

Sección III. Otras disposiciones y actos administrativos

ADMINISTRACIÓN DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA

AGENCIA DE ESTRATEGIA TURÍSTICA DE LAS ILLES BALEARS

4952

Resolución del presidente de la AETIB, de 22 de mayo de 2023, por la que se aprueban las bases de la convocatoria para la realización de convenios de colaboración de co-marketing estratégico con la Agencia de Estrategia Turística de las Illes Balears (AETIB) en acciones de las Illes Balears con los mercados emisores en 2023 y 2024

La Consejería de Modelo Económico, Turismo y Trabajo, a través de la Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares (en adelante AETIB), inició durante el mes de abril de 2023 el expediente administrativo que da lugar a esta convocatoria pública. El objetivo es ofrecer un marco de colaboración público-privado que permita aunar esfuerzos para mejorar la conectividad de las Islas Baleares con los mercados emisores presentes en los Planes de Conectividad de las Islas Baleares. La finalidad es favorecer el empleo mediante la herramienta del co-marketing estratégico.

El Gobierno Balear, mediante esta convocatoria, estima muy importante seguir fomentando acciones que contribuyan a impulsar la conectividad de las Islas Baleares en los países emisores.

Para lograr esta labor, se hace necesaria la colaboración del sector público con las compañías aéreas y marítimas para acelerar e impulsar la recuperación del sector turístico que tanto sufrió las últimas crisis sanitarias y económicas mundiales.

La participación en esta convocatoria de co-marketing estratégico sujeta a los principios de publicidad, transparencia, concurrencia, objetividad, igualdad no discriminación, eficacia y eficiencia de la utilización de los recursos públicos, supone la aceptación de los términos y condiciones establecidos en estas bases.

El objeto de esta convocatoria, pública y abierta, será ofrecer a entidades privadas dentro de la cadena de valor turística y vinculadas directamente a la conectividad del destino, la posibilidad de realizar convenios de colaboración en modalidad de co-marketing estratégico para mejorar la conectividad turística en las Islas Baleares, tanto a nivel nacional como internacional.

La convocatoria va dirigida a 2 líneas de actuación concretas: conectividad aérea y conectividad marítima. Por tanto, sólo serán las entidades que se incluyan dentro de estas líneas de actuación las únicas que podrán optar. Se trata de llevar a cabo una acción conjunta, AETIB y entidades privadas incardinadas dentro de estas líneas, que potencie la rentabilidad en la gestión de los recursos, tanto públicos como privados. Asimismo, el co-marketing estratégico refuerza la imagen de marca de las entidades que participan, convirtiendo sus atributos en traccionadores de la demanda.

La AETIB quiere contribuir e impulsar la mejora de modelo turístico hacia la sostenibilidad estratégica del destino, por este motivo, requerirá a las entidades que participen en las campañas deco-marketing que también desarrollen acciones vinculadas al área de responsabilidad social corporativa (RSC). La AETIB promoverá actuaciones mediante campañas de comunicación que den a conocer las iniciativas realizadas por estas entidades. Por tanto, de forma simultánea a la campaña de co-marketing estratégico, las entidades colaboradoras deberán realizar campañas de comunicación que den a conocer las iniciativas realizadas y que se ajustan alguna de las acciones propuestas en esta convocatoria.

Será obligación de la entidad colaboradora cumplir con las Directrices del uso de las marcas de la AETIB que se entreguen por parte de la AETIB.

Con el fin de dar una continuidad a la temporada media/baja esta convocatoria comprenderá plazos de ejecución y promoción que afectan a dos anualidades; 2023 y 2024.

Entre las finalidades de la AETIB, de acuerdo con el artículo 5 del Decreto 18/2018, de 22 de junio, por el que se reorganiza, reestructura y regula la Agencia de Estrategia Turística de las Illes Balears, cabe destacar que la AETIB es la entidad encargada de la planificación general y el fomento de la actividad económica de las Illes Balears que afecte al sector turístico, y entre los ámbitos de intervención, se contempla el de apoyar la creación, organización y comercialización de los productos y servicios turísticos de las Illes Balears.

Resuelvo

Primero.- Aprobar las bases de la convocatoria pública para la posterior tramitación de los convenios de colaboración con la AETIB que se





deriven de las solicitudes de co-marketing estratégico en acciones que mejoren la conectividad turística de las Illes Balears con los mercados emisores por a las entidades que cumplan con los requisitos establecidos en las bases que se acompañan.

Segundo.- Aprobar los anexos que se encuentran disponibles en la página web de AETIB y en la sede electrónica de la CAIB.

- Línea A: ANEXO A1, ANEXO A2, ANEXO A3, ANEXO A4, ANEXO 5, ANEXO 6, ANEXO 7, ANEXO 8, ANEXO A9, ANEXO A10, ANEXO A11, ANEXO 12, ANEXO 13, ANEXO D
- Línea B: ANEXO B1, ANEXO B2, ANEXO B3, ANEXO B4, ANEXO 5, ANEXO 6, ANEXO 7, ANEXO 8, ANEXO B9, ANEXO B10, ANEXO B11, ANEXO 12, ANEXO 13, ANEXO D

Tercero.- Ordenar la publicación en el BOIB de esta resolución.

Palma a fecha de la firma electrónica (23 de mayo de 2023)

El presidente de la AETIB

Rubén Castro Ortega

(Por Resolución del Presidente de la AETIB de 1 de diciembre de 2022,
de delegación de firma de gestión ordinaria)

ANEXO

BASES DE LA CONVOCATORIA DE CO-MARKETING ESTRATÉGICO EN ACCIONES QUE MEJOREN LA CONECTIVIDAD TURÍSTICA DE LAS ILLES BALEARS CON LOS MERCADOS EMISORES EN 2023 2024

1. OBJETO

El objeto de esta convocatoria pública es ofrecer a las entidades vinculadas a las 2 líneas de actuación descritas a continuación, la posibilidad de realizar convenios de colaboración en modalidad de co-marketing estratégico, con el fin de mejorar la conectividad turística del destino Islas Baleares, fuera de los meses de verano, tanto para el mercado nacional como internacionales.

Las campañas están destinadas a promocionar las Islas Baleares en los mercados emisores mediante la publicidad de rutas/trayectos directos ya existentes o el fomento para la creación de nuevas rutas/trayectos con cualquiera de los aeropuertos y/o puertos de las Islas Baleares.

a) Por tanto, se establecen las siguientes líneas de actuación de co-marketing estratégico de conectividad:

Línea actuación	Tipo de entidad
Línea A	Compañías aéreas
Línea B	Compañías marítimas

b) El objeto de las campañas a desarrollar será:

Línea actuación	Campaña publicitaria de
Línea A	Rutas aéreas directas desde los mercados emisores a uno de los aeropuertos de las Islas Baleares
Línea B	Rutas marítimas directas desde los mercados emisores a uno de los puertos de las Islas Baleares

Los mercados emisores de las Islas Baleares se detallan en el **ANEXO 7** Planes de conectividad de las Islas Baleares.

Quedan excluidas de esta convocatoria las rutas/trayectos interislas.

Se define como RUTA aérea el trayecto de un vuelo desde el aeropuerto de origen al aeropuerto de destino. En este caso concreto, las rutas descritas siempre serán de vuelos directos entre el aeropuerto de origen y el de destino.

Se define como RUTA marítima el trayecto de un barco desde el puerto de origen hasta el puerto de destino. En este caso concreto, las rutas descritas siempre serán de trayectos directos entre el puerto de origen y el de destino.

c) Estas campañas deben promocionar una de las siguientes opciones:



Línea actuación	Contenido promocional de la campaña
Línea A	En caso de compañías aéreas:
	1. Una única ruta aérea, desde un aeropuerto de un mercado de origen, a un único aeropuerto de las Islas Baleares
	2. Un conjunto de rutas aéreas, desde un mismo mercado de origen, a un único aeropuerto de las Islas Baleares
Línea B	En caso de compañías marítimas:
	1. Una única ruta marítima, desde un puerto de un mercado de origen (Península Ibérica u otro país), a un único puerto de las Islas Baleares
	2. Un conjunto de rutas marítimas, desde un mismo mercado de origen (Península Ibérica u otro país) a un único puerto de las Islas Baleares

d) Las campañas responderán a los siguientes plazos para todas las líneas de actuación:

Las entidades podrán elegir las fechas más adecuadas a su propuesta dentro de los períodos propuestos a continuación para cada una de las anualidades.

Es importante remarcar que por cada anualidad tendrán que presentar una propuesta independiente, aunque las acciones contenidas dentro de estas propuestas podrán ser una continuidad de la otra.

2023	
Las campañas podrán desarrollarse/ejecutarse –ambos incluidos–:	
Fecha inicio	Fecha de finalización
Desde 60 días naturales a contar a partir del día después de la publicación en el BOIB de esta convocatoria	hasta el 31/12/2023
La temporada que publicitará la campaña se –ambos incluidos–:	
Fecha inicio	Fecha de finalización
Desde 01/10/2023	hasta el 30/04/2024
Por tanto, no se podrá publicar ningún período compras fuera de estas fechas.	
La campaña sólo podrá publicar aquellos periodos donde las entidades colaboradoras dispongan de rutas/trayectos operativos directos con las Islas Baleares.	

2024	
Las campañas podrán desarrollarse/ejecutarse –ambos incluidos–:	
Fecha inicio	Fecha de finalización
Desde el 01/01/2024	hasta el 31/12/2024
La temporada que publicitará la campaña se –ambos incluidos–:	
Fecha inicio	Fecha de finalización
Desde el 01/01/2024	hasta el 30/04/2024
Desde el 01/10/2024	hasta el 31/12/2024
Por tanto, no se podrá publicar ningún período compras fuera de estas fechas, y más concretamente, dentro de la campaña de co-marketing propuesta no se podrá publicar la temporada comprendida desde el 01/05/2024 al 30/09/2024.	
La campaña sólo podrá publicar aquellos periodos donde las entidades colaboradoras dispongan de rutas/trayectos operativos directos con las Islas Baleares.	

