

Secció III. Altres disposicions i actes administratius

ADMINISTRACIÓ DE LA COMUNITAT AUTÒNOMA AGÈNCIA DEL TURISME DE LES ILLES BALEARS

19161

Resolució del president de l'atb de dia 9 d'octubre de 2014, per la qual s'aproven les bases de la convocatòria per a la realització de convenis de col·laboració amb l'agència de turisme de les illes balears (atb) en accions promocionals de les illes balears durant l'any 2015 en la modalitat de co-branding

La Conselleria de Turisme i Esports, a través de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (d'ara endavant ATB), presenta una convocatòria pública dins d'un marc de col·laboració publicoprivada que permeti unir esforços i consolidar el posicionament de la marca en els mercats i segments que s'estableixen en el Pla Integral de Turisme de les Illes Balears 2012-2015 (d'ara endavant PITIB), mitjançant l'aplicació del *co-branding* a accions promocionals en què participi l'ATB.

El *co-branding* és la unió estratègica de dues o més marques amb l'objectiu d'incrementar la seva imatge de marca, potenciar el seu valor i la seva rendibilitat.

Gràcies a la posada en marxa d'accions promocionals en modalitat de *co-branding*, les marques col·laboradores i les que gestiona l'ATB s'ajudaran recíprocament a assolir els seus objectius d'imatge i comunicació. És una estratègia *win-win* que ofereix no només avantatges competitius, sinó que també permet capitalitzar la reputació de les marques associades i reduir costos.

Amb aquesta convocatòria es pretén la promoció efectiva de la destinació Illes Balears mitjançant la unió de marques d'organitzacions interessades a participar en la iniciativa amb les marques de la destinació gestionades per l'ATB (Mallorca, Menorca, Ibiza, Formentera i Palma de Mallorca). D'aquesta manera, s'estableix una estratègia conjunta de reforç d'imatge, que potencia i enforteix el valor de les marques participants i els aporta un clar element diferenciador en el mercat. Així, els atributs més representatius de cada marca esdevenen traccionadors de la demanda cap a cadascuna de les marques i cap al producte ofert. Entre els atributs de les marques de les Illes Balears en els diferents mercats figuren els següents: satisfacció, qualitat, gaudi, descoberta, coneixença, relax, entorn natural, destinació experiencial, familiar, sostenible, moderna i segura.

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 el foment i l'impuls d'iniciatives del sector turístic amb vista a la promoció del turisme balear, així com la coordinació, impuls, gestió i execució de les activitats de promoció turística interior i exterior.

Per tot això, aprovat pel Consell de Direcció de dia 9 d'octubre de 2014, es dicten les següents:

BASES

1.- Objecte

L'objecte d'aquesta convocatòria, pública i oberta, és oferir a empreses o entitats privades nacionals i internacionals o consells reguladors de denominacions d'origen de les Illes Balears que tinguin marques comercials, l'oportunitat de col·laborar en les accions promocionals en què participi l'ATB el 2015 en la modalitat de *co-branding*.

L'òptic d'accions de l'ATB per al 2015 s'ajusta a la combinació marca/producte/mercat que es descriu al PITIB.

Les marques que concorrin a la convocatòria hauran de respondre a les necessitats d'imatge i de comunicació de les diferents marques que formen les Illes Balears.

Modalitats de co-branding

El *co-branding* és la unió estratègica de dues o més marques amb l'objectiu d'incrementar la seva imatge de marca, potenciar el seu valor i la seva rendibilitat.

Les modalitats de *co-branding* aplicables a aquesta convocatòria són:



a) Shared Product Equity (equitat en producte compartit)

Socis en igualtat de condicions de marca (imatge i posicionament, però diferents productes que són complementaris) s'uneixen per oferir un producte diferenciat a través dels beneficis de cada soci i, així, creen una identitat potent per a totes dues marques.

b) Ingredient (ingredient)

Quan una marca dóna suport al contingut o a part del contingut d'una altra marca o producte principal. La marca principal actua com a amfitrió i la marca secundària com a convidat.

c) Affinity (afinitat)

Les marques que s'associen comparteixen un benefici i/o atribut que permet potenciar millor el producte.

d) Value Chain (cadena de valor): unió de diverses marques que formen part d'una mateixa cadena de valor. Permet a les marques compartir objectius específics sobre la indústria i ampliar la relació amb els seus clients.

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.

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

La coordinació de les accions, els termes específics d'ús de les marques de destinació, logos i distintius, responsabilitat, gestió de les accions i metodologia de treball s'establiran de mutu acord entre les parts mitjançant convenis de *co-branding* que se signaran amb les marques seleccionades amb posterioritat a la resolució d'aquesta convocatòria. Aquest conveni s'haurà de signar en els dos mesos posteriors a la data de la notificació de la resolució dictada pel president de l'ATB. En cas contrari, l'ATB podrà resoldre no dur a terme el conveni.

Les dues entitats (ATB i entitat col·laboradora) han de vetllar en tot moment per mantenir un comportament ètic i responsable en la utilització de les marques, salvaguardant al màxim la bona imatge de totes dues entitats i de les marques que gestionen. Així mateix, n'hauran de potenciar la imatge i els valors positius.

En cas que l'acció per a la qual s'hagi sol·licitat la col·laboració es concedeixi a una altra entitat que hagi obtingut una puntuació superior, l'ATB pot oferir la possibilitat d'optar a una altra de les accions que hagi resultat vacant.

Si per causes d'operativitat, funcionalitat, estratègia o pressupostàries, l'ATB decideix no participar en alguna de les accions subscrites en algun dels acords signats, aquesta es compromet a compensar-ho d'una de les maneres següents:

- Substituir l'acció cancel·lada per una altra de característiques similars.
- Retornar l'espècie oferta i, per tant, resoldre el conveni.
- Realitzar una addenda al conveni de mutu acord.

Els col·laboradors seleccionats mitjançant aquesta convocatòria mai no poden exigir participar amb caràcter exclusiu a les accions de *co-branding* en què s'inclogui la seva marca.

L'ATB només col·laborarà amb les despeses descrites a cadascuna de les accions de l'ANNEX II (accions ofertes per l'ATB).

4.- Requisits dels sol·licitants

Podran sol·licitar la col·laboració totes les empreses o entitats privades de caràcter nacional i internacional o consells reguladors de denominacions d'origen de les Illes Balears que tinguin la titularitat de les seves marques comercials i aquestes estiguin en vigor.

Les empreses sol·licitants, a canvi d'aquesta col·laboració i d'acord amb l'ANNEX V, oferiran a l'ATB una espècie i els imports mínims per acció sol·licitada que s'indiquen a l'ANNEX II.

L'ATB en podrà disposar en els termes subscrits al conveni de col·laboració corresponent mentre aquest es formalitzi i estigui en vigor.

Així mateix, per accedir a les accions classificades com a "Jornades directes" Grup B. "Col·laboració amb cellers i DO vinícoles", cal complir els requisits següents:

- Ser una empresa o entitat privada nacional en l'objecte social de la qual s'inclogui la producció vinícola i que aquest sigui un



producte produït i elaborat en el marc territorial de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears.

- Consells reguladors de les denominacions d'origen vinícoles, del marc territorial de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears.

Les entitats que optin a l'acció "*Jornades directes*" Grup B. "*Col·laboració amb cellers i DO vinícoles*", únicament podran oferir, dins de l'apartat E5. de l'ANNEX V, "*Productes elaborats amb matèries primeres de les Illes Balears*", l'ítem "*Ampolles de vi amb DO*" que, com s'indica a l'ANNEX II, hauran de ser com a mínim 60 ampolles de vi que seran degustades pels assistents a l'acte i que correspondran a l'espècie lliurada com a aportació mínima de l'oferta. El transport des de les oficines de l'ATB fins al lloc de l'acció anirà a càrrec de l'ATB.

5.- Accions promocionals ofertes per l'ATB en modalitat de *co-branding*

Les empreses o entitats interessades a realitzar acords de col·laboració en modalitat de *co-branding* podran optar a les accions que es detallen a l'ANNEX II d'aquestes bases, on es descriu tant l'acció com les característiques de la col·laboració que ofereix l'ATB.

Aquestes accions es classifiquen en modalitats d'accions:

1. Fires

Grup A. Gran format

Grup B. Generalistes i de producte

2. Jornades directes

Grup A. Col·laboració general

Grup B. Col·laboració amb cellers i DO vinícoles

3. Fam trips i jornades inverses

4. Press trips

Per a cadascuna de les accions a què es vulgui optar, s'haurà de realitzar una proposta de col·laboració mínima en espècie, segons els imports que s'indiquen, per a cada acció, a l'ANNEX II. En cas de no proposar una col·laboració per aquest import mínim, la Comissió Tècnica exclourà la proposta del procés de valoració.

Les empreses o entitats podran optar a totes les accions que vulguin sempre que compleixin els requisits dels sol·licitants i els imports mínims que ofereixen.

6. Sol·licituds i documentació que cal presentar

Per facilitar la valoració de les propostes presentades pels sol·licitants, aquests hauran de presentar la documentació d'acord amb allò que es detalla a continuació.

Els sol·licitants hauran d'utilitzar els models d'annexos inclosos en aquestes bases, que es descriuen tot seguit i que es facilitaran per correu electrònic des de l'àrea de Planificació de l'ATB. Els interessats els podran sol·licitar a l'adreça de correu electrònic planificacion@atb.caib.es o cridant als números de telèfon 971177210 o 971176364.

Els interessats hauran de presentar una sol·licitud i un sobre amb tota la documentació tècnica (sobre 2) per a cadascuna de les marques per a les quals volen sol·licitar el *co-branding*. Així mateix, hauran de lliurar un ANNEX V i un ANNEX VI per cadascuna de les accions a què vulguin optar en *co-branding*.

Emplenar de manera incompleta o amb errors els annexos serà motiu d'exclusió, així com no emplenar algun apartat dels models annexos, cosa que implicarà la no-qualificació en aquest aspecte concret; és a dir, com que no tindrem informació sobre el tema, no s'obtindrà nota en el/s criteri/s, amb la seva repercussió posterior sobre el càlcul final del resultat.

Tota la documentació que es lliuri haurà de ser en català o castellà, llengües oficials de la comunitat autònoma de les Illes Balears. En cas que el sol·licitant la vulgui lliurar en qualsevol altre idioma, a més a més haurà de lliurar-ne obligatòriament una traducció jurada o traducció d'organisme oficial en un dels dos idiomes oficials de les Illes Balears. Qualsevol documentació que no compleixi aquesta premissa serà exclosa del procés de valoració.

Tant la sol·licitud com la documentació inclosa al sobre 2: tècnic, s'han de lliurar en format imprès i en suport digital (CD, memòria USB, etc.). Així mateix, per a cadascuna de les accions a què es vulgui optar s'haurà de presentar un ANNEX V perquè la Comissió Tècnica pugui valorar l'oferta.



Aquesta documentació s'ha de presentar d'acord amb allò que es descriu als punts 6.1, 6.2 i 6.3 d'aquest apartat. La no-presentació de la documentació de la manera requerida serà motiu d'exclusió per part de la Comissió Tècnica.

No s'acceptaran els annexos que tinguin omissions, errors o ratllades que impedeixin conèixer clarament la documentació, ni els annexos que en suports digitals siguin il·legibles en entorns Windows o que continguin virus, programari espia o programari maliciós. Els annexos s'hauran de lliurar en el mateix format en què els hagi facilitat l'ATB (.xlsx per als arxius d'Excel i .docx per als arxius de Word; en cas que no es disposi de signatura digital, els arxius docx. de Word es podran lliurar en pdf).

