es tracta. Ha de ser el mateix ítem que heu indicat a l'ANNEX III.
- **Support**: indicau quin és el nom del suport en el qual realitzareu l'acció. (Ej. www.nationalgeographic.com/uk/, Facebook, etc.).
- **Usuaris únics del suport**: nombre d'usuaris únics (sense duplictat d'IP) que han visitat la web/pàgina/porta/bloc/comunitat/canal en un període de temps determinat. L'ATB estableix que per a la seva valoració faciliteu la mitjana anual de l'any 2012. Les accions que utilitzen com a canal de distribució les APPS no han d'omplir aquest ítem.
- **Usuaris totals del suport**: nombre d'usuaris (independentment de la duplictat d'IP) que han visitat la web/pàgina/porta/bloc/comunitat/canal en un període de temps determinat. L'ATB estableix que per a la seva valoració faciliteu la mitjana anual de l'any 2012. Les accions que utilitzen com a canal de distribució les APPS no han d'omplir aquest ítem.
- **Previsió del volum de descàrregues**: nombre aproximat de descàrregues de l'aplicació promocional. Només han de contestar aquest ítem les accions que utilitzen com a canal de distribució les APPS.
- **CPM**: cost de l'acció per cada mil impressions.
- **Característiques específiques de l'acció promocional**: descripció de les particularitats pròpies de l'acció.
- **Cost de la inversió impostos inclosos**.

L'ANNEX IV ha d'anar acompanyat d'una declaració jurada de la veracitat de les dades (ANNEX V), firmada pel representant legal de l'entitat o empresa propietària de la marca, junt amb una fotocòpia compulsada del DNI del representant legal de l'empresa o entitat i persona que firma el document.

9. Comissió Tècnica

La Comissió Tècnica per a la valoració de les propostes presentades dins d'aquesta convocatòria la nomena el president de l'ATB, a proposta de la Direcció de l'ATB.

Aquesta Comissió està formada per un màxim de 5 membres d'entre personal tècnic



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

d'àrees de l'ATB, i el seu president és el director gerent de l'ATB. Si és necessari, tindrà ajuda de tècnics externs.

10. Fases posteriors

Una vegada finalitzada la fase d'examen de la documentació administrativa, i abans que la Comissió revisi la documentació tècnica, la secretària de les comissions executives remetrà la documentació tècnica de les propostes admeses al tècnic designat per cada marca, perquè en el termini de deu dies naturals realitzi una valoració prèvia i manifesti el que estimi convenient.

Posteriorment aquestes al·legacions són traslladades a la Comissió Tècnica, la qual realitza la valoració final. Realitzat l'informe tècnic preceptiu de cada una de les sol·licituds s'eleva a la Direcció de l'ATB, que proposarà al president la resolució per aprovar la realització dels acords de col·laboració en modalitat *comàrqueting*.

Dictada la resolució d'aprovació de la col·laboració, l'ATB inicia els tràmits administratius per formalitzar l'oportú conveni de col·laboració amb cada entitat.

Al conveni de *comàrqueting* que es firma amb les entitats o empreses col·laboradores s'estableixen les condicions de realització i execució de l'acció.

11. Protecció de dades

De conformitat amb la LO 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal, els sol·licitants queden informats i accepten la incorporació de les dades que faciliten al fitxer que creï l'ATB.

Les entitats sol·licitants estan obligades a complir l'establert a la LO 15/1999, de 13 de desembre (LOPD) i al RD 1720/2007, de 21 de desembre, pel qual s'aprova el reglament que desenvolupa la LOPD, en relació amb les dades personals a les quals tinguin accés durant la vigència dels convenis que es realitzin en el desenvolupament i execució d'aquesta convocatòria.

12. Confidencialitat

Qualsevol informació confidencial revelada per l'ATB a l'entitat amb què formalitzi accions de *comàrqueting* durant la vigència dels convenis, es mantindrà amb caràcter estrictament confidencial per al receptor, comprometent-se a utilitzar aquesta informació



**Govern de les Illes Balears**Conselleria de Turisme i Esports
Agència de Turisme de les Illes Balears

únicament per a la finalitat per a la qual li va ser revelada per l'emissor, llevat d'imperatiu legal.