Los períodos seleccionados tendrán que ser continuos, es decir, no se permitirán interrupciones entre la fecha de inicio y finalización.

e) Período mínimo de operatividad de la/s ruta/rutas/trayecto/trayectos que se promocionan con la campaña según cada línea de actuación:

Las entidades colaboradoras deberán comprometerse a mantener la/s ruta/rutas/trayecto/trayectos que se promocionen con la campaña, según los requisitos estipulados en el siguiente párrafo que tendrán que cumplir.

En caso de que no se ajusten a lo establecido no se abonará la campaña, a excepción de que su incumplimiento se pueda justificar en el



apartado 18 de estas bases como circunstancia fortuita y/o de fuerza mayor. En estos casos la comisión ejecutiva tendrá la potestad de otorgar la exención al cumplimiento de este requisito.

En caso de que la entidad solicitante cesara de operar la/s ruta/rutas/trayecto/trayectos que se promocionan con la campaña, motivadas por asuntos operativos o de bajo empleo, y no cumpliera con este requisito, no se abonará ninguna cuantía de la campaña ejecutada por haber incumplido uno de los requisitos vinculados a la misma.

Se debe tener en cuenta que la campaña tan sólo podrá publicitar aquellos períodos donde las entidades colaboradoras dispongan de rutas/trayectos operativos directos con las Illes Balears.

Línea actuación	Periodos mínimos operatividad en relación con el destino al que se vincula la campaña y la ruta/mercado de origen.
Línea A y Línea B	<i>En caso de compañías aéreas y marítimas:</i>
	<i>Obligatoriedad de cumplimiento del período mínimo de operatividad con relación al período que se publicita con la campaña y, por tanto, donde disponen de vuelos/rutas/trayectos operativos directos desde la ruta/mercado de origen al destino vinculado.</i>
	El período mínimo de operatividad deberá cumplir en dos requisitos: Al menos 50 días con vuelos/rutas/trayectos operativos directos (desde la fecha del primer vuelo/ruta/trayecto al último) comprendidos dentro del período elegido y que se publicita con la campaña propuesta. Al menos con un 25% de días con al menos 1 vuelo/ruta/trayecto directo al destino vinculado y dentro del período que se publicita con la campaña.

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

El período seleccionado deberá ser continuos, es decir, no se permitirán interrupciones entre la fecha de inicio y finalización.

1.1 Campañas de sostenibilidad

Poco a poco, tanto entidades como ciudadanos son más conscientes de que el modelo de desarrollo actual debe evolucionar y cambiar hacia un modelo sostenible con tres dimensiones: equidad social, eficiencia económica y conservación ambiental. Para llevar a cabo el desarrollo de políticas y estrategias que fomenten este cambio es imprescindible el impulso institucional con actuaciones concretas que potencien la sostenibilidad.

Por este motivo, y dado que las compañías aéreas y marítimas generan al votante de un 2% de las emisiones globales de dióxido de carbono, se plantea fomentar y potenciar estrategias sostenibles, mediante acciones incentivadas. El cambio climático es una realidad que ya está ahí y que desde las instituciones públicas debemos trabajar activamente para su mitigación.

Con el fin de fomentar la sostenibilidad y la circularidad no sólo en el destino sino en la conectividad de éste, será requisito para las entidades solicitantes realizar alguna de las acciones que a continuación se detallan y que se apoyarán por parte de esta administración con la implementación de una campaña publicitaria de sostenibilidad simultánea en la campaña de co-marketing estratégico.

Esta campaña de sostenibilidad también será gestionada por la entidad solicitante donde la AETIB aportará hasta 30.000€ destinados a medios externos (impuestos incluidos), mientras que la entidad solicitante aportará la misma o superior cuantía que la AETIB, y que podrá invertir en medios propios o externos, a su elección.

El contenido de la campaña será dar a conocer la acción colaborativa de ambas entidades, que se potencia con esta actuación, con el objetivo de fomentar la sostenibilidad y circularidad del destino.

Esta campaña se desarrollará de forma simultánea en el tiempo en la campaña general de la entidad solicitante y deberá estar vinculada a la misma marca de destino que la campaña principal. Deberá cumplir con las fechas de ejecución de la campaña indicadas en el apartado 1.e) del objeto de esta convocatoria, y de forma general, se regirá por las bases que en esta convocatoria se detallan.

A continuación, se describen las propuestas vinculadas a las siguientes acciones, que serán las acciones que únicamente se valorarán.

En caso de que la acción propuesta por la entidad solicitante no se ajuste a la estrategia de la AETIB para el año 2023 y/o 2024, la Comisión de Valoración propondrá los cambios más adecuados para ajustar el contenido comunicacional a la estrategia de la AETIB. Por tanto, la entidad solicitante deberá realizar las adaptaciones necesarias hasta conseguir el visto bueno de la AETIB.

Es importante señalar que las acciones a difundir deberán ejecutarse o haber sido ejecutadas dentro de la anualidad a la que se opta y, en su caso, estar reflejada en el Plan de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de la entidad para la anualidad a la que se ha optado.



PROPUESTA DE ACCIONES DE FOMENTO DE LA SOSTENIBILIDAD		APORTACIÓN MÁX. AETIB*	APORTACIÓN MÍN. ENTIDAD*
A. Compañía aérea	B. Compañía marítima	EN MEDIOS EXTERNOS	EN MEDIOS PROPIOS o EXTERNOS
1A. Que la compañía disponga de un programa propio de reducción de huella de carbono para el año en curso de desarrollo de la campaña con aportación mínima dineraria efectiva.	1B. Que la compañía disponga de un plan de RSC para el año en curso de desarrollo de la campaña, en el que se incluya alguna acción en cada una de las dimensiones: social, económica y medioambiental. Para la ejecución de este plan debe realizarse una aportación dineraria efectiva mínima.	15.000€	15.000€
2A. Que la compañía disponga de un programa de eliminación de los residuos plásticos en las salas de espera propias y/o en los aviones, para el año en curso de desarrollo de la campaña	2B. Que la compañía disponga de un programa de eliminación de residuos plásticos en las salas de espera propias y/o en los barcos, para el año en curso de desarrollo de la campaña.	15.000€	15.000€
3A. Que la compañía disponga de un plan de clasificación, reciclaje y tratamiento de residuos en las salas de espera propias y/o en los aviones, para el año en curso de desarrollo de la campaña	3B. Que la compañía disponga de un plan de clasificación, reciclaje y tratamiento de residuos en las salas de espera propias y/o en los barcos, para el año en curso de desarrollo de la campaña.	15.000€	15.000€
4A. Que la compañía disponga de alguna certificación medioambiental vigente emitida por una entidad certificadora de reconocido prestigio. También se tendrá en cuenta si la certificación se ha emitido con algunos de los aeropuertos de las Islas Baleares. La vigencia del certificado debe ser como mínimo del año completo en el que se desarrolla la campaña.	4B. Que la compañía disponga de alguna certificación medioambiental vigente emitida por una entidad certificadora de reconocido prestigio. También se tendrá en cuenta si la certificación se ha emitido con algunos de los puertos de las Islas Baleares. La vigencia del certificado debe ser como mínimo del año completo en el que se desarrolla la campaña.	20.000€	20.000€
5A. Que la compañía dé acceso, a través de sus medios tecnológicos a programas de reducción de huella de carbono en los que los viajeros puedan calcular cuánto CO ₂ generan y cómo se puede compensar, incluyendo aportaciones dinerarias para proyectos concretos.	5B. Que la compañía disponga de un programa propio de reducción de huella de carbono con aportación efectiva dineraria, para el año en curso de desarrollo de la campaña.	25.000€	25.000€
6A. Que la compañía dé acceso, a través de sus medios tecnológicos a programas de financiación de SAP (<i>Sustainable Aviation Fuel</i>) en los que los viajeros puedan realizar aportaciones dinerarias por la utilización de este tipo de combustible.	6B. Que la compañía realice acciones de concienciación con los viajeros en relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para el año en curso de desarrollo de la campaña. Los viajeros, además de participar en estas acciones, deben poder realizar aportaciones dinerarias a proyectos concretos.	25.000€	25.000€
7A. Que dentro del plan de RSC y, más concretamente, de los programas de sostenibilidad que tienen activos para compensar la huella de carbono, para el año en curso de desarrollo de la campaña, incluyan una acción que se desarrolle directamente en las Islas Baleares. Éste puede estar ejecutado tanto por la propia entidad como mediante acuerdos con terceros.	7B. Que la compañía, dentro del plan de RCS para el año en curso de desarrollo de la campaña, incluya alguna acción con aportación dineraria que se desarrolle directamente en las Islas Baleares. Éste puede estar ejecutado tanto por la propia entidad como mediante acuerdos con terceros.	30.000€	30.000€

***Impuestos incluidos**

Para presentar la propuesta se tendrá que entregar el anexo de la Propuesta relativa a la campaña de sostenibilidad, ajustándose al apartado 6.3.3 de estas bases, según la línea de actuación a la que se opte:

La propuesta entregada se negociará con la Comisión de Valoración de la AETIB para que se ajuste a los objetivos estratégicos de la AETIB para el año 2023 y 2024. Todas las modificaciones en la propuesta se dejarán por escrito en el expediente.