6.1 Documentació que cal presentar

- Sol·licitud (Annex I)
- Documentació administrativa (sobre 1)
- Documentació tècnica (sobre 2)

A . La sol·licitud de col·laboració es realitzarà mitjançant sol·licitud adreçada al president de l'ATB seguint el model de l'ANNEX I (formulari de sol·licitud) inclòs en aquestes bases, en què s'ha de fer constar de manera explícita:

- Dades de l'empresa o entitat sol·licitant
- Al requadre blau, inserir el logotip de la marca sol·licitant.
- Nom de la marca pròpia per a la qual se sol·licita el *co-branding*.
- Activitat principal que desenvolupa l'empresa o l'entitat sol·licitant vinculada a la marca.
- Naturalesa de l'entitat sol·licitant: cal indicar, fent clic a la casella de selecció, si es tracta d'una empresa de naturalesa privada o d'un consell regulador d'una denominació d'origen.
- Dades del representant legal de l'entitat.
- Dades de la persona de contacte.

Marca gestionada per l'Agència de Turisme de les Illes Balears per a la qual es demana el *co-branding*: cal indicar, fent clic a la casella de selecció, si es vol vincular a la marca Mallorca, Menorca, Ibiza, Formentera, Palma de Mallorca o a totes les marques en el seu conjunt, *All brands*. Només es pot seleccionar una de les marques indicades.

Cal indicar les accions que proposa l'ATB per a les quals se sol·licita el *co-branding*: el codi de l'acció, així com el seu nom o lloc (detallat a l'ANNEX II), i l'import en espècie que ofereix l'empresa col·laboradora per a cadascuna de les accions sol·licitades (impostos inclosos i en euros), sempre tenint en compte els mínims establerts a l'ANNEX II. Es poden indicar tantes accions com es vulgui, sempre que es lliuri un ANNEX V i un ANNEX VI per acció sol·licitada perquè la Comissió Tècnica ho pugui valorar.

L'incompliment d'un o més d'aquests requisits (errors o omissions) serà motiu d'exclusió de la proposta per part de la Comissió Tècnica.

El lliurament de la sol·licitud per si mateixa no serà objecte de valoració, sinó que servirà únicament com a document formal de sol·licitud. No s'acceptaran les sol·licituds que continguin omissions, errors, ratllades que impedeixin conèixer clarament la proposta, o que no acompanyin els diferents sobres. Així mateix, també quedaran excloses les propostes que no compleixin els imports mínims en espècie que s'indiquen a l'ANNEX II per a cadascuna de les accions.

La marca a la qual es vol vincular l'acció indicada al formulari serà vinculant en el procés de valoració de l'oferta.

Aquesta sol·licitud haurà de ser subscripta pel titular o el seu representant legalment acreditat, i formulada d'acord amb allò que estableix l'article 70 de la Llei 30/1992, de 26 de novembre, de règim jurídic de les administracions públiques i del procediment administratiu comú.

La sol·licitud (ANNEX I) haurà d'anar acompanyada de dos sobres tancats i independents (un per al bloc administratiu i un altre per al bloc tècnic) amb la documentació que s'especifica a continuació, identificant a l'exterior de cada sobre:

- Raó social
- Número de telèfon
- Adreça de correu electrònic
- Marca a la qual es vol vincular la campanya
- Codi de les accions per a les quals se sol·licita el *co-branding*

La sol·licitud (ANNEX I), juntament amb els dos sobres (administratiu i tècnic), serà el document sobre el qual s'efectuarà el registre d'entrada a l'organisme públic en què es faci, d'acord amb allò que es descriu al punt 6.2 d'aquest apartat.

S'exclouran les sol·licituds que no acompanyin els dos sobres tancats i independents (documentació administrativa i tècnica) o el registre de les quals no s'hagi efectuat sobre la sol·licitud (ANNEX I).

**B. Sobre 1: Documentació administrativa**

Amb caràcter general, en virtut del Decret 6/2013, de 8 de febrer, de mesures de simplificació documental dels procediments administratius, les persones jurídiques espanyoles que hagin format part d'un procés selectiu a l'ATB podran presentar l'annex A que s'adjunta a aquesta convocatòria en el qual s'indicarà el número d'expedient on es troba la documentació administrativa inclosa als apartats 1 a 5 referida a l'apartat B.1. *Persones jurídiques espanyoles*.

Les persones jurídiques no espanyoles amb activitat a Espanya hauran de presentar tota la documentació que s'estableix a l'apartat B.2

B.1. Persones jurídiques espanyoles

1) Original o fotocòpia confrontada o compulsada del certificat d'inscripció al registre corresponent (registre d'associacions, registre mercantil o un altre depenent del tipus d'entitat), si escau. En el cas dels consells reguladors, hauran d'acreditar de manera fefaent aquesta condició.

2) Original o fotocòpia confrontada o compulsada dels estatuts de l'entitat dipositats al registre esmentat, o degudament inscrita al Registre Mercantil, si escau.

3) Original o fotocòpia confrontada 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 còpia del seu DNI.

4) Original o fotocòpia confrontada o compulsada de la targeta d'identificació fiscal de l'entitat sol·licitant.

5) Original o fotocòpia confrontada de l'alta de la declaració censal de l'inici de l'activitat, alta de l'IAE amb l'epígraf corresponent.

6) Testimoni judicial, certificació administrativa o declaració responsable atorgada davant d'una autoritat administrativa o d'un organisme professional qualificat o mitjançant acta de manifestacions davant de notari públic, de no incórrer en les prohibicions per contractar amb l'Administració, d'acord amb allò que estableix l'article 60 del TRLCSP.

Aquesta declaració responsable o qualsevol 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.

7) Acreditacions d'estar al corrent de les obligacions tributàries amb l'Administració autonòmica, estatal i la Seguretat Social, emeses pels organismes competents.

8) Acreditació de la titularitat i vigència de la marca en qüestió, bé a través de l'Oficina Espanyola de Patents i Marques o de l'Organització Mundial de la Propietat Intel·lectual (OMPI)

B.2. Persones jurídiques no espanyoles amb activitat a Espanya

1. En cas que l'entitat pertanyi a un Estat membre de la UE, la capacitat jurídica de l'empresa s'acreditarà mitjançant la presentació de la constitució de l'entitat d'acord amb la normativa del seu país, i se'n faran constar els estatuts i l'acreditació corresponent, així com fotocòpia compulsada del CIF, tots dos traduïts per intèrpret jurat o traducció oficial i postil·lada d'acord amb el conveni de l'Haia de 1961.

2. En cas que l'entitat pertanyi a un Estat que no és membre de la UE, la capacitat jurídica de l'entitat s'acreditarà mitjançant la documentació relativa a la seva sucursal o filial a Espanya, degudament inscrita al registre corresponent, i amb fotocòpia compulsada del CIF.

3. En qualsevol dels dos casos anteriors, s'haurà d'acreditar la capacitat de la persona que representa legalment l'entitat sol·licitant per actuar en nom seu, així com presentar còpia compulsada del seu passaport/DNI, traduït per intèrpret jurat o traducció oficial i postil·lada d'acord amb el conveni de l'Haia de 1961.

4. Les empreses no espanyoles d'Estats membres de la Unió Europea i la resta d'empresaris estrangers hauran d'acreditar la documentació que es detalla.

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, d'acord amb l'ordenament jurídic espanyol i per analogia amb l'ordenament de l'Estat al qual pertanyen.

Aquesta declaració responsable o qualsevol 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.

6. Original o còpia compulsada de l'alta de la declaració censal, de l'inici d'activitat i de l'alta de l'impost d'activitats econòmiques, si



escau.

7. Acreditació que la sucursal/filial, si escau, està al corrent de les obligacions tributàries amb l'Administració autonòmica, estatal i la Seguretat Social, mitjançant la presentació certificació corresponent, emesa per l'òrgan competent.

8. En cas que es tracti d'agent autoritzat per actuar en nom de l'entitat no resident que operi mitjançant oficina de representació, s'haurà d'aportar la certificació acreditativa d'estar al corrent de pagament amb l'Administració de l'Estat, l'autonòmica i la Seguretat Social, emesa per l'òrgan competent.

9. Acreditació de la titularitat i vigència de la marca en qüestió, bé a través de l'Oficina Espanyola de Patents i Marques o de l'Organització Mundial de la Propietat Intel·lectual (OMPI)

El sobre 1, "Documentació administrativa", serà únic en cas que una mateixa entitat presenti diferents propostes tècniques.

C. Sobre 2: Documentació tècnica

La documentació següent s'ha de lliurar tant en format imprès com en suport digital (*memòria USB*, CD, etc.), d'acord amb allò que s'indica a la introducció d'aquest apartat 6:

1. ANNEX III, relatiu als criteris subjectius de valoració, degudament emplenat.
2. ANNEX IV, declaració jurada que certifiqui que les dades incloses a l'ANNEX III són certes, signada pel representant legal de l'entitat o empresa propietària de la marca.
3. ANNEX V, relatiu als criteris objectius de valoració, degudament emplenat.
4. ANNEX VI, declaració jurada que certifiqui que l'import ofert en espècie a l'ANNEX V, impostos inclosos, s'adequa al preu de mercat.

Els annexos descrits més amunt seran, únicament i exclusivament, els documents que valorarà la Comissió Tècnica. Els sol·licitants hauran d'utilitzar els models d'annexos inclosos en aquestes bases.

Els interessats hauran de presentar una sol·licitud i un sobre amb tota la documentació tècnica (sobre 2) per a cadascuna de les marques per a les quals volen sol·licitar el *co-branding*. Així mateix, hauran de lliurar un ANNEX V i un ANNEX VI per cadascuna de les accions a què vulguin optar en *co-branding*.

Emplenar de manera incompleta o amb errors els annexos serà motiu d'exclusió, així com no emplenar algun apartat dels models annexos, cosa que implicarà la no-qualificació en aquest aspecte concret; és a dir, com que no tindrem informació sobre el tema, no s'obindrà nota en el/s criteri/s, amb la seva repercussió posterior sobre el càlcul final del resultat.

Tota la documentació que es lliuri haurà de ser en català o castellà, llengües oficials de la comunitat autònoma de les Illes Balears. En cas que el sol·licitant la vulgui lliurar en qualsevol altre idioma, a més a més haurà de lliurar-ne obligatòriament una traducció jurada o traducció d'organisme oficial en un dels dos idiomes oficials de les Illes Balears. Qualsevol documentació que no compleixi aquesta premissa serà exclosa del procés de valoració.

Tant la sol·licitud com la documentació inclosa al sobre 2: tècnic, s'han de lliurar en format imprès i en suport digital (CD, memòria USB, etc.). Així mateix, per a cadascuna de les accions a què es vulgui optar s'haurà de presentar un ANNEX V perquè la Comissió Tècnica pugui valorar l'oferta.

Aquesta documentació s'ha de presentar d'acord amb allò que es descriu als punts 6.1, 6.2 i 6.3 d'aquest apartat. La no-presentació de la documentació de la manera requerida serà motiu d'exclusió per part de la Comissió Tècnica.

No s'acceptaran els annexos que tinguin omissions, errors o ratllades que impedeixin conèixer clarament la documentació, ni els annexos que en suports digitals siguin il·legibles en entorns Windows o que continguin virus, programari espia o programari maliciós. Els annexos s'hauran de lliurar en el mateix format en què els hagi facilitat l'ATB (.xlsx per als arxius d'Excel i .docx per als arxius de Word; en cas que no es disposi de signatura digital, els arxius docx. de Word es podran lliurar en pdf).