El receptor ha de protegir la informació confidencial de l'emissor contra qualsevol ús no autoritzat o revelació a tercers, de la mateixa manera que protegeix la seva informació confidencial. L'accés a aquesta informació queda restringit només a aquells empleats de l'entitat col·laboradora que l'hagin de conèixer per complir amb el *comàrqueting*.

13. Règim jurídic aplicable

Les qüestions litigioses que sorgeixin entre les parts relacionades amb els efectes, execució i extinció del contracte seran competència de l'ordre jurisdiccional civil. Abans de la interposició de l'oportuna demanda s'ha d'interposar, d'acord amb l'article 61 de la Llei 3/2003, de 26 de març, de règim jurídic de l'Administració de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears, la corresponent reclamació prèvia a la via judicial.

14. Eficàcia

Aquesta resolució té efecte des del dia següent de la seva publicació en el BOIB.



ANNEX I**FORMULARI DE SOL·LICITUD**

Nom comercial de l'empresa:

Nom fiscal de l'empresa:

CIF:

Adreça:

núm.: pis:

Localitat:

Província:

País:

Telèfon:

Fax:

Correu electrònic:

Activitat principal que desenvolupa: (marcau *check box*)☐ Operador turístic☐ Companyia aèria☐ Comercialitzador oferta turística en línia*Representant legal de l'entitat sol·licitant*

Nom i llinatges:

Càrrec:

DNI:

Persona de contacte

Nom i llinatges:

Càrrec:

Telèfon:

Correu electrònic:

Marca gestionada per l'Agència de Turisme de les Illes Balears per a la qual sol·licitau el *comàrqueting*: (marcau *check box*)

Mallorca



Menorca



Eivissa



Formentera



Palma de Mallorca



Totes

Import total de la campanya subjecta a *comàrqueting*:

(imposts inclosos)

€

Import que sol·licitau a l'ATB per a la col·laboració:

(imposts inclosos)

€

S'adjunten a aquesta sol·licitud dos sobres que contenen: 1. Administratiu 2. Tècnic

I perquè consti davant de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB), expedesc i firm aquesta sol·licitud.

_____, ____ de _____ de _____
(firma i segell de l'empresa)

AL PRESIDENT DE L'ATB



**ANNEX II****DECLARACIÓ JURADA**

Sr./Sra. _____
DNI _____ en nom i representació de la persona jurídica

amb NIF _____ i domiciliada a (carrer/plaça) _____
_____ núm. _____, pis _____,
població _____, província _____,
país _____, codi postal _____.

DECLARACIÓ JURAMENT

Que l'import total de l'acció (imposts inclosos) per a la qual sol·licit el *comàrqueting* continguda a l'annex I, relatiu a "formulari de sol·licitud", s'adequa al preu de mercat.

I perquè consti i tenguí els efectes oportuns, davant de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB), expedisc i firm aquesta declaració jurada.

_____, ____ de _____ de _____
(firma i segell de l'empresa)

A LA COMISSIÓ TÈCNICA

DOCUMENTACIÓ QUE HA D'ACOMPANYAR A AQUESTA DECLARACIÓ JURADA

- Fotocòpia compulsada del DNI del representant que firma aquesta declaració.