1.2 Territorialización

Para cumplir con la territorialización entre islas, se dedicará un porcentaje mínimo a co-marketing por destino, de acuerdo con el siguiente cuadro:



DESTINO	%
MALLORCA	50,92%
MENORCA	17,23%
IBIZA	20,78%
FORMENTERA	11,07%

DEBE TENERSE EN CUENTA	APLICACIÓN DEL PORCENTAJES
Para la línea de actuación A <i>compañías aéreas</i>	Dado que el aeropuerto de Ibiza también es el puente de conexión aérea con la isla de Formentera, el porcentaje asignado al destino de Ibiza será el sumatorio del porcentaje correspondiente a la isla de Ibiza más el de la isla de Formentera (31,85%)
Para la línea de actuación B <i>compañías marítimas</i>	Seguirá la territorialización establecida
Las campañas de co-marketing para el fomento de la sostenibilidad	Se contabilizarán dentro de la partida presupuestaria correspondiente a la marca de destino de la campaña de co-marketing estratégico con la que se presenten.

Asimismo, en caso de que una vez revisadas y valoradas las propuestas presentadas, dentro del plazo establecido en la convocatoria por cada una de las anualidades, no se hayan solicitado suficientes campañas de co-marketing estratégico hasta agotar los porcentajes por islas de destino, el presupuesto remanente se destinará al resto de solicitudes, al margen de esta territorialización. El orden de prelación se realizará por número de registro de entrada en la AETIB.

1.3 Importes máximos de la convocatoria

La presente convocatoria tiene un presupuesto máximo de 960.000 € (impuestos incluidos) financiados de la siguiente forma:

- Un importe máximo de 480.000€ (impuestos incluidos) en el Capítulo VI – Inversiones Reales del presupuesto de la AETIB para el ejercicio 2023.
- Un importe máximo de 480.000€ (impuestos incluidos) en el Capítulo VI – Inversiones Reales del presupuesto de la AETIB para el ejercicio 2024 condicionado a la existencia de crédito adecuado y suficiente en el presupuesto de la AETIB para la anualidad 2024.

Este presupuesto se dividirá de la siguiente forma:

	2023	2024
Línea actuación	Importes máximos por línea de actuación (impuestos incluidos)	
Línea A	350.000 €	350.000 €
Línea B	130.000 €	130.000 €
TOTAL	480.000 €	480.000 €

Aun así, para cubrir las necesidades de la convocatoria, dentro de cada una de las anualidades, si una vez agotada la partida correspondiente a cualquiera de las líneas de actuación se dispone de presupuesto a otra línea, se podrá traspasar fondos de una línea a otra. En caso de realizar este traspaso y estando vigente el apartado 1.2 Territorialización, éste deberá aplicarse.

En el supuesto de que la partida reservada para alguna de las líneas o para el conjunto de la convocatoria sea insuficiente, la partida presupuestaria podrá ser ampliada, a criterio de la dirección, en función de la disponibilidad presupuestaria.

La dotación presupuestaria no agotada en 2023, siempre que el presupuesto de la AETIB así lo permita, se podrá traspasar el excedente a 2024. En caso de la partida correspondiente a la anualidad 2024, una vez formalizadas las colaboraciones aprobadas por éste anualidad, la AETIB podrá disponer de los remanentes, que serán destinados a otros proyectos según las necesidades existentes, teniendo en cuenta la partida presupuestaria y capítulo al que fueron asignados.

2. IMPORTES MÁXIMOS DE SOLICITUD PARA LAS CAMPANAS ESTRATÉGICAS

Debido a la condición de insularidad ya la gran importancia de la conectividad del destino para las Islas Baleares, se quiere promover el incremento de la misma mediante el impulso a las vías de entrada de las Islas más relevantes de acuerdo a las siguientes líneas de actuación y las limitaciones presupuestarias que se establecen en la siguiente tabla:



Línea de actuación	IMPORTES MÁXIMOS DE SOLICITUD: límite máximo de colaboración de la AETIB por campaña ESTRATÉGICA (impuestos incluidos)	% MÁXIMOS DE COLABORACIÓN (impuestos incluidos)
Línea A	125.000 €	La colaboración económica será como máximo del 50% de la propuesta presentada (impuestos incluidos)
Línea B	60.000 €	

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

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

Esta aportación económica se podrá incrementar por parte de la AETIB hasta 30.000€ más, que irán destinados a la ejecución de la campaña para el fomento de la sostenibilidad correspondiente a las actuaciones propuestas y que se describen en el apartado 1.1 de estas bases. Se recuerda que la ejecución de la campaña de sostenibilidad es un requisito obligatorio para las entidades solicitantes.

3. REQUISITOS DE LAS ENTIDADES QUE SOLICITAN COLABORACIÓN

Podrán solicitar la colaboración de la AETIB en esta convocatoria, las empresas o entidades privadas, estatales o internacionales, cuya actividad principal sea:

Línea actuación	Requisito entidades solicitantes - actividad principal
Línea A	Compañía aérea que transporta pasajeros
Línea B	Compañía marítima que transporta pasajeros

4. REQUISITOS DE LAS ACCIONES DE CO-MARKETING Y TIPOLOGÍA DE LAS MISMAS SEGÚN LAS LÍNEAS DE ACTUACIÓN

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

4.1 Requisitos generales de co-marketing estratégico:

- Cumplir con el objeto de la campaña a desarrollar descrito en el apartado 1. b).
- Promocionar uno de los contenidos descritos en el apartado 1.c).
- Ejecutar la campaña dentro de las fechas indicadas en el apartado 1.d).
- Publicitar la parte de la temporada dentro de las fechas indicadas en el apartado 1.d).
- Cumplir con el período mínimo de operatividad de la/s ruta/rutas/trayecto/trayectos que se promocionan con la campaña y descritos en el apartado 1.e).
- Desarrollarse en los mercados emisores de las Islas Baleares descritos en el Plan de Conectividad de las Islas Baleares **ANEXO 7**.
- La idea creativa de las campañas será de experiencias vinculadas con, al menos, alguno de los Segmentos Estratégicos Turísticos (SET):

- Deportes
- Cultura
- Gastronomía
- Turismo Activo
- Ecoturismo
- Lujo
- Salud y Bienestar
- MICE

h) Realizarse mediante cualquier medio de comunicación o tipo de soporte publicitario de los descritos en el apartado 4.3 de estas bases.

i) Al menos, las campañas propuestas deberán de tener una inversión mínima del 40% del total de la campaña (impuestos incluidos) en medios externos que no estén vinculados directamente con la entidad solicitante o con el grupo empresarial al que pertenece.

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

No se valorarán las campañas que únicamente propongan medios propios del solicitante (webs propias, publicidad en instalaciones propias, revista in-flight/a bordo, catálogo de ventas, puntos de venta propios de la entidad solicitante o del grupo al que pertenece, entre otros) o las campañas con una inversión mínima en medios externos inferior al 40% del total de la campaña y, por tanto, se



excluirán.

j) En caso de que la campaña propuesta haya recibido o vaya a recibir otras colaboraciones y/o ayudas económicas (patrocinios, subvenciones, entre otros) por parte de cualquier entidad pública (ayuntamientos, consejos insulares, ministerios, entre otros), el valor económico TOTAL de la campaña propuesta debe ser la suma de las siguientes cantidades:

- La aportación de la AETIB
- Las aportaciones de otras entidades públicas, en su caso
- La parte correspondiente a la aportación de la entidad solicitante, importe de la cual debe ser igual o superior a la aportación de la AETIB

Por este motivo, la entidad solicitante tendrá la obligación de informar a la AETIB de las condiciones e importes (impuestos incluidos) de las colaboraciones y/o ayudas previstas o firmadas con entidades públicas, previamente a la firma del convenio. Después de la firma del convenio no podrá participar ninguna entidad más en esta misma campaña. En la justificación se deberá aportar la totalidad de la campaña realizada.

4.2 Requisitos en función de la línea de actuación de co-marketing estratégico:

Según la línea de actuación se tendrán que cumplir los siguientes requisitos

a) Declaración responsable (incluida en el **ANEXO A2 /B2**) donde debe indicarse:

Línea actuación	Contenido declaración responsable
Línea A	Que la ruta/s/mercado que se propone promocionar es/son de vuelos directos desde el aeropuerto/so mercado de origen, a uno de los aeropuertos de las Islas Baleares Que la compañía aérea, además de la ruta/s anterior, programa y opera vuelo/s directo/s desde el aeropuerto/s y/o mercado de origen donde se realizará la campaña publicitaria, en los otros dos aeropuertos de las Islas Baleares dentro del mismo período que se promociona con la campaña (debe indicarse, además de la ruta o rutas al aeropuerto principal al que se vincula la campaña, al menos una ruta a cada uno del resto de aeropuertos de destino). No es necesario que la operatividad sea en la totalidad del período que se promociona, pero sí que ésta exista. Para aquellas propuestas que incluyan a más de un aeropuerto de origen como contenido promocional de la campaña se tendrá en cuenta el mercado de origen. Que la compañía aérea programa y opera vuelo/s directo/s desde el aeropuerto/s y/o mercado de origen donde se realizará la campaña publicitaria durante todo el período o temporada que se publicita.
Línea B	Que la ruta/s/mercado que se propone promocionar es/son de trayectos directos desde el puerto/so mercado de origen, a uno de los puertos de las Islas Baleares Que la compañía marítima opere trayectos directos desde el puerto/sy/o mercado de origen donde se realizará la campaña publicitaria durante todo el período o temporada que se publicita.

b) Se podrá presentar dentro de esta convocatoria:

Una única solicitud por entidad y anualidad de ejecución de la campaña.