6.2 Lloc de presentació de la documentació

Les sol·licituds de col·laboració (ANNEX I) s'hauran de presentar al registre de l'ATB (*C/ Rita Levi s/n (Parc Bit, edifici ATB) - 07121 Palma de Mallorca*) o als llocs que es preveuen a l'article 38 de la Llei 30/1992. En aquest darrer cas, s'ha d'enviar al fax 971 784 600 o al correu electrònic planificacion@atb.caib.es un escrit que justifiqui la data de tramesa de la sol·licitud.

No s'acceptaran les sol·licituds o documentació que s'hagin enviat a través de correu electrònic a qualsevol de les adreces de correu electrònic de l'ATB.



Així mateix, quan la documentació s'envii per correu ordinari o en un altre registre que no sigui l'ATB, l'entitat haurà de justificar la data d'imposició de la tramesa a l'oficina de correus o registre i anunciar a la Direcció de l'ATB la remissió de la proposta el mateix dia a través de qualsevol dels mitjans permesos (fax o correu electrònic).

6.3 Termini de presentació de la documentació

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

7. Revisió de documentació administrativa i la seva esmena

L'Àrea dels Serveis Generals de l'ATB examinarà la documentació administrativa corresponent al sobre núm. 1. En cas que sigui necessària l'esmena d'algun document de caràcter administratiu, la Direcció de l'ATB requerirà a l'entitat interessada –per escrit, via fax o correu electrònic– la documentació administrativa que falti, li concedirà un termini de deu dies naturals per a la presentació de la documentació requerida, amb l'avertiment exprés que, en cas de no fer-ho així, es considerarà desistida i la seva sol·licitud s'arxivarà, d'acord amb allò que estableix l'article 71 de la Llei 30/1992.

El requeriment de la documentació es realitzarà per correu electrònic o fax, i en quedarà constància a l'expedient.

Pel que fa a la documentació del sobre núm. 2, es valorarà amb la documentació aportada en el moment de la finalització del termini establert i no serà possible esmenar-la. Ara bé, la Comissió Tècnica podrà sol·licitar els aclariments que consideri necessaris per qualsevol mitjà que permeti deixar-ne constància a l'expedient. En aquest cas, només es podran admetre aclariments de documents que ja constin a la proposta, però mai documentació nova que no s'hagi presentat abans de la finalització del termini establert.

8. Valoració de les propostes

La Comissió Tècnica, nomenada pel president de l'ATB a proposta de la Direcció d'aquesta agència, valorarà les propostes i avaluarà les sol·licituds d'acord amb el procediment següent:

Per procedir a l'avaluació de les propostes lliurades, aquestes es classificaran:

1º. Segons la marca per a la qual s'hagi sol·licitat la vinculació:

- Mallorca
- Menorca
- Ibiza
- Formentera
- Palma de Mallorca
- All Brands

2º Dins de cadascun dels grups anteriors es classificaran les sol·licituds segons l'acció concreta per a la qual s'hagi sol·licitat la col·laboració. A l'ANNEX II es detallen les accions i característiques de cadascuna.

Això suposa que, per tant, les valoracions es faran de manera transversal entre totes les sol·licituds presentades a una mateixa marca concreta (1er pas) i per a una mateixa acció (2n pas).

3º. Després de la classificació, es procedirà a comprovar si el formulari de sol·licitud (ANNEX I) s'ha emplenat de manera correcta, respectant els requisits de l'apartat 6.1 d'aquestes bases. Així mateix, es verificarà si tant la sol·licitud com la resta de la documentació tècnica (apartat 6.1) s'han presentat tant en format imprès com en suport digital, d'acord amb l'apartat 6 d'aquestes bases.

4º. A continuació es procedirà a realitzar la valoració dels criteris subjectius (ANNEX III), que haurà d'anar acompanyat de la declaració jurada corresponent (ANNEX IV).

Les propostes que obtinguin menys de **25 punts** en aquest apartat (criteris subjectius) **es desestimaràn**, ja que no compleixen els requisits mínims d'idoneïtat i d'adequació dels valors que transmet la marca sol·licitant en relació amb les marques gestionades per l'ATB.

5º. A continuació, es procedirà a realitzar la valoració dels criteris objectius (ANNEX V), que haurà d'anar acompanyat de la declaració jurada corresponent (ANNEX VI).

6º. Finalment, se sumaran les dues puntuacions, amb la qual cosa s'obtindrà el resultat final i la Comissió Tècnica realitzarà l'informe preceptiu.

RESUM

CRITERI	PUNTUACIÓ
Criteris subjectius	50
Criteris objectius	50
PUNTUACIÓ TOTAL	100

8.1 Criteris subjectius (ANNEX III)

Les entitats o empreses que es presentin a la convocatòria hauran d'emplenar l'ANNEX III relatiu a la marca per a la qual sol·liciten el *co-branding*. La valoració de criteris subjectius tindrà una qualificació màxima de **50 punts**.

DESCRIPCIÓ DE L'ANNEX III**Desglossament de la puntuació dels criteris subjectius**

COD	CRITERI	PUNTUACIÓ PARCIAL
A.1	Identitat	10
A.2	Imatge	20
A.3	Posicionament	20
	PUNTUACIÓ TOTAL CRITERIS SUBJECTIUS	50

Capçalera:

A la part superior esquerra (quadre amb fons blau) s'ha d'inserir la imatge corresponent a la marca, fent clic sobre la icona.

Empleneu les dades demanades referents a la vostra entitat o empresa (nom comercial, nom fiscal, CIF, sector al qual pertany)

Casella blanca: marca per a la qual se sol·licita la col·laboració en modalitat de *co-branding*: seguint el PITIB podreu seleccionar qualsevol de les 5 marques que gestiona l'ATB o, si ho preferiu, la casella que indica "totes". La campanya només es pot vincular de manera concreta a una de les 5 marques o a "All brands" en general. Feu *clic a la casella de selecció*.

Aquesta casella és vinculant a la marca seleccionada al formulari de sol·licitud de l'ANNEX I, per la qual cosa ha de coincidir als dos documents. Així mateix, la selecció de la destinació és vinculant a la classificació per marca i, per tant, als imports màxims de sol·licitud.

A 1 . Identitat (missió):

La identitat de marca és un conjunt d'associacions de marca que un estrateg de marca aspira a crear i a mantenir. Aquestes associacions representen el que la marca vol dir i impliquen una promesa cap al consumidor per part dels membres de l'organització (*Brand Promise*). La identitat de marca és una aposta estratègica per crear valor de marca (generant qualitat percebuda, lleialtat de marca, notorietat de marca i associacions de marca).

a) Mercat d'influència de la marca que sol·licita la col·laboració. Feu clic a *la casella de selecció*. Únicament s'hi reflecteixen els mercats que s'estableixen al Pla Integral de Turisme de les Illes Balears 2012-2015 (PITIB).

En cas que la marca només tingui com a mercat d'influència el mercat balear, no podreu seleccionar el mercat espanyol.

b) Promesa de marca cap al consumidor del producte: entès com el concepte/s que la marca ofereix com a estàndard als seus clients i que la diferencia de la seva competència. S'ha de poder transmetre amb un breu *claim*.

c) Valor de marca:

- Lleialtat de marca: entesa com la mesura en què els consumidors tendeixen a adquirir repetidament productes de la mateixa marca en detriment dels seus competidors. Es valorarà el percentatge del grau de fidelització que posseeix la marca.
- Notorietat de marca: reflecteix la presència de la marca a la ment dels consumidors. Hi ha diferents dimensions de la notorietat que poden ser mesures:
- Reconeixement: % de consumidors que han sentit parlar de la marca.
- Record: % de consumidors que recorden la marca entre diverses marques.
- *Top of mind*: % de consumidors que recorden la marca com a primera opció.



- Domini de marca: % de consumidors que recorden únicament aquesta marca.
- Familiaritat de marca: % de consumidors que consideren familiar la marca.
- Coneixement de marca: % de consumidors que tenen una opinió formada sobre la marca.
- Nivell de penetració: % de promig dels conceptes anteriors.

Qualitat de marca: entès com els beneficis tant funcionals com emocionals que es volen transmetre.

- Beneficis funcionals: valors objectius creats per l'ús o adquisició del producte.
- Beneficis emocionals: valors subjectius creats per les sensacions produïdes per l'ús o adquisició del producte.

Associacions de marca: són el conjunt de relacions que els consumidors fan amb una marca.

- Prescriptor: si la marca està lligada a alguna persona popular que la recomana. Feu *clic a la casella de selecció*.
- Celebritat: si la persona que actua com a prescriptor de la marca és una persona de reconegut prestigi. Feu *clic a la casella de selecció*.
- Nom: de la celebritat que actua com a prescriptor.
- Símbol: si la marca està lligada a alguna icona o símbol reconegut (Apple/poma, Línea Directa Aseguradora/telèfon vermell, Génesis Seguros/eriçó, 11822 informació telefònica/tidos, Frosties de Kellogg's/lleó). Feu *clic a la casella de selecció*.
- Descripció: del símbol

Personalitat de marca: conjunt de característiques humanes associades a la marca per part de l'entitat que la gestiona.

- Sexe: seleccioneu home, dona o tots dos. Feu *clic a la casella de selecció*.
- Edat: seleccioneu el segment d'edat d'acord amb allò que s'estableix a les caselles. Feu *clic a la casella de selecció*.
- Nivell socioeconòmic: seleccioneu el segment segons baix (B), mitjà-baix (MB), mitjà (M), mitjà-mitjà (MM), mitjà-alt (MA), alt (A). Feu *clic a la casella de selecció*.
- Nivell d'estudis: seleccioneu d'acord amb allò que s'estableix a les caselles. Feu *clic a la casella de selecció*.
- Estils de vida: basat en el model VALS (*Values and Life Styles*), desenvolupat per *Arnold Mitchell a l'Stanford Research Institute* (1978). S'adjunta document amb l'explicació de la segmentació. ANNEX VII Feu *clic a la casella de selecció*.
- Atributs: característiques amb què la marca aspira a ser relacionada. Feu *clic a la casella de selecció*.

Per tant, per a aquest criteri es podran obtenir **10 punts com a màxim**.

A 2 . Imatge (visió)

La imatge de marca, en oposició a la identitat, que és una estratègia, és com els consumidors perceben realment la marca. Mentre que la identitat implica una aposta estratègica, la imatge és un estat actual de percepcions. També es podria definir com experiència de marca, la suma d'experiències que un client té d'una marca determinada.

a) Percepció que el consumidor té de la marca:

- Atributs: conceptes amb què el consumidor relaciona la marca. Feu *clic a la casella de selecció*.
- Beneficis percebuts: entesos com l'experiència de marca, la suma d'experiències que el client percep de la marca.
- Benefici emocional: valors objectius creats per l'ús o adquisició del producte percebuts pel consumidor.
- Benefici funcional: valors subjectius creats per les sensacions produïdes per l'ús o l'adquisició del producte percebuts pel consumidor.

Per tant, per a la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir **20 punts com a màxim**.

A 3 . Posicionament (valors)

És el lloc que té una marca en la percepció mental del públic objectiu i que la distingeix en relació amb la competència, cosa que ofereix, a la marca, un avantatge competitiu. El posicionament de marca inclou uns objectius de comunicació molt concrets i un públic objectiu determinat.

a) Objectius de comunicació que la marca hagi assolit fins ara.

b) Públic objectiu en què es troba posicionada actualment la marca.