ANNEX III

Convocatòria convenis de col·laboració

COMÀRQUETING Criteris Objectius

OPERADORS TURÍSTICS

NOMBRE DE LA EMPRESA Destino de influencia ☐ Mallorca ☐ Ibiza ☐ Palma de Mallorca ☐ Menorca ☐ Formentera ☐ Todas		Mercado de influencia del touroperador ☐ España ☐ Dinamarca ☐ Noruega ☐ Bulgaria ☐ Reino Unido ☐ Bélgica ☐ Suecia ☐ Rep. Checa ☐ Alemania ☐ Austria ☐ Finlandia ☐ Ucrania ☐ Francia ☐ Irlanda ☐ Rusia ☐ Canadá ☐ Italia ☐ Países Bajos ☐ Polonia ☐ EEUU ☐ Suiza ☐ Portugal ☐ Israel ☐ Otros				
Mercado en el cual se lleva a cabo la acción promocional ☐ España ☐ Italia ☐ Austria ☐ Noruega ☐ Polonia ☐ Ucrania ☐ Reino Unido ☐ Suiza ☐ Irlanda ☐ Suecia ☐ Israel ☐ Canadá ☐ Alemania ☐ Dinamarca ☐ Países Bajos ☐ Finlandia ☐ Bulgaria ☐ EEUU ☐ Francia ☐ Bélgica ☐ Portugal ☐ Rusia ☐ Rep. Checa ☐ Otros						
Aeropuerto/s de influencia de la acción		Código IATA	Volumen emisión de pasajeros al destino de influencia en Temporada S			
1.						
2.						
3.						
TOTAL			0			
DATOS DEL TOUROPERADOR Datos del año 2012 referidos al volumen de turistas, del touroperador en cuestión, desde los aeropuertos de influencia hacia el destino de influencia en temporada S						
Marzo	Abril	Mayo	Septiembre	Octubre	Noviembre	Total
						0
Datos de previsión del año 2013 referidos al volumen de turistas, del touroperador en cuestión, desde los aeropuertos de influencia hacia el destino de influencia en temporada S						
Marzo	Abril	Mayo	Septiembre	Octubre	Noviembre	Total
						0
Diferencial entre los datos del año 2012 y los datos de previsión del año 2013 en relación al volumen de turistas.						
Marzo	Abril	Mayo	Septiembre	Octubre	Noviembre	Total
0	0	0	0	0	0	0
DATOS DE LA ACCIÓN PROPUESTA Tipología de la acción EMBRACE THE CUSTOMER propuesta ☐ Video promocional ☐ Mailing ☐ Marketing encubierto ☐ Buzz Marketing ☐ DMRM ☐ Advergaming ☐ Campaña viral ☐ Marketing incentivado ☐ SEM ☐ CRM						
Canal de distribución de la acción EMBRACE THE CUSTOMER propuesta ☐ Web ☐ Redes Sociales ☐ Serv. geolocalización ☐ Prescriptores ☐ Blogs/Comunidades ☐ Lifestreamings Channels ☐ Medios de Comunicación ☐ Apps ☐ Canales audiovisuales ☐ Comercializadores de oferta turística ☐ Móviles ☐ Canales gráficos ☐ Otros ☐ Personal Computer						
Categoría de producto al que se vincula la acción ☐ Costa y Litoral ☐ Cultura ☐ Ocio ☐ Accesibilidad ☐ MICE ☐ Gastronomía ☐ Salud ☐ Urbanidad ☐ Naturaleza ☐ Deportes ☐ Urbano						
Mes en el cual se desarrollaría la acción ☐ Marzo ☐ Mayo ☐ Julio ☐ Septiembre ☐ Noviembre ☐ Abril ☐ Junio ☐ Agosto ☐ Octubre ☐ Diciembre						



ANNEX III

Convocatòria convenis de col·laboració

COMÀRQUETING Criteris Objectius

LÍNIES AÈRIES

NOMBRE DE LA EMPRESA Destino de influencia ☐ Mallorca ☐ Ibiza ☐ Palma de Mallorca ☐ Menorca ☐ Formentera ☐ Todas		Mercado de influencia de la compañía aérea ☐ España ☐ Dinamarca ☐ Noruega ☐ Bulgaria ☐ Reino Unido ☐ Bélgica ☐ Suecia ☐ Rep Checa ☐ Alemania ☐ Austria ☐ Finlandia ☐ Ucrania ☐ Francia ☐ Irlanda ☐ Rusia ☐ Canadá ☐ Italia ☐ Países Bajos ☐ Polonia ☐ EEUU ☐ Suiza ☐ Portugal ☐ Israel ☐ Otros
---	--	---

Mercado en el cual se lleva a cabo la acción promocional ☐ España ☐ Italia ☐ Austria ☐ Noruega ☐ Polonia ☐ Ucrania ☐ Reino Unido ☐ Suiza ☐ Irlanda ☐ Suecia ☐ Israel ☐ Canadá ☐ Alemania ☐ Dinamarca ☐ Países Bajos ☐ Finlandia ☐ Bulgaria ☐ EEUU ☐ Francia ☐ Bélgica ☐ Portugal ☐ Rusia ☐ Rep Checa ☐ Otros					
---	--	--	--	--	--