En caso de que otra compañía/entidad que pertenezca al mismo grupo empresarial también haya optado a esta u otra convocatoria pública de co-marketing realizada por la AETIB, las campañas que se deriven de ésta la colaboración deberán ser independientes, con creatividades perfectamente diferenciadas.

c) Las compañías aéreas:

- 1.- No podrán presentar ninguna solicitud vinculada a una ruta clasificada como Obligación de Servicio Público (OSP).
- 2.- Además de la ruta/s directa/directas a la marca de destino propuesta para la campaña, tendrá que programa y opera vuelo/s directo/s desde el aeropuerto/s y/o mercado de origen donde se realizará la campaña publicitaria, en los otros dos aeropuertos de las Islas Baleares dentro del mismo período que se promociona con la campaña.

No es necesario que la operatividad sea en la totalidad del período que se promociona, pero sí que exista.

Para aquellas propuestas que incluyan a más de un aeropuerto de origen como contenido promocional de la campaña se tendrá en cuenta el mercado de origen.

4.3 En función de la tipología de acciones:

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

- Publicidad *offline*: prensa y revistas divulgativas, revistas especializadas, radio, televisión, entre otros.
- Publicidad *online*: publicidad (banners) o *branded content* a *microsites*, blogs, acciones especiales, entre otros.
- Publicidad exterior: vallas, opís, mupis, taxis, metro, autobuses, entre otros.
- Acciones en redes sociales: campañas en redes, sorteos, concursos, entre otros.
- Acciones de relaciones públicas: notas de prensa, presentaciones, entre otros.
- Acciones de *Street marketing*: acciones promocionales/publicitarias/ eventos en la calle.

4.4 Requisitos de **creatividad e imagen** corporativa:

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

a.) Todas las creatividades tendrán que integrar las siguientes marcas/menciones:

- Marca/marcas de destino
- Los logotipos que determine la AETIB según corresponda

b.) Las creatividades y acciones se tendrán que ajustar a las Directrices del uso de las marcas de la AETIB que formarán parte del convenio. De forma orientativa, se adjunta a estas bases el **ANEXO 8** donde se describen brevemente las líneas más generales de este uso.

c.) En todas las creatividades/acciones publicitarias/promocionales deberá quedar reflejada de forma explícita las marcas de destino que se presentarán de la siguiente forma:

Destinos	Marca de destino (Logotipo):
Mallorca	Mallorca
Menorca	Menorca
Ibiza	Ibiza
Formentera	Formentera

Las marcas de destinos, y por tanto sus logotipos, deberán mantenerse tal y como se describe en este apartado.

No obstante, el *naming* del destino, cuando se haga mención del mismo en los contenidos que deban emplearse con motivo de las campañas, podrá adaptarse a los idiomas del mercado de origen, pero sólo en el caso de las menciones y nunca para las marcas de los destinos. De no cumplir con estos requisitos, no se contabilizará la acción como parte de la campaña.

d.) Para las campañas para el fomento de la sostenibilidad, el contenido de la creatividad será vincular el destino a la acción propuesta por la entidad colaboradora y en la que la AETIB, mediante esta campaña, ayudará a su difusión.

e.) La producción de las creatividades y sus adaptaciones para cualquier apoyo irán a cargo de la empresa solicitante de la colaboración, aunque, a petición de la entidad colaboradora, la AETIB podrá facilitar el material en bruto que estime oportuno.

f.) Con la presentación de la solicitud, la entidad colaboradora acepta la cesión a la AETIB del material publicitario/promocional creado para la campaña o generado con su desarrollo. La AETIB podrá hacer uso de este material con fines estratégicos, pero no comerciales.

g.) La creatividad/contenido de todas las campañas/acciones será propuesta por los solicitantes y, antes de su publicación/emisión, deberá contar con el visto bueno de la AETIB.

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

- Excluirá la propuesta, si la campaña se encuentra en fase de solicitud.
- Cancelará la colaboración, y por tanto, no abonará la cuantía correspondiente, si la campaña se encuentra en fase de ejecución y/o justificación, a excepción de aquellos requisitos en los que la Comisión Ejecutiva tenga la potestad de otorgar la exención.

Para facilitar y optimizar el trabajo entre equipos, una vez firmado el convenio, la entidad solicitante tendrá que entregar al Servicio de Comunicación de la AETIB, el material necesario para la aprobación de la campaña según la propuesta realizada en el óptico.

1. Material a entregar:

Toda la creatividad y contenido que se utilizará en la campaña.

- Piezas gráficas/audiovisuales según soportes seleccionados: televisión, radio, impresos, online etc. En el caso de

adaptaciones de una misma pieza gráfica será suficiente que se entregue una tan sólo una vez.

ii. Textos y contenidos a utilizar en las diversas publicaciones

iii. Publicaciones en redes sociales con etiquetado

Para simplificar la revisión, no es necesaria la remisión de las adaptaciones a los diferentes medios/cabeceras.

2. Forma de la entrega del material:

Mediante un correo electrónico dirigido a comunicacion@aetib.caib.es y ip@aetib.caib.es donde tendrán que remitir a la AETIB un enlace de descarga con todo el material creativo y de contenidos de la campaña a realizar (óptico) y en la línea de la propuesta técnica presentada. El enlace deberá estar activo durante al menos 30 días. La remisión del material se realizará con un único envío por cada una de las campañas (estratégica/sostenibilidad).

Una vez revisado el material entregado por el Servicio de Comunicación, emitirá un informe con las conformidades, cambios y/o modificaciones necesarias a realizar para ajustarse a las directrices de la AETIB.

3. Plazo. Fechas límite para entregar el material:

Campañas a ejecutar en:	Fecha máxima de entrega del material a revisar por parte de la AETIB:
2023	15 naturales días antes del inicio de la campaña
2024, cuando ésta se inicia durante el mes de enero	Antes del 1 de diciembre de 2023
2024, para el resto de las campañas	15 naturales días antes del inicio de la campaña

5. FORMA Y PUESTO DE PRESENTACIÓN DE LA SOLICITUD Y RESTO DE DOCUMENTACIÓN

Todas las solicitudes serán tramitadas siguiendo el riguroso orden de registro de entrada en la Sede Electrónica del Gobierno de las Islas Baleares.

Se podrá presentar una única solicitud por entidad y anualidad de ejecución de la campaña:

Línea actuación	Tipo entidad
Línea A	Compañía aérea
Línea B	Compañía marítima

A. El plazo para la presentación de las solicitudes de colaboración permanecerá abierto desde el día siguiente de la publicación de esta resolución en el BOIB, hasta agotar la dotación económica y, en cualquier caso, **dentro de los plazos establecidos para cada una de las anualidades:**

Campañas a ejecutar en:	Fecha de inicio	Fecha finalización
2023	El día siguiente a su publicación en el BOIB	26/06/2023
2024	01/09/2023	01/10/2023

Las entidades tendrán que presentar toda la documentación necesaria para su tramitación con **un mínimo de 60 días naturales de antelación a la fecha de inicio la campaña publicitaria** y, en todo caso, siempre dentro de los plazos de presentación de cada una de las anualidades descritos en la tabla anterior. En caso de incumplimiento de los plazos, la solicitud quedará excluida.

B. Las solicitudes deben presentarse exclusivamente de forma telemática, a través del trámite específico que se pone a disposición de los interesados en la página web de la Agencia Estratégica de Turismo de las Illes Balears y en la Sede Electrónica del Gobierno de las Islas Baleares. No se considerarán válidas las solicitudes telemáticas a través de otro medio electrónico que no sea el citado trámite específico.

Es obligatorio realizar un único registro por solicitud y por anualidad. En caso de más de un registro por solicitud o anualidad, sólo se aceptará el primer registro realizado.

En caso de que la documentación a entregar supere los 10MB y/o los 10 archivos, se deberá indicar en el **ANEXO A1** un enlace de descarga que deberá estar operativo como mínimo durante 60 días, para facilitar la descarga por parte de la AETIB.

En caso de que el enlace de descarga de la documentación esté deshabilitado dentro del indicado plazo, se podrá requerir para su subsanación concediéndole un plazo de 10 días hábiles, a contar desde el día siguiente a la recepción del requerimiento, con la advertencia expresa de que, en caso de no hacerlo así, se procederá a valorar la solicitud de colaboración con la documentación que se disponga en ese momento, sin posibilidad de subsanación.

6. PRESENTACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN

Para la presentación de la documentación, deberá tenerse en cuenta:

- a) La solicitud debe ir acompañada de la documentación que se relaciona en este mismo apartado correspondiente a la documentación administrativa y técnica que se revisarán en cada una de las fases.
- b) Los anexos que se adjuntan a esta convocatoria estarán a disposición de los interesados en la página web de la Agencia Estratégica de Turismo de las Islas Baleares y en la Sede Electrónica del Gobierno de las Islas Baleares.
- c) Los documentos digitales deberán estar firmados por el representante legal de la entidad solicitante con firma digital válida (firma electrónica), que permita la verificación de la identidad de éste, a través de un certificado calificado que garantice una seguridad equivalente a la firma manuscrita.
- d) Los interesados tendrán que presentar su solicitud y documentación administrativa y técnica según los modelos anexos que se adjuntan a la convocatoria.
- e) No se aceptará documentación manuscrita, sin formato, que modifique o altere la estructura de los anexos y/o con errores, por tanto, estas propuestas serán excluidas. Tampoco se aceptarán aquellas que no utilicen los modelos anejados mencionados.
- f) Las solicitudes presentadas se valorarán por orden de entrada en el registro en la Sede Electrónica del Gobierno de las Illes Balears y siempre teniendo en cuenta la territorialización establecida en la convocatoria (apartado 1.2)
- g) Los anexos y/o documentación administrativa y técnica tendrán que identificar si forman parte de la fase administrativa o técnica. Por este motivo, al principio del nombre del archivo se incluirá:

- En caso de los modelos anexos: el propio nombre del anexo (Ej. Anexo A1 Anexo A2, Anexo B1, Anexo B2)
- En caso de otros documentos:

i. Documentos administrativos: ADM

ii. Documentos técnicos: TEC

- h) En caso de deficiencias en el documento de solicitud, se podrá requerir para su subsanación, con un plazo de 10 días hábiles, a contar desde el día siguiente a la recepción del requerimiento, con la advertencia expresa de que, en caso de no hacerlo así, se considerará desistida y se archivará su solicitud, según lo dispuesto en el artículo 68 de la Ley 39/2015.
- i) En caso de falta de algún documento de obligatoria entrega, administrativa o técnica, se requerirá con un plazo de 10 días hábiles, a contar desde el día siguiente a la recepción del requerimiento, conforme a los apartados 6.2 y 6.3 de esta convocatoria.
- j) En caso de que se agote el presupuesto asignado y siempre que no haya expirado la vigencia de la convocatoria, pueden continuar registrándose solicitudes en lista de reserva provisional que deben ser atendidas por riguroso orden de entrada, supeditadas al hecho que se produzcan desestimaciones, revocaciones y/o renunciaciones de las solicitudes de co-marketing previas que puedan liberar presupuesto o bien que se incorpore nuevo presupuesto a la convocatoria. En ningún caso la presentación de una solicitud en la lista de reserva provisional generará ningún derecho para el solicitante hasta que no se resuelva la solicitud.

A continuación, se detalla la documentación de obligada entrega para su tramitación.

6.1 Solicitud de co-marketing estratégico

Las solicitudes deben presentarse exclusivamente de forma telemática, a través del trámite específico que se pone a disposición de los interesados en la página web de la Agencia Estratégica de Turismo de las Illes Balears y en la Sede Electrónica del Gobierno de las Islas Baleares. No se considerarán válidas las solicitudes telemáticas a través de otro medio electrónico que no sea el citado trámite específico.

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

En el caso de presentar solicitud por ambas anualidades estas solicitudes se harán de la siguiente forma:

a) Documentación administrativa

- Campaña en 2023, se entrega la documentación completa según se indica en el apartado 6.2 de esta convocatoria
- Campaña en 2024 tan sólo se entrega el ANEXO D, en virtud del Decreto 6/2013, de 8 de febrero, de medidas de simplificación documental de los procedimientos administrativos, en el que debe indicarse el número de expediente asignado por en la anualidad 2023 donde se encuentra la documentación administrativa, siempre que no haya sufrido ninguna modificación o la documentación presentada no haya agotado su vigencia.

b) Documentación técnica:

- Campaña en 2023 se entrega la solicitud y documentación completa según se indica en el apartado 6.3 de esta convocatoria





- Campaña en 2024 se entrega la solicitud y documentación completa según se indica en el apartado 6.3 de esta convocatoria

Por tanto, las acciones serán independiente para cada una de las anualidades

Es importante remarcar que por cada anualidad tendrán que presentar una propuesta y justificación independiente, aunque las acciones contenidas dentro de estas propuestas podrán ser una continuidad de la otra, siempre que se desarrollen y justifiquen cada una dentro de su propuesta. es decir, las acciones de la campaña 2023 tendrán que finalizar día 31/12/2023 y las de la campaña 2024 no podrán empezar hasta el día 01/01/2024.

Con la solicitud se entregará la documentación administrativa y técnica que se describe y que se considera de obligada entrega.

6.2 Documentación administrativa: documentación relacionada con la entidad solicitante

6.2.1. Personas jurídicas españolas

- a) **ANEXO A1/B1:**Datos fundamentales para la tramitación. Datos de la campaña necesarios para evaluar la viabilidad de la solicitud.

Según la línea de actuación se podrá cumplimentar el Anexo correspondiente

Línea actuación	Tipo de entidades	ANEXO	FORMATO* de entrega
Línea A	Compañías aéreas	ANEXO A1	Digital (pdf firmado)
Línea B	Compañías marítimas	ANEXO B1	Digital (pdf firmado)

Asimismo, se tendrá en cuenta que:

- Todos los importes son con impuestos incluidos.
- Los solicitantes tendrán que indicar el importe siguiendo los máximos indicados en el apartado 2 de estas bases y siempre teniendo en cuenta que se tendrá que tomar como referencia el importe de la campaña con el descuento medio ofrecido previamente aplicado.
- De los importes totales de las campañas, quedan excluidos todos los gastos generados por ésta (planificación, producción, creatividades, ejecución, control, entre otros), que serán asumidas por la entidad solicitante, aunque deberán reflejarse en el óptico de la campaña (**ANEXO 5 y ANEXO 6**).
- Del importe solicitado a la AETIB para la realización de la campaña propuesta, tendrán que indicar el importe ajustándose a los máximos indicados en el apartado 2 de las bases y siempre teniendo en cuenta que se habrá tomar como referencia el importe de la campaña con el descuento medio ofrecido previamente aplicado.
- Todos los importes tendrán que incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta en la campaña.
- Como máximo se tendrán en cuenta 2 decimales.

Los datos contenidos en este documento regirán la valoración de la solicitud y prevalecerán sobre cualquier otro documento entregado y, por tanto, no se podrán modificar ni subsanar. En caso de no cumplimentar todos los datos solicitados en este documento, la solicitud quedará excluida. Asimismo, en caso de que las contradicciones entre documentos no permitan su valoración, la solicitud quedará excluida.

b) Certificado de inscripción en el registro correspondiente (registro de asociaciones, registro mercantil u otro dependiendo del tipo de entidad).

c) Estatutos de la entidad depositados en el citado registro, y debidamente inscrita en el Registro Mercantil, así como la copia en el registro correspondiente a su actividad.

d) Documentación acreditativa de la capacidad de la persona que representa legalmente a la entidad solicitante para actuar en su nombre, así como de su DNI.

e) Tarjeta de identificación fiscal de la entidad solicitante.

f) Alta de la declaración censal del inicio de la actividad, alta del IAE con el epígrafe correspondiente.

g) Declaración responsable en que se haga constar no incurrir en las prohibiciones para contratar con la administración según el artículo 71 de la LCSP.

Esta declaración responsable debe incluir la manifestación expresa de que no se incurre en ninguno de los supuestos a que se refiere la Ley 2/1996, de 19 de noviembre, de incompatibilidades de los miembros del Gobierno y de los altos cargos de la CAIB.

h) Acreditación de estar al corriente de las obligaciones tributarias con la Administración autonómica, estatal y la Seguridad Social, emitidas por los organismos competentes.

i) Declaración responsable en que se haga constar que se encuentra al corriente de pagos con la AETIB, así como estar al corriente en la justificación de convenios de colaboración anteriores con la AETIB. Esta declaración será comprobada de oficio por el área económica de la AETIB. En caso de que se constatará la existencia de deudas pendientes, será motivo de exclusión de esta



convocatoria.

j) Declaración responsable en que se haga constar si ha recibido y/o solicitado ayudas o colaboraciones de instituciones públicas o privadas para realizar la campaña para la que solicita colaboración a la AETIB.

k) Declaración responsable de la persona responsable de la entidad en la que se haga constar que la actividad principal de la empresa o entidad se enmarca dentro de esta convocatoria en función de la línea de actuación a la que se opta.

l) Declaración de la veracidad de los datos bancarios, que se podrá descargar en el siguiente enlace:

<http://www.caib.cat/govern/sac/fitxa.do?codi=1714109&coduo=32&lang=es>

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

6.2.2. Personas jurídicas extranjeras con actividad en España

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

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

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

Las empresas no españolas de estados miembros de la Unión Europea y los restantes empresarios extranjeros tendrán que acreditar la documentación que se detalla:

-ANEXO A1/B1: Datos fundamentales para la tramitación. Datos de la campaña necesarios para evaluar la viabilidad de la solicitud.

Según la línea de actuación se podrá cumplimentar el Anexo correspondiente

Línea actuación	Tipo de entidades	ANEXO	FORMATOS* de entrega
Línea A	Compañías aéreas	ANEXO A1	Digital (pdf firmado)
Línea B	Compañías marítimas	ANEXO B1	Digital (pdf firmado)

Asimismo, se tendrá en cuenta que:

- Todos los importes son con impuestos incluidos.
- Los solicitantes tendrán que indicar el importe siguiendo los máximos indicados en el apartado 2 de estas bases y siempre teniendo en cuenta que se tendrá que tomar como referencia el importe de la campaña con el descuento medio ofrecido previamente aplicado.
- De los importes totales de las campañas, quedan excluidos todos los gastos generados por ésta (planificación, producción, creatividades, ejecución, control, entre otros), que serán asumidas por la entidad solicitante, aunque deberán reflejarse en el óptico de la campaña (**ANEXO 5** y **ANEXO 6**).
- Del importe solicitado a la AETIB para la realización de la campaña propuesta, tendrán que indicar el importe ajustándose a los máximos indicados en el apartado 2 de las bases y siempre teniendo en cuenta que se habrá tomar como referencia el importe de la campaña con el descuento medio ofrecido previamente aplicado.
- Todos los importes tendrán que incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta en la campaña.

Los datos contenidos en este documento regirán la valoración de la solicitud y prevalecerán sobre cualquier otro documento entregado y, por tanto, no se podrán modificar ni subsanar. En caso de no cumplimentar todos los datos solicitados en este documento, la solicitud quedará excluida.