- Sexe: seleccioneu home, dona o tots dos. Feu *clic a la casella de selecció*.
- Edat: seleccioneu el segment d'edat d'acord amb allò que s'estableix a les caselles. Feu *clic a la casella de selecció*.

- **Nivell socioeconòmic:** seleccioneu el segment segons baix (B), mitjà-baix (MB), mitjà (M), mitjà-mitjà (MM), mitjà-alt (MA), alt (A). Feu *clic a la casella de selecció*.
- **Nivell d'estudis:** seleccioneu d'acord amb allò que s'estableix a les caselles. Feu *clic a la casella de selecció*.
- **Estils de vida:** basat en el model VALS (*Values and Life Styles*), desenvolupat per *Arnold Mitchell* a l'*Stanford Research Institute* (1978). S'adjunta document amb l'explicació de la segmentació. ANNEX VII Feu *clic a la casella de selecció*.
- **Cicle de vida del públic objectiu:** seleccioneu el segment d'acord amb allò que s'indica a les caselles. Feu *clic a la casella de selecció*.
- **Aficions i motivacions:** en termes de preferències associades al públic objectiu que en complementin la segmentació.

c) Quota de mercat % del mercat que domina una marca respecte del total.

- De la meua marca (del sol·licitant)
- Del líder del mercat per a la meua categoria. (En cas que la marca sol·licitant del *co-branding* sigui la líder del mercat, cal indicar el mateix % del punt anterior)

d) Aspectes que estableixin la diferenciació de la marca respecte a la competència: qualsevol referència a atributs propis de la marca, o percebuts pel consumidor, característiques del públic objectiu en què es troba posicionada la marca o referències que siguin un fet diferenciador enfront la competència.

Per tant, per a la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir **20 punts com a màxim**.

L'ANNEX III ha d'anar acompanyat de l'ANNEX IV, declaració jurada que certifiqui que les dades incloses a l'ANNEX III són certes, signada pel representant legal de l'entitat o empresa propietària de la marca.

En cas d'optar amb ofertes en espècie per a diverses accions, únicament s'haurà de presentar un ANNEX III i Annex IV per marca, ja que s'utilitzarà la mateixa qualificació per a la valoració global.

8.2 Criteris objectius (ANNEX V)

Les entitats o empreses que es presentin a la convocatòria hauran d'emplenar l'ANNEX V relatiu a l'oferta en espècie que realitzen a l'ATB **per a cadascuna de les accions a què opten per a l'obtenció del co-branding**. És a dir, si volen optar a 4 accions diferents hauran de lliurar 4 ANNEXOS V i 4 ANNEXOS VI. La valoració de criteris objectius tindrà una qualificació màxima de **50 punts**.

Descripció de l'ANNEX V

A. Capçalera:

- A la part superior esquerra (quadre amb fons blau) s'ha d'inserir la imatge corresponent a la marca, fent *clic* a la icona.
- Empleneu les dades demanades referents a la vostra entitat o empresa (nom comercial, nom fiscal, CIF, sector al qual pertany).
- Codi de l'acció a què es vol optar en modalitat de *co-branding* (cercle taronja). Només es pot indicar una de les accions a cada ANNEX V.

Els codis de cadascuna de les accions s'indiquen a l'ANNEX II d'aquestes bases.

DESGLOSSAMENT DE LA PUNTUACIÓ DELS CRITERIS OBJECTIUS

	CRITERI	PUNTUACIÓ PARCIAL	VALORACIÓ SOBRE LA PUNTUACIÓ FINAL
E1.	Serveis d'allotjament	100	7
E2.	Serveis de desplaçament	100	7
E3.	Serveis d'àpats i restauració	100	7
E4.	Activitats relacionades amb una categoria de producte	100	7
E5.	Productes elaborats amb matèries primeres de les Illes Balears	100	7
E6.	Serveis tècnics d'informàtica	100	7
E7.	Import total ofert	125	8
	PUNTUACIÓ TOTAL CRITERIS OBJECTIUS	725	50

Un cop obtinguda la puntuació total de la proposta s'aplicarà la fórmula següent:





$$Pf = \frac{(Po * Pm)}{Ptc}$$

Pf = Puntuació final

Po = Puntuació obtinguda en els criteris objectius

Ptc = Puntuació total dels criteris objectius (725 punts)

Pm = Puntuació màxima que s'ha d'assignar per criteris objectius (50 punts)

Per a tots els càlculs de les puntuacions s'agafaran com a màxim dos decimals.

Les dades indicades a l'ANNEX V es vincularan a la signatura del conveni i no podran ser modificades sota cap concepte per part del sol·licitant ja que formen part de la seva proposta.

E 1 . Serveis d'allotjament

a) Indiqueu l'import ofert, impostos inclosos.

b) *Tipologia de l'allotjament:* indiqueu la tipologia d'allotjament relacionat amb la categoria que ofereixen. Feu clic a *la casella de selecció*. Es podran seleccionar tots els ítems que vulgueu oferir, de manera que es podran obtenir **30 punts com a màxim**.

TIPOLOGIA*	PUNTUACIÓ
Hotel 4*	7
Hotel 5*	8
Hotel 5*GL	9
Turisme rural	6

Les habitacions ofertes hauran de ser dobles. Turisme rural categoria similar a hotel 4 o superior.

Règim: indiqueu el règim que oferiu. Feu clic a *la casella de selecció*. Es podran seleccionar tots els ítems que vulgueu oferir, de manera que es podran obtenir com a màxim **10 punts**.

RÈGIM	PUNTUACIÓ
HD (habitació i berenar)	4
MP (mitja pensió)	6

Així mateix, heu de fer una breu descripció de l'espècie a títol informatiu, no puntuable.

d) *Disponibilitat temporal de l'oferta:* indiqueu els mesos en què estarà disponible l'oferta. Feu clic a *la casella de selecció*. Es podran seleccionar tots els ítems que vulgueu oferir, de manera que es podran obtenir **30 punts com a màxim**.

MESOS	PUNTUACIÓ
Gener	1,5
Febrer	3
Març	3
Abril	3,5
Maig	3,5
Juny	3,5
Juliol	0,5
Agost	0,5
Setembre	3,5
Octubre	3,5
Novembre	3
Desembre	1

e) *Mercat en què es disposarà de l'oferta:* indiqueu el mercat per al qual estarà disponible l'oferta. Feu clic a *la casella de selecció*. Es podran seleccionar tots els ítems que vulgueu oferir, de manera que es podran obtenir **30 punts com a màxim**.



MERCAT	PUNTUACIÓ
Espanya (<i>Península</i>)	4
Regne Unit	3
Alemanya	3,5
França	1
Itàlia	0,5
Suïssa	0,2
Dinamarca	1
Bèlgica	1
Àustria	0,2
Irlanda	0,1
Països Baixos	1
Portugal	0,1
Noruega	0,2
Suècia	1
Finlàndia	0,2
Rússia	1,5
Mallorca*	4
Menorca*	2,5
Eivissa*	3
Formentera*	2

*** En cas que seleccioneu Mallorca, Menorca, Eivissa o Formentera, no podreu seleccionar el mercat espanyol simultàniament, llevat en cas que l'oferta que es realitzi també sigui per a la resta del mercat nacional (Península).**

Per tant, per a la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir **100 punts com a màxim**.

E 2 . Serveis de desplaçament

a) Indiqueu l'import ofert, impostos inclosos.

b) Tipologia del transport: indiqueu la tipologia de transport relacionat amb la categoria que oferi. Feu clic a *la casella de selecció*. Es podran seleccionar tots els ítems que vulgueu oferir, de manera que es podran obtenir **40 punts com a màxim**.

TIPOLOGIA	PUNTUACIÓ
Transport marítim* de persones	5
Transport marítim* de vehicles	2
Transport terrestre** discrecional	9
Transport terrestre** vehicles de lloguer	4
Transport aeri de passatgers interilles	5
Transport aeri de passatgers nacional	7
Transport aeri de passatgers internacional	8

*** Per al transport marítim només es podran oferir trajectes entre la Península i les Balears o interilles.**

**** Per al transport terrestre només es podran oferir a les Illes Balears.**

Així mateix, heu de fer una breu descripció de l'espècie a títol informatiu, no puntuable.

c) Disponibilitat temporal de l'oferta: indiqueu els mesos en què estarà disponible l'oferta. Feu clic a *la casella de selecció*. Es podran seleccionar tots els ítems que vulgueu oferir, de manera que es podran obtenir **30 punts com a màxim**.

MESOS	PUNTUACIÓ
Gener	1,5
Febrer	3
Març	3



Abril	3,5
Maig	3,5
Juny	3,5
Juliol	0,5
Agost	0,5
Setembre	3,5
Octubre	3,5
Novembre	3
Desembre	1

d) *Mercat en què es disposarà de l'oferta:* indiqueu el mercat per al qual estarà disponible l'oferta. Feu clic a *la casella de selecció*. Per al transport marítim o aeri haureu de seleccionar la destinació del trajecte de l'oferta, mentre que per al transport terrestre haureu de seleccionar la destinació on es disposarà de l'oferta. Es podran seleccionar tots els ítems que vulgueu oferir, de manera que es podran obtenir **30 punts com a màxim**.

MERCAT	PUNTUACIÓ
Espanya (<i>Península</i>)	4
Regne Unit	3
Alemanya	3,5
França	1
Itàlia	0,5
Suïssa	0,2
Dinamarca	1
Bèlgica	1
Àustria	0,2
Irlanda	0,1
Països Baixos	1
Portugal	0,1
Noruega	0,2
Suècia	0,5
Finlàndia	0,2
Rússia	2
Mallorca*	4
Menorca*	2,5
Eivissa*	3
Formentera*	2

* En cas que seleccioneu Mallorca, Menorca, Eivissa o Formentera s'entendrà que són les destinacions dels trajectes o el lloc on s'utilitzarà l'espècie de manera que no es podrà seleccionar simultàniament el mercat espanyol, llevat en cas que l'oferta que es faci també sigui per a la Península.

Per tant, per a la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir **100 punts com a màxim**.

E 3 : Serveis d'àpats i restauració

a) *Indiqueu l'import ofert, impostos inclosos.*

b) *Tipologia del servei:* indiqueu la tipologia del servei en relació amb l'oferta. Feu clic a *la casella de selecció*. Es podran seleccionar tots els ítems que vulgueu oferir, de manera que es podran obtenir **25 punts com a màxim**.

TIPOLOGIA	PUNTUACIÓ
Servei d'àpats: preparació, transport i servei a l'acte	10
Servei concertat en un restaurant concret (<i>únicament es podran oferir dinars i sopars</i>)	15

Així mateix, heu de fer una breu descripció de l'espècie a títol informatiu, no puntuable.



c) *Disponibilitat temporal de l'oferta*: indiqueu els mesos en què estarà disponible l'oferta. Feu clic a *la casella de selecció*. Es podran seleccionar tots els ítems que vulgueu oferir, de manera que es podran obtenir **30 punts com a màxim**.

MESOS	PUNTUACIÓ
Gener	1,5
Febrer	3
Març	3
Abril	3,5
Maig	3,5
Juny	3,5
Juliol	0,5
Agost	0,5
Setembre	3,5
Octubre	3,5
Novembre	3
Desembre	1

d) *Mercat en què es disposarà de l'oferta*: indiqueu el mercat per al qual estarà disponible l'oferta. Feu clic a *la casella de selecció*. Es podran seleccionar tots els ítems que vulgueu oferir, de manera que es podran obtenir **45 punts com a màxim**.