Aeropuerto/s de influencia de la acción	Código IATA	Volumen emisión de pasajeros al destino de influencia en Temporada S
1.		
2.		
3.		
TOTAL		0

DATOS DE LA COMPAÑÍA AÉREA

Datos del año 2012 referidos al volumen de turistas, de la compañía aérea en cuestión, desde los aeropuertos de influencia hacia el destino de influencia en temporada S

Marzo	Abril	Mayo	Septiembre	Octubre	Noviembre	Total
						0

Datos de previsión del año 2013 referidos al volumen de turistas, de la compañía aérea en cuestión, desde los aeropuertos de influencia hacia el destino de influencia en temporada S

Marzo	Abril	Mayo	Septiembre	Octubre	Noviembre	Total
						0

Diferencial entre los datos del año 2012 y los datos de previsión del año 2013 en relación al volumen de turistas.

Marzo	Abril	Mayo	Septiembre	Octubre	Noviembre	Total
0	0	0	0	0	0	0

Datos del año 2012 referidos a las frecuencias mensuales totales de la compañía aérea desde los aeropuertos de influencia hacia el destino de influencia

Marzo	Abril	Mayo	Septiembre	Octubre	Noviembre	Total
						0

Datos de previsión del año 2013 referidos a las frecuencias mensuales totales de la compañía aérea desde los aeropuertos de influencia hacia el destino de influencia

Marzo	Abril	Mayo	Septiembre	Octubre	Noviembre	Total
						0

Diferencial entre los datos del año 2012 y los datos de previsión del año 2013 en relación a las frecuencias mensuales totales.

Marzo	Abril	Mayo	Septiembre	Octubre	Noviembre	Total
0	0	0	0	0	0	0



ANNEX III

Convocatòria convenis de col·laboració

COMÀRQUETING Criteris Objectius

LÍNIES AÈRIES

DATOS DE LA ACCIÓN PROPUESTA				
Tipología de la acción EMBRACE THE CUSTOMER propuesta				
☐ Video promocional	☐ Mailing	☐ Marketing encubierto	☐ Buzz Marketing	☐ DMRM
☐ Advergaming	☐ Campaña viral	☐ Marketing incentivado	☐ SEM	☐ CRM
Canal de distribución de la acción EMBRACE THE CUSTOMER propuesta				
☐ Web	☐ Redes Sociales	☐ Serv. geolocalización		
☐ Prescriptores	☐ Blogs/Comunidades	☐ Lifestreamings Channels		
☐ Medios de Comunicación	☐ Apps	☐ Canales audiovisuales		
☐ Comercializadores de oferta turística	☐ Móviles	☐ Canales gráficos		
☐ Otros	☐ Personal Computer			
Categoría de producto al que se vincula la acción				
☐ Costa y Litoral	☐ Cultura	☐ Ocio		
☐ MICE	☐ Gastronomía	☐ Salud	☐ Accesibilidad	
☐ Naturaleza	☐ Deportes	☐ Urbano		
Mes en el cual se desarrollaría la acción				
☐ Marzo	☐ Mayo	☐ Julio	☐ Septiembre	☐ Noviembre
☐ Abril	☐ Junio	☐ Agosto	☐ Octubre	☐ Diciembre