- Declaración responsable en que se haga constar no incurrir en las prohibiciones para contratar con la administración según el ordenamiento jurídico español y, por analogía, con el ordenamiento del estado al que pertenece.

Esta declaración responsable debe incluir la manifestación expresa de que no se incurre en ninguno de los supuestos a que se refiere la Ley 2/1996, de 19 de noviembre, de incompatibilidades de los miembros del Gobierno y de los altos cargos de la CAIB.



- Declaración responsable en la que se haga constar si ha recibido y/o solicitado ayudas o colaboraciones de instituciones públicas o privadas para realizar la campaña para la que solicita colaboración a la AETIB.
- Alta de la declaración censal, del inicio de actividad y/o alta del Impuesto de Actividades Económicas (IAE).
- Una declaración jurada de la persona responsable de la entidad, declarando que la actividad principal de la empresa o entidad se enmarca en las bases de esta convocatoria, en función de la línea de actuación a la que se opta.
- Declaración de que la compañía Aérea es titular de una licencia de explotación válida de acuerdo con lo que se prevé en el Acuerdo de Comercio y cooperación entre la Unión Europea y la Comunidad Europea de la Energía Atómica y Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte de 31 de diciembre de 2020.
- Acreditación de que la sucursal/filial, en su caso, se encuentra al corriente de las obligaciones tributarias con la Administración autonómica, estatal y la Seguridad Social, mediante la presentación de la oportuna certificación, emitida por el órgano competente. En caso de que se tratara de agente autorizado para actuar en nombre de la entidad no residente que opere mediante oficina de representación, deberá aportar la correspondiente certificación acreditativa de estar al corriente de pago con la Administración del Estado, la autonómica y la Seguridad Social, emitida por el órgano competente.
- Declaración responsable de que la entidad se encuentra al corriente de pagos con la AETIB, así como estar al corriente en la justificación de convenios de colaboración formalizados en ejercicios anteriores con la AETIB. Esta declaración será comprobada de oficio por el área económica de la AETIB. En caso de que se constatará la existencia de deudas pendientes, será motivo de exclusión de esta convocatoria.
- Declaración de la veracidad de los datos bancarios, que se podrá descargar en el siguiente enlace:

<http://www.caib.cat/govern/sac/fitxa.do?codi=1714109&coduo=32&lang=es>

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

6.3 Documentación técnica: documentación relacionada con las campañas propuestas

Las entidades solicitantes tendrán que entregar la siguiente documentación relativa a la parte técnica:

6.3.1 Memoria Técnica:

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

Las empresas solicitantes tendrán que entregar la siguiente documentación en formato digital según la línea de actuación que quieran desarrollar:

Línea actuación	Tipo de entidad	Memoria técnica	FORMATOS* de entrega
Línea A	Compañías aéreas	ANEXO A2	Digital (pdf firmado)
		Campaña propuesta	Digital (pdf firmado)
		ANEXO 5 Óptico de la campaña	Digital (pdf firmado y Excel)
Línea B	Compañías marítimas	ANEXO B2	Digital (pdf firmado)
		Campaña propuesta	Digital (pdf firmado)
		ANEXO 5 Óptico de la campaña	Digital (pdf firmado y Excel)

**En formato excel no hace falta se entregue firmado*

– **Memoria Técnica (ANEXO A2/B2).** En este documento se describe la campaña a desarrollar. Este Anexo incluye una declaración responsable mediante la cual se declara la veracidad de los datos y la intención del cumplimiento de la campaña según las características señaladas. A este anexo tendrán que adjuntarse:

- **Campaña propuesta** con una descripción detallada de la propuesta donde se desglosarán las acciones a llevar a cabo.
- **Óptico de la campaña. (ANEXO 5)** En este documento debe quedar claramente reflejado qué acciones se proponen ya qué importes corresponden.

– Asimismo, se indicará qué importe e inversión del total de la campaña se destina a medios externos (al menos un 40%). Deberá tomarse como referencia el importe de la campaña con el descuento medio ofrecido previamente aplicado, impuestos incluidos.

- Los importes tendrán que incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta en la campaña.
- En el caso de colaboraciones y/o ayudas por parte de otras entidades públicas en la campaña, deberá quedar claramente especificado qué acciones y partidas presupuestarias asume cada entidad.
- El óptico deberá reflejar también la planificación de fechas de la campaña a desarrollar (cronograma).

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

6.3.2 Criterios de valoración:

Las empresas solicitantes tendrán que entregar el anexo relativo a los criterios de valoración debidamente cumplimentado en formato digital según la línea de actuación que quieran desarrollar:

Línea actuación	Tipo de entidades	Criterios de valoración	FORMATOS* de entrega
Línea A	Compañías aéreas	ANEXO A3	Digital (pdf firmado)
Línea B	Compañías marítimas	ANEXO B3	Digital (pdf firmado)

- **Criterios de valoración (ANEXO A3/B3).** En este documento se exponen los criterios de valoración referentes a la campaña propuesta. Este Anexo incluye una declaración responsable mediante la cual se declara la veracidad de los datos y la intención del cumplimiento de la campaña según las características señaladas.

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

Para poder pasar a la fase de valoración, la propuesta presentada tendrá que obtener **una puntuación mínima de 25 puntos de los criterios de valoración.**

La puntuación asignada a cada apartado se detalla en el apartado 19 de estas bases Criterios de valoración de las propuestas.

6.3.3 Propuesta relativa a la Campaña de sostenibilidad:

Para la propuesta vinculada al apartado 1.1 Campaña de sostenibilidad de estas bases, las entidades solicitantes tendrán que entregar la siguiente documentación en formato digital según la línea de actuación vinculada:

Línea actuación	Tipo de entidades	Criterios de valoración	FORMATOS* de entrega
Línea A	Compañías aéreas	ANEXO A4	Digital (pdf firmado)
		Dossier de presentación de la acción	Digital (pdf firmado)
		Campaña propuesta	Digital (pdf firmado)
		ANEXO 6 Óptico de la campaña	Digital (pdf firmado y Excel)
Línea B	Compañías marítimas	ANEXO B4	Digital (pdf firmado)
		Dossier de presentación de la acción	Digital (pdf firmado)
		Campaña propuesta	Digital (pdf firmado)
		ANEXO 6 Óptico de la campaña	Digital (pdf firmado y Excel)

*En formato excel no hace falta se entregue firmado

– **Campaña de sostenibilidad (ANEXO A4/B4).** En este documento se describe la campaña a desarrollar. Este anexo incluye una declaración responsable mediante la cual se declara la veracidad de los datos aportados y la intención del cumplimiento de la campaña según las características señaladas. A este anexo tendrán que adjuntarse:

- **Dossier de presentación de la acción** que, según la medida seleccionada a promocionar/publicitar con la campaña, deberá incluir la siguiente documentación:

PROPUESTA DE ACCIONES DE SOSTENIBILIDAD	
A. Compañía aérea	Documentación acreditativa de la medida en la fase de solicitud
1A. Que la compañía disponga de un programa propio de reducción de huella de carbono para el año en curso de desarrollo de la campaña con aportación mínima dineraria efectiva.	Memoria del programa propio del año en curso donde se detallen las acciones que se van a desarrollar, con la previsión de la aportación dineraria de la compañía.