MERCAT	PUNTUACIÓ
Espanya (<i>Península</i>)	7
Regne Unit	4
Alemanya	5,5
França	3
Itàlia	2,5
Suècia	3
Països Baixos	3
Dinamarca	3
Illes Balears	14

* **En cas que seleccioneu Illes Balears no es podrà seleccionar el mercat espanyol simultàniament, llevat en cas que l'oferta que es realitzi també sigui per a la resta del mercat nacional (Península).**

Per tant, per a la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir **100 punts com a màxim**.

E 4. Activitats relacionades amb una categoria de producte

a) *Indiqueu l'import ofert, impostos inclosos.*

b) *Tipologia de la jornada oferta*: indiqueu la tipologia de la jornada oferta en relació amb les categories de producte del Pla Integral de Turisme de les Illes Balears (2012-2015). Feu clic a *la casella de selecció*. Es podran seleccionar tots els ítems que vulgueu oferir, de manera que es podran obtenir **70 punts com a màxim**.

TIPOLOGIA	PUNTUACIÓ
Jornada gastronòmica (show cooking) amb degustació	12
Jornada enològica (visita guiada a cellers) amb tast de vins de les Illes Balears	10
Jornada de turisme actiu que inclou activitats a espais naturals	4
Jornada d'esport: clínic de golf amb instructor o cicloturisme amb instructor	5
Jornades d'oci: entrades per a grans actes culturals	8
Jornada de wellness: entrades + tractament a l'spa	6
Jornada de natura que inclogui activitats relacionades amb les línies de producte d'aquesta categoria	7
Jornada de MICE: lloguer d'espais / sales per a la realització d'actes (que inclogui megafonia, projector, mobiliari, etc.)	9
Jornada cultural: visita guiada al casc antic de Palma de Mallorca, Maó, Ciutadella, Dalt Vila o Sant Francesc	9



Així mateix, heu de fer una breu descripció de l'espècie a títol informatiu, no puntuable.

c) *Disponibilitat temporal de l'oferta*: indiqueu els mesos en què estarà disponible l'oferta. Feu clic a la casella de selecció. Es podran seleccionar tots els ítems que vulgueu oferir, de manera que es podran obtenir **30 punts com a màxim**.

MESOS	PUNTUACIÓ
Gener	1,5
Febrer	3
Març	3
Abril	3,5
Maig	3,5
Juny	3,5
Juliol	0,5
Agost	0,5
Setembre	3,5
Octubre	3,5
Novembre	3
Desembre	1

No es podrà oferir més d'una mateixa tipologia de jornada per mes.

c) *Mercat on es disposarà de l'oferta*: en aquest cas l'oferta s'haurà de realitzar únicament per al marc territorial de les Illes Balears.

Per tant, per a la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir **100 punts com a màxim**.

E 5 . Productes elaborats amb matèries primeres de les Illes Balears

a) *Indiqueu l'import ofert, impostos inclosos*.

b) *Tipologia dels productes oferts*: indiqueu la tipologia dels productes elaborats amb matèries primeres de les Illes Balears que s'ofereixen. Feu clic a la casella de selecció. Es podran seleccionar tots els ítems que vulgueu oferir, de manera que es podran obtenir **100 punts com a màxim**.

TIPOLOGIA	PUNTUACIÓ
Ampolles de vi amb denominació d'origen	16
Ampolles d'oli	14
Begudes espirituoses	6
Formatge	10
Sobrassada	10
Olives, ametles o derivats	8
Sal marina	10
Postres típiques	12
Productes artesanals* de les Illes Balears	14

*** Productes elaborats per artesans mitjançant la utilització de tècniques tradicionals**

Així mateix, heu de fer una breu descripció de l'espècie a títol informatiu, no puntuable.

c) *Disponibilitat temporal de l'oferta*: s'han de lliurar els productes d'acord amb allò que s'acordi a la signatura del conveni.

d) *Mercat on es disposarà de l'oferta*: en aquest cas l'oferta s'haurà de realitzar únicament per al marc territorial de les Illes Balears.

Per tant, per a la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir **100 punts com a màxim**.

E 6 . Serveis tècnics d'informàtica



a) Indicar l'import ofertat impostos inclosos.

El personal haurà de desenvolupar futurs projectes tecnològics dins del següents àmbits:

- Als entorns disponibles a l'ATB
- Als projectes als quals l'ATB col·labori amb tercers

S'hauran de tenir en compte els imports màxims de cotització, impostos inclosos, depenent del tipus de servei ofertat, no podran excedir-se dels següents:

TIPOLOGIA SERVEI	PUNTUACIÓ
Analista de desenvolupament	60€/hora
Programador	55€/hora

Per tant, una vegada signat el conveni els imports màxims de cotització mai podran superar els preus establerts al quadre anterior.

b) *Tipologia del servei tècnic d'informàtica*: indicar la tipologia de servei tècnic d'informàtica relacionat amb els següents perfils tècnics que oferten. Feu clic a la casella de selecció. Es podran seleccionar tots els ítems que vulgueu oferir, de manera que es podran obtenir **100 punts com a màxim**.

TIPOLOGÍA	PUNTUACIÓN
Analista de desarrollo	55
Programador	45

Els perfils tècnics senyalats hauran de com a mínim realitzar les següents funcions:

ANALISTA DE DESENVOLUPAMENT:

- Anàlisi de dades
- Model conceptual
- Model lògic
- Anàlisi de processos
- Model de processos
- Definició d'Interfaces d'usuari
- Elaboració de l'especificació de requisits de software
- Disseny de la migració i càrrega inicial de dades
- Especificació tècnica del pla de proves
- Especificació de requisits d'implantació
- Definició de la formació d'usuaris finals
- Formació d'usuaris finals
- Coordinació de l'equip humà i control de qualitat

PROGRAMADOR:

- Preparació de l'entorn de projecte
- Creació i connexió de bases de dades
- Construcció de components web
- Proves unitàries components web
- Execució de les proves de integració
- Execució de les proves del sistema
- Elaboració dels manuals d'usuari
- Construcció dels components i procediments de migració i càrrega inicial de dades. Proves incorporació del sistema a l'entorn d'operacions (pre-producció)
- Pas a producció

c) *Disponibilitat temporal de l'oferta*: s'haurà de lliurar el servei segons les necessitats de l'ATB i, per tant, a requeriment de la direcció.

d) *Mercat on es disposarà de l'oferta*: en aquest cas l'oferta s'haurà de realitzar únicament per al marc territorial de les Illes Balears.

Per tant, per a la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir **100 punts com a màxim**.

E 7 . Import total ofert

El càlcul de la puntuació es realitzarà sobre la suma total dels imports ofertats per a cada criteri de la manera següent.

A l'import total màxim ofert s'atorgarà la màxima puntuació i a la resta de propostes, de manera proporcional d'acord amb la fórmula següent:

$$Pf = \frac{(Io * Pm)}{Imo}$$

Pf = Puntuació final

Io = Import total ofert per a criteris objectius

Imo = Import total màxim ofert entre totes les ofertes presentades

Pm = Puntuació màxima que s'ha d'assignar per criteris objectius (125 punts)

Per tant, per a la totalitat d'aquest criteri es podran obtenir **125 punts com a màxim**.

L'ANNEX V ha d'anar acompanyat de l'ANNEX VI, declaració jurada que certifiqui que l'import ofert en espècie a l'ANNEX V, impostos inclosos, s'adequa a preu de mercat.

No s'acceptaran espècies diferents a les indicades anteriorment i exposades a l'ANNEX V; de fet, seria motiu d'exclusió. Les característiques i imports indicats a l'ANNEX V seran vinculants a la signatura del conveni, sense possibilitat de modificació per part del sol·licitant de la col·laboració.

Les entitats que optin a l'acció "Jornades directes" Grup B. "Col·laboració amb cellers i DO vinícoles", únicament podran oferir, dins de l'apartat E5, de l'ANNEX V, "Productes elaborats amb matèries primeres de les Illes Balears", l'ítem "Ampolles de vi amb DO" que, com s'indica a l'ANNEX II, hauran de ser com a mínim 60 ampolles de vi que seran degustades pels assistents a l'acte i que correspondran a l'espècie lliurada com a aportació mínima de l'oferta. El transport des de les oficines de l'ATB fins al lloc de l'acció anirà a càrrec de l'ATB.

La Comissió Tècnica de l'ATB es reserva el dret de no acceptar les sol·licituds de participació quan aquestes no contribueixin, segons el seu criteri, a assolir la consecució dels fins i objectius per als quals s'ha concebut aquesta convocatòria pública o que no estiguin alineades amb els objectius globals de promoció turística de l'ATB i/o amb els valors de les marques turístiques que representa, reflectits al PITIB.

Així mateix, es descartaran les sol·licituds amb marques que projectin valors que puguin deteriorar la imatge, la identitat o el posicionament de les marques gestionades per l'ATB.

9 . Comissió Tècnica

La Comissió Tècnica per a la valoració de les propostes presentades dins d'aquesta convocatòria serà nomenada pel president de l'ATB a proposta de la Direcció de l'ATB.

Aquesta Comissió estarà formada per un màxim de 5 membres d'entre personal tècnic d'àrees de l'ATB i el seu president serà el director gerent de l'ATB. En cas que sigui necessari, es comptarà amb l'ajuda de tècnics externs.

10 . Fases posteriors

Un cop finalitzada la fase d'examen de la documentació administrativa, i de manera simultània a la revisió de la documentació tècnica per part de la Comissió, la Secretaria de les Comissions Executives Insulars trametrà una relació de les empreses o entitats que han presentat propostes en aquesta convocatòria a cadascuna de les marques per al seu coneixement. Aquesta relació també es podrà consultar a la seu de l'ATB 5 dies naturals després de la seva comunicació.

Posteriorment, la Comissió Tècnica farà la valoració final i realitzarà l'informe tècnic preceptiu de totes les sol·licituds, que s'eleva a la Direcció de l'ATB, qui proposarà al president la resolució per aprovar la realització dels acords de col·laboració en modalitat *co-branding*.

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

Aquest conveni s'haurà de signar en els dos mesos posteriors a la data de la resolució dictada pel president de l'ATB. En cas contrari, l'ATB podrà resoldre no dur a terme el conveni.

En el conveni de *co-branding* que se signarà amb les entitats o empreses titulars de les marques col·laboradores s'establiran les condicions d'ús de la/les marca/marques de les Illes Balears, d'acord amb el *Manual d'usos de les marques de destinació* de l'ATB.



Les aportacions en espècie que realitzin les empreses col·laboradores a l'ATB en contraprestació a la seva participació en la/les activitat/s de *co-branding*, serviran com aportació que es farà servir per a altres serveis de l'ATB; és a dir, totes les aportacions revertiran en més accions promocionals que dugui a terme l'ATB, mentre estigui en vigència el conveni subscrit.

11 . Protecció de dades

D'acord amb la Llei orgànica 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 facilitin al fitxer que creï l'ATB.

Les entitats sol·licitants estan obligades al compliment d'allò que s'estableix a la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre (LOPD), i el 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 tingueu accés durant la vigència dels convenis que es realitzin per al desenvolupament i execució d'aquesta convocatòria.

12 . Confidencialitat

Qualsevol informació confidencial revelada per l'ATB a l'entitat amb què es formalitzin accions de *co-branding* durant la vigència dels convenis, es mantindrà amb caràcter estrictament confidencial per al receptor, comprometent-se a utilitzar aquesta informació únicament per a la finalitat per a la qual li va ser revelada per l'emissor, llevat en cas d'imperatiu legal.

El receptor protegirà 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 quedarà restringit només als treballadors de l'entitat col·laboradora que hagin de conèixer-lo per complir amb el *co-branding*.