ANNEX III

Convocatòria convenis de col·laboració

COMÀRQUETING Criteris Objectius

COMERCIALIZADORS DE L'OFERTA TURÍSTICA EN LÍNIA

NOMBRE DE LA EMPRESA Destino de influencia ☐ Mallorca ☐ Ibiza ☐ Palma de Mallorca ☐ Menorca ☐ Formentera ☐ Todas		Mercado de influencia del COT online ☐ España ☐ Dinamarca ☐ Noruega ☐ Bulgaria ☐ Reino Unido ☐ Bélgica ☐ Suecia ☐ Rep. Checa ☐ Alemania ☐ Austria ☐ Finlandia ☐ Ucrania ☐ Francia ☐ Irlanda ☐ Rusia ☐ Canadá ☐ Italia ☐ Países Bajos ☐ Polonia ☐ EEUU ☐ Suiza ☐ Portugal ☐ Israel ☐ Otros	
Mercado en el cual se lleva a cabo la acción promocional ☐ España ☐ Italia ☐ Austria ☐ Noruega ☐ Polonia ☐ Ucrania ☐ Reino Unido ☐ Suiza ☐ Irlanda ☐ Suecia ☐ Israel ☐ Canadá ☐ Alemania ☐ Dinamarca ☐ Países Bajos ☐ Finlandia ☐ Bulgaria ☐ EEUU ☐ Francia ☐ Bélgica ☐ Portugal ☐ Rusia ☐ Rep. Checa ☐ Otros			
Aeropuerto/s de influencia de la acción		Código IATA	Volumen emisión de pasajeros al destino de influencia en Temporada S
1.			
2.			
3.			
TOTAL			0

DATOS DEL COMERCIALIZADOR DE LA OFERTA TURÍSTICA ONLINE						
Datos del año 2012 referidos al volumen de turistas, del COT online en cuestión, desde los aeropuertos de influencia hacia el destino de influencia en temporada S						
Marzo	Abril	Mayo	Septiembre	Octubre	Noviembre	Total
						0

Datos de previsión del año 2013 referidos al volumen de turistas, del COT online en cuestión, desde los aeropuertos de influencia hacia el destino de influencia en temporada S						
Marzo	Abril	Mayo	Septiembre	Octubre	Noviembre	Total
						0

Diferencial entre los datos del año 2012 y los datos de previsión del año 2013 en relación al volumen de turistas.						
Marzo	Abril	Mayo	Septiembre	Octubre	Noviembre	Total
0	0	0	0	0	0	0

DATOS DE LA ACCIÓN PROPUESTA						
Tipología de la acción EMBRACE THE CUSTOMER propuesta						
☐ Video promocional	☐ Mailing	☐ Marketing encubierto	☐ Buzz Marketing	☐ DMRM		
☐ Advergaming	☐ Campaña viral	☐ Marketing incentivado	☐ SEM	☐ CRM		
Canal de distribución de la acción EMBRACE THE CUSTOMER propuesta						
☐ Web	☐ Redes Sociales	☐ Serv. geolocalización				
☐ Prescriptores	☐ Blogs/Comunidades	☐ Lifestreamings Channels				
☐ Medios de Comunicación	☐ Apps	☐ Canales audiovisuales				
☐ Comercializadores de oferta turística	☐ Móviles	☐ Canales gráficos				
☐ Otros	☐ Personal Computer					
Categoría de producto al que se vincula la acción						
☐ Costa y Litoral	☐ Cultura	☐ Ocio				
☐ MICE	☐ Gastronomía	☐ Salud	☐ Accesibilidad			
☐ Naturaleza	☐ Deportes	☐ Urbano				
Mes en el cual se desarrollaría la acción						
☐ Marzo	☐ Mayo	☐ Julio	☐ Septiembre	☐ Noviembre		
☐ Abril	☐ Junio	☐ Agosto	☐ Octubre	☐ Diciembre		



**ANNEX V****DECLARACIÓ JURADA**

Sr./Sra. _____
DNI _____ en nom i representació de la persona jurídica

amb NIF _____ i domiciliada a (carrer/plaça) _____
_____ núm. _____, pis _____,
població _____, província _____,
país _____, codi postal _____.

DECLARACIÓ JURAMENT

Que totes les dades contingudes a l'annex III, relatiu a "Convocatòria convenis de col·laboració *comàrqueting*, criteris objectius" i l'annex IV "Convocatòria convenis de col·laboració *comàrqueting*, criteris subjectius" són certes.

I perquè consti i tenguin els efectes oportuns, davant de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB), expedesc i firm aquesta declaració jurada.

_____, ____ de _____ de _____
(firma i segell de l'empresa)

A LA COMISSIÓ TÈCNICA

DOCUMENTACIÓ QUE HA D'ACOMPANYAR A AQUESTA DECLARACIÓ JURADA

- Fotocòpia compulsada del DNI del representant que firma aquesta declaració.