2A. Que la compañía disponga de un programa de eliminación de los residuos plásticos en las salas de espera propias y/o en los aviones, para el año en curso de desarrollo de la campaña	Memoria del programa en el que se detallen las acciones que se desarrollan durante el año en que se ha desarrollado la campaña de sostenibilidad.
3A. Que la compañía disponga de un plan de clasificación, reciclaje y tratamiento de residuos en las salas de espera propias y/o en los aviones, para el año en curso de desarrollo de la campaña	Memoria del plan de clasificación, reciclaje y tratamiento de residuos durante el año en que se ha desarrollado la campaña de sostenibilidad.
4A. Que la compañía disponga de alguna certificación medioambiental vigente emitida por una entidad certificadora de reconocido prestigio. También se tendrá en cuenta si la certificación se ha emitido con algunos de los aeropuertos de las Islas Baleares. La vigencia del certificado debe ser como mínimo del año completo en el que se desarrolla la campaña.	Copia de la certificación medioambiental vigente emitida por una entidad certificadora de reconocido prestigio.
5A. Que la compañía dé acceso, a través de sus medios tecnológicos a programas de reducción de huella de carbono en los que los viajeros puedan calcular cuánto CO2 generan y cómo se puede compensar, incluyendo aportaciones dinerarias para proyectos concretos.	Memoria del programa de reducción de huella de carbono para viajeros en el que se detallen las acciones que se desarrollan, con la aportación dineraria que aportan los viajeros.
6A. Que la compañía dé acceso, a través de sus medios tecnológicos a programas de financiación de SAP (<i>Sustainable Aviation Fuel</i>) en los que los viajeros puedan realizar aportaciones dinerarias por la utilización de este tipo de combustible.	Memoria del programa de financiación de SAP para viajeros en el que se detallen las acciones que se desarrollan y las aportaciones dinerarias previstas y los litros de combustible. Captura de pantalla/s de las plataformas tecnológicas desde las que se puede acceder, así como de las <i>slides</i> de todo el proceso.
7A. Que dentro del plan de RSC y, más concretamente, de los programas de sostenibilidad que tienen activos para compensar la huella de carbono, para el año en curso de desarrollo de la campaña, incluyan una acción que se desarrolle directamente en las Islas Baleares. Éste puede estar ejecutado tanto por la propia entidad como mediante acuerdos con terceros.	Memoria del plan de RSC, más concretamente, de las acciones que se han desarrollado directamente en las Islas Baleares dentro de los programas de sostenibilidad que tienen activos para compensar la huella de carbono.
B. Compañía marítima	Documentación acreditativa
1B. Que la compañía disponga de un plan de RSC para el año en curso de desarrollo de la campaña, en el que se incluya alguna acción en cada una de las dimensiones: social, económica y medioambiental. Para la ejecución de este plan debe realizarse una aportación dineraria efectiva mínima.	Memoria del plan de RSC del año en curso, en el que se detallen las acciones que se desarrollan en cada una de las dimensiones: social, económica y medioambiental, con la aportación dineraria de la compañía.
2B. Que la compañía disponga de un programa de eliminación de residuos plásticos en las salas de espera propias y/o en los barcos, para el año en curso de desarrollo de la campaña.	Memoria del programa donde se detallen las acciones que se desarrollan aportando datos cualitativos y cuantitativos de la aplicación de la medida durante el año en que se ha desarrollado la campaña de sostenibilidad.
3B. Que la compañía disponga de un plan de clasificación, reciclaje y tratamiento de residuos en las salas de espera propias y/o en los barcos, para el año en curso de desarrollo de la campaña.	Memoria del plan de clasificación, reciclaje y tratamiento de residuos aportando datos cualitativos y cuantitativos de la aplicación de la medida durante el año en que se ha desarrollado la campaña de sostenibilidad.
4B. Que la compañía disponga de alguna certificación medioambiental vigente emitida por una entidad certificadora de reconocido prestigio. También se tendrá en cuenta si la certificación se ha emitido con algunos de los puertos de las Islas Baleares. La vigencia del certificado debe ser como mínimo del año completo en el que se desarrolla la campaña.	Copia de la certificación medioambiental vigente emitida por una entidad certificadora de reconocido prestigio, además de la correspondiente memoria anual de sostenibilidad.
5B. Que la compañía disponga de un programa propio de reducción de huella de carbono con aportación efectiva dineraria, para el año en curso de desarrollo de la campaña.	Memoria del programa propio de reducción de huella de carbono en el que se detallen las acciones que se han desarrollado, con la aportación dineraria de la compañía.
6B. Que la compañía realice acciones de concienciación con los viajeros en relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para el año en curso de desarrollo de la campaña. Los viajeros, además de participar en estas acciones, deben poder realizar aportaciones dinerarias a proyectos concretos.	Memoria de las acciones de concienciación para viajeros que se realizan a lo largo del año en curso de desarrollo de la campaña.
7B. Que la compañía, dentro del plan de RCS para el año en curso de desarrollo de la campaña, incluya alguna acción con aportación dineraria que se desarrolle directamente en las Islas Baleares. Éste puede estar ejecutado tanto por la propia entidad como mediante acuerdos con terceros.	Memoria del Plan de RSC para el año en curso de desarrollo de la campaña, donde se realice una descripción de la acción que se lleva a cabo en las Islas Baleares y la aportación dineraria que se prevé realizar.

- **Campaña propuesta** con una descripción detallada de la propuesta donde se desglosaran las acciones a llevar a cabo.
- **Óptico de la campaña. (ANEXO 6)** En este documento debe quedar claramente reflejado qué acciones se proponen ya qué importes corresponden.

- Asimismo, se indicará qué importe e inversión del total de la campaña se destina a medios externos (al menos un 50% del total de la campaña). Deberá tomarse como referencia el importe de la campaña con el descuento medio ofrecido previamente aplicado, impuestos incluidos.
- Los importes tendrán que incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta en la campaña.
- La AETIB abonará la parte correspondiente a medios externos exclusivamente, hasta lo máximo estipulado en el apartado 1.1 “Campañas de sostenibilidad” de estas bases, según la elección realizada por el solicitante.
- El óptico deberá reflejar también la planificación de fechas de la campaña a desarrollar (cronograma) que deberá ser simultánea en la campaña de co-marketing estratégico.

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

7. PLAZO DE PRESENTACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN

La presente convocatoria para la realización de convenios de colaboración permanecerá abierta desde el día siguiente de la publicación de esta Resolución en el Boletín Oficial de las Islas Baleares (BOIB), hasta agotar la dotación económica y, en cualquier caso, dentro de los plazos establecidos para cada una de las anualidades:

Campañas a ejecutar en:	Fecha de inicio	Fecha finalización
2023	El día siguiente a su publicación en el BOIB	26/06/2023
2024	01/09/2023	01/10/2023

Las entidades tendrán que presentar toda la documentación necesaria para su tramitación con **un mínimo de 60 días naturales de antelación en la fecha de inicio la campaña publicitaria** y, en todo caso, siempre dentro de los plazos de presentación de cada una de las anualidades descritos en la tabla anterior. En caso de incumplimiento de los plazos, la solicitud quedará excluida.

8. FASE ADMINISTRATIVA: REVISIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN ADMINISTRATIVA

El Servicio jurídico de la AETIB examinará la documentación administrativa detallada en el apartado 6.2 de esta convocatoria.

En caso de que sea necesaria la subsanación de algún documento de carácter administrativo, la dirección de la AETIB o la unidad administrativa requerirá a la entidad interesada la documentación administrativa que carezca, concediéndole **un plazo de 10 días hábiles a contar desde el día siguiente a la recepción del requerimiento** para la presentación de la documentación requerida, con la advertencia expresa de que, en caso de no hacerlo así, se considerará desistida y se archivará su solicitud, según lo que dispone el artículo 68 de la Ley 39/2015.

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

9. FASE TÉCNICA

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

- **Comisión técnica:** formada por personal de la AETIB, como mínimo un representante de los siguientes servicios/secciones:
 - Servicio de Marketing e Impulso Turístico
 - Servicio de Comunicación
 - Servicio Jurídico
 - Sección económica
- **Comisión ejecutiva:** formada por un representante de la dirección de la AETIB y un representante de la entidad que presenta la propuesta.
- **Comisión de valoración:** formada por la dirección de la AETIB y asistida por la Comisión técnica. Solo vigente durante la fase de valoración.

Cualquier comisión podrá solicitar durante la tramitación del expediente, las aclaraciones o modificaciones que estimen necesarias. De éstos se dejará constancia en el expediente.

9.1 FASE DE REVISIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN TÉCNICA

Las entidades o empresas que se presenten a la convocatoria tendrán que cumplimentar la documentación técnica requerida de obligada entrega junto con la solicitud. En caso de no adjuntarse algunos de los documentos, se requerirá a la entidad interesada, concediéndole un plazo de 10 días hábiles, a contar desde el día siguiente a la recepción del requerimiento, para la presentación de la documentación requerida,

con la advertencia expresa de que, en caso de no hacerlo así, se considerará desistida y se archivará su solicitud, según lo dispuesto en el artículo 68 de la Ley 39/2015. En ningún caso se podrá subsanar su contenido.

El contenido de los anexos de obligada entrega no podrá subsanarse, es decir, una vez entregados estos documentos, su contenido no podrá modificarse en la fase de solicitud y técnica, a excepción de las modificaciones como consecuencia de los cambios acordados por la Comisión de Valoración de la AETIB en la fase de valoración o como consecuencia de posibles aclaraciones, y siempre a excepción de que la propuesta entregada se vea afectada por circunstancias que se detallan en el apartado 18 de estas bases. Estas modificaciones se harán constar en el expediente.

Finalizada la revisión de la documentación administrativa de la entidad, la Comisión técnica revisará las propuestas técnicas, para determinar el cumplimiento o no de los requisitos exigidos, de acuerdo con lo establecido en estas bases.

Para poder pasar a la fase de valoración, la propuesta presentada tendrá que obtener **una puntuación mínima de 25 puntos de los criterios de valoración**. Aquellas entidades que no obtengan como mínimo esta puntuación serán desestimadas, dado que no cumplen los requisitos mínimos de adecuación a los objetivos estratégicos de la AETIB.

Esta comprobación será realizada por la Comisión Técnica nombrada.

Los datos indicados en la “Memoria Técnica” (ANEXO A2/B2) y en el anexo de “Criterios de Valoración” (ANEXO A3/B3) serán vinculantes a la firma del convenio y en ningún caso podrán ser modificados por parte del suelo solicitante, sin autorización de la Comisión Ejecutiva, porque forman parte de su propuesta, con excepción de los cambios acordados con la Comisión de Valoración de la AETIB en la fase de valoración.

9.2 FASE DE VALORACIÓN

Una vez realizada la revisión por parte de la Comisión Técnica según los criterios detallados en las bases, ésta elevará a Comisión de Valoración, las entidades que se propone desestimar y las entidades que han obtenido la puntuación mínima exigida y se propone se continúe con el procedimiento administrativo.

Las propuestas que hayan sido desestimadas serán excluidas del procedimiento.

Aquellas empresas, cuyas propuestas, hayan obtenido el mínimo de puntuación exigido en la convocatoria para realizar convenios de colaboración, tendrán que someterse a un **proceso de valoración previo** a la formalización del convenio de colaboración. Este proceso se llevará a cabo por la Comisión de Valoración, formada por la dirección de la AETIB y asistida por la Comisión Técnica.

En la comisión de valoración se acordarán todos los detalles de la campaña propuesta. Este proceso podría implicar que se solicitara alguna modificación, en la forma o en el precio, de la acción inicial propuesta, para adaptarla a la estrategia de la AETIB.

Los cambios introducidos por la Comisión de Valoración, previa aceptación por parte del solicitante, nunca podrán resultar inferiores a 25 puntos según los criterios de valoración establecidos.

10. FORMALIZACIÓN DE LA COLABORACIÓN Y APORTACIÓN DE LA AETIB

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

Estos convenios tendrán que firmarse en el plazo de un mes desde la notificación de la aprobación de la colaboración y siempre antes del inicio de la campaña de co-marketing. En caso contrario, la AETIB podrá resolver no llevar a cabo el citado convenio.