13 . Règim jurídic aplicable

Les qüestions litigioses que sorgeixin entre les parts relacionades amb els efectes, execució i extinció del conveni seran competència de la jurisdicció contenciosa administrativa. Abans de la interposició de l'oportuna demanda s'ha d'interposar el recurs administratiu corresponent, d'acord amb la Llei 3/2003, de 26 de març, de règim jurídic de l'Administració de la Comunitat Autònoma de les Illes Balears.

14.Eficàcia

Aquesta resolució té efecte des de l'endemà de la seva publicació al BOIB.

15. Llengües d'utilització en aquest procediment

Tota la documentació administrativa i tècnica que s'ha de presentar en aquesta convocatòria ha de ser en una de les dues llengües oficials del CAIB. Així mateix, el conveni de col·laboració que es redactarà a posteriori, també s'ha de redactar en català o castellà a elecció del col·laborador.

En cas que aquest vulgui traduir-lo a un altre idioma, es farà càrrec de les despeses de traducció i només s'utilitzarà com a annex al conveni, prevalent el document en l'idioma oficial.

Palma, 9 d'octubre de 2014

El president de l'ATB

Jaime Martínez Llabrés



ANNEX I**FORMULARI DE SOL·LICITUD**INSERIR MARCA
SOL·LICITANT

Nom de l'empresa o entitat:

CIF:

Adreça:

Localitat:

Província:

núm.: pis:
País:

Telèfon:

Fax:

Correu electrònic:

Nom de la marca pròpia per a la qual se sol·licita el *co-branding*:

Activitat principal que desenvolupa (vinculada a la marca):

Naturalesa de l'entitat:☐ Privada☐ Consejo regulador D.O.*Representant legal de l'entitat sol·licitant*

Nom i cognoms:

Càrrec:

DNI:

Persona de contacte

Nom i cognoms:

Càrrec:

Telèfon:

Correu electrònic:

Marca gestionada per l'Agència de Turisme de les Illes Balears per a la qual es demana el *co-branding*:

Mallorca



Menorca



Ibiza



Formentera



Palma de Mallorca



All Brands

Accions que proposa l'ATB per a les quals se sol·licita el *co-branding* i import en espècie que ofereix l'empresa col·laboradora:

CODI DE L'ACCIÓ	NOM/LLOC	IMPORT EN ESPÈCIE QUE S'OFEREIX (Impostos inclosos)*
		€
		€
		€
		€
		€
		€

*Cal tenir en compte els imports mínims per acció que s'estableixen a l'ANNEX II





ANNEX I

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), expedixo i signo aquesta sol·licitud a

_____, ____ de/d' _____ de _____
(signatura i segell de l'empresa)

AL PRESIDENT DE L'ATB



ANNEX II -ACCIONS OFERTES PER L'ATB-**1. FIRES****GRUP A: GRAN FORMAT**

COD	DATA	NOM	CIUTAT	PAÍS	WEB	SUPERFÍCIE	IMPORT MÍNIM D'OFERTA	MARQUES QUE HI ESTAN PRESENTS	PRODUCTE
F1	28/01-01/02	FITUR	MADRID	ESPANYA	ifema.es/fitur	550 m ²	3.500 €	Mallorca (MA), Menorca (ME), Ibiza (IB), Formentera (FO)	Costa i litoral

CO-BRANDING	- Les empreses o entitats hauran de triar i fer una oferta a una acció concreta seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos. - Com a màxim seran 4 entitats en aquesta modalitat per acció. Es facilitarà a cada entitat la contraprestació següent:							
	- Disposarà d'un taulell que mesurarà 80 cm de llarg x 50 cm d'ample i 90 cm d'alt i 1 tamboret amb respall. - Així mateix, s'hauran de preveure 2 tamborets de reserva que es col·locaran a petició dels tècnics de l'ATB. - Cada entitat s'identificarà visiblement mitjançant retolació, nom, logo, imatge o composició, QR i web. Per a això, l'empresa adjudicatària idearà el suport més adequat.				Nre. entitats	Taulell	Tamborets	Taula reunions + cadires
					4	4	4 + 2	0

ANNEX II -ACCIONS OFERTES PER L'ATB-

GRUP B: GENERALISTA I DE PRODUCTE

COD	DATA	NOM	CIUTAT	PAÍS	WEB	SUPERFÍCIE +/-	IMPORT MÍNIM D'OFERTA	MARQUES QUE HI ESTAN PRESENTS	PRODUCTE
F2	17-18/01	CMT FAHRRAD & WANDERN	STUTTGART	ALEMANYA	messe-stuttgart.de	40 m²	900 €	MA, ME, IB, FO	Cicloturisme
F3	17-25/01	BOOT DÜSSELDORF	DÜSSELDORF	ALEMANYA	boot.de	25 m²	1.100 €	MA, ME, IB, FO	Nàutica
F4	04-08/02	REISEN	HAMBURG	ALEMANYA	ferienhamburg.de	40 m²	1.100 €	MA, ME, IB, FO	Costa i litoral
F5	12-14/02	BIT*	MILÀ	ITÀLIA	bitferienamano.it	70 m²	2.500 €	MA, ME, IB, FO	Costa i litoral
F6	20-22/03	SALON RANDONNÉE	PARÍS	FRANÇA	randonnee.org	30 m²	900 €	MA, ME, IB, FO	Naturalesa
F7	17-19/04	SITC*	BARCELONA	ESPANYA	saloturisme.com	70 m²	1.100 €	MA, ME, IB, FO	Costa i litoral
F8	08-10/05	EXPOVACACIONES*	BILBAO	ESPANYA	expovacaciones.eu	70 m²	1.100 €	MA, ME, IB, FO	Costa i litoral
F9	Juny	BMW INTERNATIONAL OPEN**	MUNIC	ALEMANYA	bmw-golfsport.com	Carpa	1.100 €	MA	Golf

CO-BRANDING	- Les empreses o entitats hauran de triar i fer una oferta a una acció concreta seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos. - Com a màxim serà 1 entitat en aquesta modalitat per acció. Es facilitarà a cada entitat la contraprestació següent: - Disposarà d'un taulell que mesurarà 80 cm de llarg x 50 cm d'ample i 90 cm d'alt i 1 tamboret amb respall. - Cada entitat s'identificarà visiblement mitjançant retolació, nom, logo, imatge o composició, QR i web. Per a això, l'empresa adjudicatària idearà el suport més adequat. * Així mateix, s'hauran de preveure 2 tamborets de reserva que es col·locaran a petició dels tècnics de l'ATB. ** Possibilitat de taulell individual o compartit amb l'ATB segons disponibilitat d'espai.				Nre. entitats	Tauler	Tamborets	
					1	1	1	-

ANNEX II -ACCIONS OFERTES PER L'ATB-**2. JORNADES DIRECTES****GRUP A: COL·LABORACIÓ GENERAL**

COD	DATA	CIUTAT	PAÍS	IMPORT MÍNIM D'OFERTA	MARQUES QUE HI ESTAN PRESENTS	PRODUCTE
JD1	SENSE DETERMINAR	MADRID	ESPANYA	2.200 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JD2	SENSE DETERMINAR	BARCELONA	ESPANYA	2.200 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JD3	SENSE DETERMINAR	SENSE DETERMINAR	ALEMANYA	2.200 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JD4	SENSE DETERMINAR	SENSE DETERMINAR	ALEMANYA	2.200 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte

CO-BRANDING	- Les empreses o entitats hauran de triar i fer una oferta a una acció concreta seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos. - Com a màxim seran 2 entitats en aquesta modalitat per acció. - A cada entitat se li facilitarà la contraprestació següent en qualitat de PATROCINADOR DE L'ACCIÓ:			
	- Taula + 3 cadires + rètol identificatiu de l'empresa damunt la taula. - Presència de la marca col·laboradora a la documentació que es lliuri de l'acció promocional (invitació, programa, catàleg, etc.) - Oportunitat d'obsequiar els assistents a la jornada amb productes de l'entitat col·laboradora i així realitzar una acció de promoció directa.			
	Nre. entitats	Taula	Cadires	-
	2	1+1	3+3	-

ANNEX II -ACCIONS OFERTES PER L'ATB-**GRUP B: COL-LABORACIÓ AMB CELLERS I DO VINÍCOLES**

COD	DATA	CIUTAT	PAÍS	IMPORT MÍNIM D'OFERTA	MARQUES QUE HI ESTAN PRESENTS	PRODUCTE
JDV1	SENSE DETERMINAR	MADRID	ESPANYA	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JDV2	SENSE DETERMINAR	BARCELONA	ESPANYA	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JDV3	SENSE DETERMINAR	SENSE DETERMINAR	ALEMANYA	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JDV4	SENSE DETERMINAR	SENSE DETERMINAR	ALEMANYA	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte
JDV5	SENSE DETERMINAR	SENSE DETERMINAR	REGNE UNIT	1.500 €	MA, ME, IB, FO	Multiproducte

CO-BRANDING LIMITAT A CELLERS O DO VINÍCOLES	• Les empreses o entitats que sol·licitin aquesta modalitat només podran ser CELLERS O DENOMINACIONS D'ORIGEN VINÍCOLES, EN TOTS DOS CASOS EN EL MARC TERRITORIAL DE LA COMUNITAT AUTÒNOMA DE LES ILLES BALEARS. • Aquestes entitats hauran de triar i fer una oferta a una acció concreta, seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos. • Com a màxim serà 1 entitat en aquesta modalitat per acció. • Aquesta entitat serà EL PATROCINADOR DEL COCTEL que s'oferirà als assistents, de manera que: • S'hi col·locarà un expositor enrotllable de 2x1 metres amb els logos i la imatge de l'entitat acompanyada de la marca vinculada, de manera que aquesta ha de lliurar el material gràfic perquè l'ATB es faci càrrec del disseny i la impressió. • Per tant, l'empresa col·laboradora ha de facilitar a l'ATB com a mínim 60 ampolles de vi que seran degustades pels assistents a l'acte i que correspondran a l'espècie lliurada com a aportació mínima de l'oferta. El transport anirà a càrrec de l'ATB. • Presència de la marca col·laboradora a la documentació que es lliuri de l'acció promocional (invitació, programa, catàleg, etc.)
---	--

ANNEX II -ACCIONS OFERTES PER L'ATB-**3. FAM TRIPS I JORNADES INVERSES**

COD	DATA	MARCA / DESTINACIÓ ON ES REALITZA	MERCAT	IMPORT MÍNIM D'OFERTA	PRODUCTE
FT1	SENSE DETERMINAR	MALLORCA	MULTIMERCAT	800 €	URBÀ
FT2	SENSE DETERMINAR	MALLORCA	MULTIMERCAT	800 €	GASTRONOMIA
FT3	SENSE DETERMINAR	MENORCA	MULTIMERCAT	800 €	NATURALESA
FT4	SENSE DETERMINAR	IBIZA / FORMENTERA	MULTIMERCAT	800 €	NATURALESA
FT5	SENSE DETERMINAR	IBIZA / FORMENTERA	MULTIMERCAT	800 €	CAL DETERMINAR-HO

CO-BRANDING	- Les empreses o entitats hauran de triar i fer una oferta a una acció concreta seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos. - Com a màxim seran 2 entitats en aquesta modalitat per acció. A cada entitat se li facilitarà la contraprestació següent per al PATROCINI DEL VIATGE: - Presència de la marca col·laboradora a la documentació que es lliuri de l'acció promocional (invitació, programa, catàleg, etc.) - Oportunitat de realitzar una acció de promoció directa amb el lliurament d'un obsequi de l'entitat col·laboradora als assistents a la jornada.
-------------	---

ANNEX II -ACCIONS OFERTES PER L'ATB-**4. PRESS TRIPS**

COD	DATA	MARCA / DESTINACIÓ ON ES REALITZA	MERCAT	IMPORT MÍNIM D'OFERTA	PRODUCTE
PT1	SENSE DETERMINAR	MALLORCA	MULTIMERCAT	800 €	CICLOTURISME
PT2	SENSE DETERMINAR	MALLORCA	MULTIMERCAT	800 €	URBÀ
PT3	SENSE DETERMINAR	MENORCA	MULTIMERCAT	800 €	NATURALES
PT4	SENSE DETERMINAR	IBIZA	MULTIMERCAT	800 €	MULTIPRODUCTE
PT5	SENSE DETERMINAR	FORMENTERA	MULTIMERCAT	800 €	MULTIPRODUCTE

CO-BRANDING	- Les empreses o entitats hauran de triar i fer una oferta a una acció concreta seguint els imports mínims establerts a la taula anterior, impostos inclosos. - Com a màxim seran 2 entitats en aquesta modalitat per acció. A cada entitat se li facilitarà la contraprestació següent per al PATROCINI DEL VIATGE: - Presència de la marca col·laboradora a la documentació que es lliuri de l'acció promocional (invitació, programa, catàleg, etc.) - Oportunitat de realitzar una acció de promoció directa amb el lliurament d'un obsequi de l'entitat col·laboradora als assistents a la jornada.

ANNEX III CO-BRANDING CRITERIS SUBJECTIUS

	Nom comercial	Mercat d'influència																								
	- Nom fiscal del sol·licitant - CIF - Sector al qual pertany	<table border="0"> <tr> <td>☐ Espanya</td> <td>☐ Itàlia</td> <td>☐ Àustria</td> <td>☐ Noruega</td> <td>☐ Polònia</td> <td>☐ Ucraïna</td> </tr> <tr> <td>☐ Regne Unit</td> <td>☐ Suïssa</td> <td>☐ Bèlgica</td> <td>☐ Suècia</td> <td>☐ Israel</td> <td>☐ Dinamarca</td> </tr> <tr> <td>☐ Alemanya</td> <td>☐ França</td> <td>☐ Portugal</td> <td>☐ Finlàndia</td> <td>☐ Bulgària</td> <td>☐ E.U.A.</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>☐ Rússia</td> <td>☐ Rep. Txeca</td> <td>☐ Illes Balears</td> </tr> </table>	☐ Espanya	☐ Itàlia	☐ Àustria	☐ Noruega	☐ Polònia	☐ Ucraïna	☐ Regne Unit	☐ Suïssa	☐ Bèlgica	☐ Suècia	☐ Israel	☐ Dinamarca	☐ Alemanya	☐ França	☐ Portugal	☐ Finlàndia	☐ Bulgària	☐ E.U.A.				☐ Rússia	☐ Rep. Txeca	☐ Illes Balears
	☐ Espanya	☐ Itàlia	☐ Àustria	☐ Noruega	☐ Polònia	☐ Ucraïna																				
☐ Regne Unit	☐ Suïssa	☐ Bèlgica	☐ Suècia	☐ Israel	☐ Dinamarca																					
☐ Alemanya	☐ França	☐ Portugal	☐ Finlàndia	☐ Bulgària	☐ E.U.A.																					
			☐ Rússia	☐ Rep. Txeca	☐ Illes Balears																					
Marca per a la qual se sol·licita el co-branding:																										
☐  ☐  ☐  ☐  ☐  ☐ 																										

IDENTIFICACIÓ	Promesa de marca cap al consumidor (claim)			
	Valor de marca ACTUAL	Lleialtat	Grau de fidelització	0,0%
		Notorietat	Presència a la ment del consumidor: nivell de penetració Reconeixement: 0% Record: 0% Top of mind: 0% Domini de marca: 0% Familiaritat de marca: 0% Coneixement de marca: 0% Nivell de penetració: 0,0% Nivell aproximat de penetració del líder del mercat: 0,0%	
		Qualitat	Benefici emocional que es vol transmetre Benefici funcional que es vol transmetre	
		Associacions	Associacions que els consumidors fan amb la marca ☐ Prescriptor ☐ Celebritat ☐ Simbol ☐ Dona ☐ Home ☐ 18-25 ☐ 25-44 ☐ 45-65 ☐ Més de 65 ☐ B ☐ MB ☐ M ☐ MM ☐ MA ☐ A ☐ Bàsics ☐ Mitjans ☐ Superiors ☐ Reals ☐ Satisfets ☐ Triomfadors ☐ Experimentats ☐ Forçats ☐ Creients ☐ Lluitadors ☐ Realitzadors	
	Personalitat de marca	ATRIBUTS: ☐ Atrevida ☐ Intel·ligent ☐ Socialment responsable ☐ Conservadora ☐ Divertida ☐ A la moda ☐ Amb glamur ☐ Sociable ☐ Saludable ☐ Atractiva ☐ Captivadora / atraient ☐ Visionària ☐ Amable ☐ Amb energia ☐ Líder ☐ Consolidada ☐ Relaxada ☐ Independent ☐ Servicial ☐ Exitosa ☐ Val la pena pagar per ella ☐ Cada vegada és més important		



ANNEX III CO-BRANDING CRITERIS SUBJECTIUS

I M A T G E	V I S I O	Percepció que el consumidor té de la marca	Atributs	☐ Creíble ☐ Fiable ☐ De gran qualitat ☐ Dinàmica ☐ Destaca ☐ Autèntica ☐ Innovadora ☐ Original ☐ Entretinguda ☐ Segura	☐ Prestigiosa ☐ Única ☐ Diferent ☐ Amb estil ☐ Moderna ☐ Tradicional ☐ Progressista ☐ Útil ☐ Val el que costa ☐ Es preocupa pel client
		Beneficis percebuts: experiència de marca	Benefici emocional		
			Benefici funcional		
P O S I C I O N A M E N T	V A L O R S	Objectius de comunicació			
		Públic objectiu	Sexe	☐ Home ☐ Dona	☐ 18-25 ☐ 25-44 ☐ 45-65 ☐ Més de 65
			Edat	☐ B ☐ MB ☐ M ☐ MM ☐ MA ☐ A	
			Nivell socioeconòmic	☐ Bàsics ☐ Mitjans ☐ Superiors	
			Nivell d'estudis	☐ Reialtzats ☐ Satisfets ☐ Triomfadors ☐ Experimentats	☐ Forçats ☐ Creients ☐ Lluitadors ☐ Realitzadors
		Estil de vida (Values and life styles)			
		Cicle de vida del públic objectiu	☐ Nins ☐ Joves independents ☐ Parelles joves sense fills ☐ Parelles amb fills petits ☐ Parelles amb fills d'edat intermèdia	☐ Parelles amb fills grans ☐ Llars monoparentals ☐ Parelles adultes sense fills ☐ Adults independents ☐ Retirats / Jubilats	
		Aficions i motivacions	☐ Viatjar ☐ Formació ☐ Gastronomia ☐ Art i literatura ☐ Cinema	☐ Naturalesa ☐ Concerts ☐ Oci ☐ Esports ☐ Esports d'aventura	☐ Relaxar-se ☐ Descobrir ☐ Gaudir ☐ Aprendre ☐ Conèixer
		Quota de mercat de la meua marca	0,0%		
		Quota de mercat del líder del mercat	0,0%		
		Aspectes que estableixen la diferenciació de la marca respecte a la competència			



**ANNEX IV****DECLARACIÓ JURADA**

JO, _____
DNI _____, en nom i representació de la persona jurídica,
amb NIF _____ i amb domicili a (carrer / plaça) _____
núm. _____, pis _____,
població _____, província _____,
país _____, codi postal _____.

DECLARO SOTA JURAMENT

Que totes les dades que es recullen a l'ANNEX III, relatiu a "*Co-Branding*, criteris subjectius", són certes.

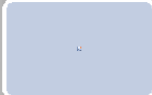
I perquè consti i tingui els efectes oportuns, davant de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB), expedixo i signo aquest document a

_____, de/d' _____ de _____
(signatura i segell de l'empresa)

A LA COMISSIÓ TÈCNICA



ANNEX V CO-BRANDING CRITERIS OBJECTIUS

	Nom comercial	Codi de l'acció a la qual s'opta
	• Nom fiscal del sol·licitant	
	• CIF	
	• Sector al qual pertany	

CARACTERÍSTIQUES DE L'ESPÈCIE QUE S'OFEREIX

☐ E1. SERVEIS D'ALLOTJAMENT	0,00 €	0,00%
--	--------	-------

Tipologia de l'establiment*	Règim
☐ Hotel 4*	☐ Hotel 5* GL
☐ Hotel 5*	☐ Turisme rural
	☐ HD (habitació i berenar)
	☐ MP (mitja pensió)

Les habitacions ofertes hauran de ser dobles. Turisme rural categoria similar a hotel 4 o superior

Descripció

Disponibilitat temporal de l'oferta			
☐ Gener	☐ Abril	☐ Juliol	☐ Octubre
☐ Febrer	☐ Maig	☐ Agost	☐ Novembre
☐ Març	☐ Juny	☐ Setembre	☐ Desembre

Mercat on es disposarà de l'oferta				
☐ Espanya península	☐ Itàlia	☐ Àustria	☐ Noruega	☐ Mallorca
☐ Regne Unit	☐ Suïssa	☐ Irlanda	☐ Suècia	☐ Menorca
☐ Alemanya	☐ Dinamarca	☐ Països Baixos	☐ Finlàndia	☐ Eivissa
☐ França	☐ Bèlgica	☐ Portugal	☐ Rússia	☐ Formentera

☐ E2. SERVEIS DE DESPLAÇAMENT	0,00 €	0,00%
--	--------	-------

- | | |
|--|---|
| ☐ Transport marítim* de persones | ☐ Transport aeri de passatgers interilles |
| ☐ Transport marítim* de vehicles | ☐ Transport aeri de passatgers nacional |
| ☐ Transport terrestre** - vehicles de lloguer | ☐ Transport aeri de passatgers internacional |
| ☐ Transport terrestre** discrecional | |

*Transport marítim només entre Península i Balears o interilles. **Transport terrestre només a les Illes Balears.

Descripció

Disponibilitat temporal de l'oferta			
☐ Gener	☐ Abril	☐ Juliol	☐ Octubre
☐ Febrer	☐ Maig	☐ Agost	☐ Novembre
☐ Març	☐ Juny	☐ Setembre	☐ Desembre

Mercat on es disposarà de l'oferta*				
☐ Espanya península	☐ Itàlia	☐ Àustria	☐ Noruega	☐ Mallorca
☐ Regne Unit	☐ Suïssa	☐ Irlanda	☐ Suècia	☐ Menorca
☐ Alemanya	☐ Dinamarca	☐ Països Baixos	☐ Finlàndia	☐ Eivissa
☐ França	☐ Bèlgica	☐ Portugal	☐ Rússia	☐ Formentera

*En cas de seleccionar Mallorca, Menorca, Eivissa o Formentera s'entendrà que són les destinacions dels trajectes o el lloc on s'utilitzarà l'espècie, de manera que no es podrà seleccionar simultàniament el mercat espanyol, llevat en cas que l'oferta que es realitzi també sigui per a la resta del mercat nacional.



ANNEX V
CO-BRANDING
CRITERIS OBJECTIUS

☐ **E3. SERVEIS D'ÀPATS I RESTAURACIÓ** 0,00 € 0,00%

- ☐ Servei d'àpats: preparació, transport i servei a l'acte
☐ Servei concertat en un restaurant concret (únicament dinars o sopars)

Descripció

Disponibilitat temporal de l'oferta

- | | | | |
|---------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| ☐ Gener | ☐ Abril | ☐ Juliol | ☐ Octubre |
| ☐ Febrer | ☐ Maig | ☐ Agost | ☐ Novembre |
| ☐ Març | ☐ Juny | ☐ Setembre | ☐ Desembre |

Mercat on es disposarà de l'oferta

- | | | | | |
|--|-----------------------------------|---------------------------------|--|--|
| ☐ Espanya península | ☐ Alemanya | ☐ Itàlia | ☐ Països Baixos | ☐ Illes Balears |
| ☐ Regne Unit | ☐ França | ☐ Suècia | ☐ Dinamarca | |

☐ **E4. ACTIVITATS RELACIONADES AMB UNA CATEGORIA DE PRODUCTE** 0,00 € 0,00%

- ☐ Jornada gastronòmica (show cooking) amb degustació
☐ Jornada enològica (visita guiada a cellers) amb tast de vins de les Illes Balears
☐ Jornada de turisme actiu que inclou activitats a espais naturals
☐ Jornada d'esport: clínic de golf amb instructor o de cicloturisme amb instructor
☐ Jornades d'oci: entrades per a grans actes culturals
☐ Jornada de benestar: entrades + tractament en un spa
☐ Jornada de natura que inclogui activitats relacionades amb les línies de producte d'aquesta categoria
☐ Jornada de MICE: lloguer d'espais / sales per a la realització d'actes
☐ Jornada cultural: visita guiada al casc antic de Palma de Mallorca, Maó, Ciutadella, Dalt Vila o Sant Francesc

Descripció

Disponibilitat temporal de l'oferta

- | | | | |
|---------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| ☐ Gener | ☐ Abril | ☐ Juliol | ☐ Octubre |
| ☐ Febrer | ☐ Maig | ☐ Agost | ☐ Novembre |
| ☐ Març | ☐ Juny | ☐ Setembre | ☐ Desembre |

Mercat on es disposarà de l'oferta

En aquest cas l'oferta s'haurà de realitzar únicament per al marc territorial de les Illes Balears

☐ **E5. PRODUCTES ELABORATS AMB MATÈRIES PRIMERES DE LES ILLES BALEARS** 0,00 € 0,00%

- | | | |
|--|--|--|
| ☐ Ampolles de vi amb DO | ☐ Formatge | ☐ Sal marina |
| ☐ Ampolles d'oli | ☐ Sobrassada | ☐ Postres típiques |
| ☐ Begudes espirituoses | ☐ Olives, ametlles o derivats | ☐ Productes artesanals* |

*Producte realitzat per artesans mitjançant la utilització de tècniques tradicionals.

Descripció

Disponibilitat temporal de l'oferta

Els productes s'hauran de lliurar d'acord amb allò que s'acordi a la signatura del conveni.

País on es disposarà de l'oferta

En aquest cas l'oferta s'haurà de realitzar únicament per al marc territorial de les Illes Balears



ANNEX V
CO-BRANDING
CRITERIS OBJECTIUS

☐ **E6. SERVEIS TÈCNICS D'INFORMÀTICA** 0,00 € 0,00%

☐ Analista de desenvolupament

☐ Programador

Descripció

Disponibilitat temporal de l'oferta

S'haurà d'ajustar a les necessitats de l'ATB i, per tant, a requeriment de la Direcció.

País on es disposarà de l'oferta

En aquest cas l'oferta s'haurà de realitzar únicament per al marc territorial de les Illes Balears

E7. IMPORT TOTAL OFERT

CONCEPTES OFERTS EN ESPÈCIE	Total import ofert en espècie	Total % sobre l'import total ofert
E1. Serveis d'allotjament	0,00 €	0,00%
E2. Serveis de desplaçament	0,00 €	0,00%
E3. Serveis d'àpats i restauració	0,00 €	0,00%
E4. Serveis d'activitats relacionades amb una categoria de producte	0,00 €	0,00%
E5. Productes elaborats amb matèries primeres de les Illes Balears	0,00 €	0,00%
E6. Serveis tècnics d'informàtica	0,00 €	0,00%
TOTAL	0,00 €	0,00%



**ANNEX VI:****DECLARACIÓ JURADA**

JO, _____
DNI _____, en nom i representació de la persona jurídica,

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

DECLARO SOTA JURAMENT

Que l'import total de l'oferta en espècie (impostos inclosos) que es recull a l'ANNEX V, relatiu a "Co-Branding, criteris objectius", s'adequa al preu de mercat.

I perquè consti i tingui els efectes oportuns, davant de l'Agència de Turisme de les Illes Balears (ATB), expedixo i signo aquest document a

_____, de/d' _____ de _____
(signatura i segell de l'empresa)

A LA COMISSIÓ TÈCNICA



ANNEX VII**MODEL VALS –Value and Lifestyles–**

Model de segmentació psicogràfica basat en els estils de vida dels consumidors desenvolupat el 1978 per Arnold Mitchell i altres investigadors a l'Stanford Research Institute (SRI International).

L'anàlisi VALS permet dividir la població adulta en segments per valors i estils de vida, i classifica els individus en 2 dimensions fonamentals: autoorientació i els seus recursos. L'autoorientació determina els objectius i els comportaments dels individus i pot ser impulsada pels propis principis i creences, per l'estatus i per la interacció social i les activitats del subjecte. La dimensió recursos expressa les capacitats físiques, psíquiques i materials amb què compta per respondre a la seva autoorientació dominant.

De la seva anàlisi s'estableix la classificació següent:

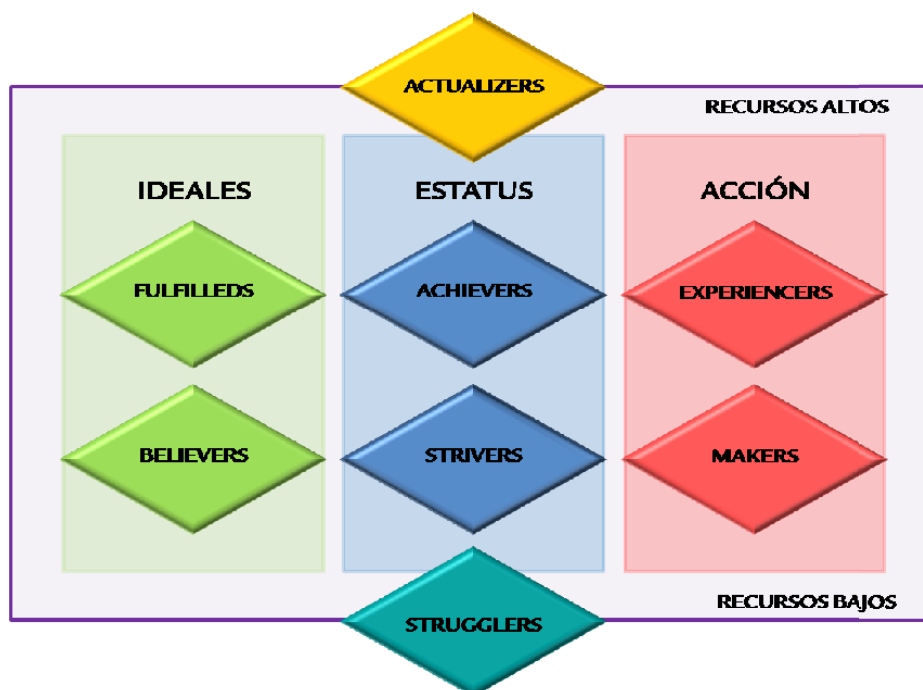
- **Actualitzers (realitzats):** són persones amb èxit, sofisticades, actives, amb una autoestima alta i recursos abundants. Per a aquest segment és important la imatge, no tant com a evidència de l'estatus o poder, sinó com a expressió dels seus gustos, independència i caràcter. Es troben entre els líders establerts i emergents en l'àmbit empresarial i governamental; així i tot, continuen cercant nous reptes.
- **Fulfilleds (satisfets):** són persones madures, satisfetes, còmodes i reflexives que valoren l'ordre, el coneixement i la responsabilitat. Estan contentes amb les seves carreres, famílies i situació a la vida; tenen un respecte moderat per l'estatu quo, les institucions i els diners, però estan obertes a noves idees i al canvi social. Basen les seves decisions en principis sòlids i són persones calmades i amb autoconvicció.
- **Believers (creients):** són persones conservadores i convencionals que tenen creences concretes i lligams forts amb institucions com la família, l'església, la comunitat i la nació. Solen expressar codis morals que estan profundament arrelats i que interpreten literalment. Segueixen rutines establertes i organitzades en gran part al voltant de casa seva, de la seva família i de les organitzacions socials o religioses a què pertanyen. La seva educació, ingressos i energia són modestos, però suficients per satisfer les seves necessitats.
- **Achievers (triomfadors):** són persones amb carreres d'èxit i concentrades en el seu treball. Valoren l'estructura i l'estabilitat sobre el risc, la intimitat i l'autoexploració. Estan profundament compromeses amb el seu treball i la seva família. El treball els proporciona sentit del deure, recompenses materials i prestigi. Les seves vides socials reflecteixen la seva atenció envers el treball i giren al voltant de la família, l'església i l'empresa. Són políticament conservadores, respecten l'autoritat i afavoreixen l'estatu quo establert. Donen importància a la imatge.
- **Strivers (lluïtadors):** són persones que cerquen la motivació, l'autodefinició i l'aprovació del món que les envolta. Se senten insegures de si mateixes i dels seus escassos recursos psicològics, econòmics i socials. Estan molt preocupades per l'opinió i l'aprovació dels altres. Defineixen l'èxit per la disponibilitat de diners, ja que no compten amb prou recursos econòmics i, sovint, pensen que la vida ha estat dura amb ells. Intenten emular els qui tenen possessions materials abundants.
- **Experiencers (experimentadors):** són persones joves, vitals, entusiastes, impulsives i rebels. Cerquen la varietat i l'excitació i gaudeixen amb allò que és nou i arriscat.



ANNEX VII

Estan configurant els seus valors de vida i els seus patrons de comportament. S'entusiasmen ràpidament per coses noves, però també perden l'interès amb facilitat. Destaquen per l'autoritat i el conformisme, però respecten la riquesa, el prestigi i el poder d'altres.

- **Makers (realitzadors):** són persones pràctiques que disposen de dots constructives i autosuficients. Viuen en un context tradicional de família, treball i oci físic, i mostren poc interès per la resta. Són políticament conservadors i respectuosos amb l'autoritat establerta, però contraris a la intrusió governamental en els seus drets. No s'impressionen per les possessions materials, tret que tinguin un propòsit pràctic.
- **Strugglers (forçats):** són persones amb vides condicionades. Pateixen pobresa crònica, tenen un nivell educatiu baix i una capacitat professional baixa. No tenen relacions socials significatives. Solen ser majors i estan preocupats per la seva salut. Sovint estan resignats amb la seva situació i presenten una actitud passiva davant la vida. Estan limitats per la pressió de satisfer les seves necessitats bàsiques del moment.



**ANNEX A****LOCALITZACIÓ DE L'EXPEDIENT TRAMITAT PER L'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, etc.)
(solicitud de inicio del procedimiento, respuesta al requerimiento, ...)

Declarant/Declarante

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

Representant/Representante

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





ANNEX 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, registre, base de dades o similar, en què consta/en el/s 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]