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

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

11. JUSTIFICACIÓN DE LA COLABORACIÓN

Una vez realizada la campaña, las entidades solicitantes tendrán que justificar que ésta se ha llevado a cabo según la oferta presentada en los anexos entregados en la fase de solicitud incluyendo las posibles modificaciones acordadas en la Comisión de Valoración.



A continuación, se detallan las condiciones de la justificación y la forma de pago.

- La justificación técnica de la colaboración deberá presentarse con anterioridad a la presentación de la factura.
- Se justificará la totalidad de la campaña ejecutada, indicando en la justificación qué parte corresponde a la aportación de cada entidad (entidades solicitantes, AETIB, otras entidades en su caso), tomando como modelos los ajustes a esta convocatoria.
- La aportación de la AETIB se hará efectiva una vez finalizada la campaña objeto de la colaboración y previa presentación por parte de la entidad de un Dossier justificativo de la/s campaña/s realizada/s. No se procederá al pago de la colaboración hasta que se haya cumplido con la presentación de la justificación y ésta se haya conformado por la Comisión Técnica. Por tanto, sin la entrega de la documentación justificativa en tiempo y forma, no se abonará la colaboración. Una vez presentada la factura, mediante resolución de pago lo procedía a su conformidad por parte de la Comisión Ejecutiva y su abono.
- La entidad colaboradora deberá acreditar, en cualquier caso, el cumplimiento de las condiciones establecidas en el convenio de colaboración y en las bases de la convocatoria.
- Sólo se considerará válida la justificación presentada a través del medio telemático específico puesto a disposición de los interesados en la página web de la Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares y en la Sede Electrónica del Gobierno de las Islas Baleares. A excepción del “Dossier Acreditativo”, que se entregará tal y como se describe a continuación.
- Los interesados tendrán que presentar la documentación justificativa según los modelos anexos que se adjuntan a la convocatoria.
- No se aceptará documentación manuscrita, sin formato, que modifique o altere la estructura de los anexos y/o con errores sustanciales o contradicciones, por tanto, por tanto, deberán subsanar. Tampoco se aceptarán aquellas que no utilicen los modelos anejos mencionados.
- Los anexos que se adjuntan a esta convocatoria estarán a disposición de los interesados en la página web de la Agencia Estratégica de Turismo de las Islas Baleares y en la Sede Electrónica del Gobierno de las Islas Baleares.
- El plazo máximo de presentación de la documentación justificativa se ajustará a los siguientes plazos:

Campañas a ejecutar en:	Fecha de inicio	Fecha finalización *
2023	El día siguiente a la finalización de la campaña	01/03/2024
2024		90 días naturales a contar desde la fecha de finalización de la campaña que se indica en el convenio firmado y como fecha máxima será 01/03/2025

**Día incluido en el plazo*

En caso de que se incumpla estos plazos, la colaboración quedará sin efecto y no se abonará ningún importe por parte de la AETIB.

- La justificación deberá cumplir los requisitos mínimos establecidos en las bases, con excepción de aquellos requisitos en los que la Comisión Ejecutiva tenga la potestad de otorgar la exención. En caso contrario, no se abonará el importe de la colaboración establecido en el convenio.
- La documentación justificativa deberá cumplir con las siguientes condiciones para ser admitida a trámite:

- Clasificada en carpetas por anexos.
- Dentro de los anexos, los archivos tendrán que estar clasificados por puntos correspondientes al anexo y, dentro de cada carpeta, las acreditaciones numeradas por cada acción promocional/publicitaria o criterio de valoración que acreditan.

Ejemplo:

- a _Anexo A10
- b _Dossier acreditativo
Diario El País
1_ Original_211016
2_ Creatividad_211017
www_megustaviajar_com
1_ Banner
2_ Certificado del medio

- Tanto el nombre de las carpetas como de los archivos:

- Tienen que ser como máximo de 25 caracteres incluidos los espacios.
- No pueden incluir ningún símbolo (*\$%+-./#&.:()[]{}”=#~)

- La aceptación de la colaboración implica que el material gráfico, fotográfico y audiovisual presentado en las justificaciones lo podrá utilizar la AETIB para su difusión y uso en actividades estratégicas/sostenibles.

- En caso de que se detecten deficiencias en la documentación justificativa entregada, se requerirá para su subsanación como máximo en tres ocasiones, con un plazo máximo de 10 días hábiles a contar desde el día siguiente al envío del requerimiento, para la

su enmienda. Este procedimiento se hará por medios telemáticos, quedando constancia en el expediente. En caso de que la enmienda no sea correcta o que no se subsane la documentación requerida por la Comisión Técnica designada, se procederá a la valoración de la justificación con la información que la AETIB disponga.

n) Los documentos digitales deberán estar firmados por el representante legal de la entidad solicitante con firma digital válida (firma electrónica), que permita la verificación de la identidad de éste, a través de un certificado calificado que garantice una seguridad equivalente a la firma manuscrita.

o) La entidad colaboradora tendrá que entregar un Dossier Justificativo, que se dividirá en una parte técnica y en una parte económica, donde se dejen reflejadas las acciones derivadas de convenio, tanto para la compañera de co-marketing como para la campaña de sostenibilidad propuesta.

11.1 Campaña estratégica

A continuación, en líneas generales, se enumera la documentación a entregar y que se definirá más detalladamente en el convenio firmado, en relación con la campaña estratégica.

11.1.1 Parte técnica - campaña estratégica:

Todas las entidades tendrán que entregar una Memoria Técnica de la campaña estratégica, que se ajustará a los siguientes documentos y forma de entrega:

LÍNEA A – COMPAÑÍAS AÉREAS			
DOC A ENTREGAR	QUE INCLUYE	REGISTRO	FORMATO** de entrega
Anexo A10	Resumen de la memoria técnica -campaña estratégica	Telemático	Digital (pdf firmado y Excel)
	Declaración responsable, de que la información contenida en la Memoria Técnica es fiel reflejo de la campaña realizada		
	Declaración responsable, donde se confirme se la entidad colaboradora cumple con el período mínimo de operatividad		
	Óptico de la campaña ejecutada		
Dossier acreditativo	En relación con las acciones descritas en el óptico incluido en el convenio.	Registro físico* mediante envío físico a las oficinas de la AETIBo en cualquiera de las otras formas previstas en el artículo 16.4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre	Modelo de instancia descargable en el trámite de la sede electrónica Copia del registro telemático Pendrive/disco duro que incluya el Dossier acreditativo (pdf firmado)
	Acreditación del cumplimiento de las Directrices del uso de las marcas de la AETIB		
ANEXO A9	Medición de resultados	Telemático	Digital (pdf firmado)

***En formato Excel no hace falta se entregue firmado*

LÍNEA B - COMPAÑÍAS MARÍTIMAS			
DOC A ENTREGAR	QUE INCLUYE	REGISTRO	FORMATO** de entrega
Anexo B10	Resumen de la memoria técnica -campaña estratégica	Telemático	Digital (pdf firmado y Excel)
	Declaración responsable, de que la información contenida en la Memoria Técnica es fiel reflejo de la campaña realizada		
	Óptico de la campaña ejecutada		
Dossier acreditativo	En relación con las acciones descritas en el óptico incluido en el convenio.	Registro físico* mediante envío físico a las oficinas de la AETIB o en cualquiera de las otras formas previstas en el artículo 16.4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre	Modelo de instancia descargable en el trámite de la sede electrónica Copia del registro telemático Pendrive/disco duro que incluya el Dossier acreditativo (pdf firmado)
	Acreditación del cumplimiento de las Directrices del uso de las marcas de la AETIB		
ANEXO B9	Medición de resultados	Telemático	Digital (pdf firmado)

***En formato Excel no hace falta se entregue firmado*

* El plazo máximo de entrega del Dossier acreditativo que acompaña al ANEXO A10/B10 será de 10 días hábiles a contar desde el día siguiente al del registro telemático. La dirección de las oficinas de la AETIB es: Calle Rita Levi, núm. 4 Edificio AETIB -Parque Bit- CP. 07121 Palma de Mallorca, Islas Baleares.

Todos los documentos irán cumplimentados y firmados electrónicamente (a excepción de los formatos Excel) por el representante legal de la entidad quien, mediante declaración responsable, manifestará la veracidad en los datos aportados a los documentos.

A continuación, se describe la documentación técnica a entregar:

- ANEXO A10/B10 Resumen de la memoria técnica de la campaña estratégica donde se tendrán que indicar las acciones ejecutadas según el convenio firmado y la documentación acreditativa entregada, así como los importes definitivos destinados a cada acción.
- Declaración responsable, contenida en el ANEXO A10/B10, donde se indique que la información contenida en la Memoria Técnica es fiel reflejo de la campaña realizada y que el importe aportado por la entidad colaboradora para la ejecución de ésta campaña es el importe establecido en el convenio, firmada por el responsable legal de la entidad colaboradora.
- Declaración responsable, contenida en el ANEXO A10/B10 donde se confirme se la entidad colaboradora cumple con el período mínimo de operatividad según los requisitos detallados en el apartado 1.e). En el caso del ANEXO A10, además, deberá confirmarse haber cumplido con los requisitos específicos para compañías aéreas descrito en el 4.2 c)
- Óptico de la campaña ejecutada, contenido en el ANEXO A10/B10, con su valoración económica indicando que importes y porcentajes se han destinado a medios propios y externos (impuestos incluidos).
Deberá justificarse que como mínimo el 40% de la campaña (importe total impuestos incluidos) se ha llevado a cabo en medios de comunicación externos que no estén vinculados directamente con la entidad solicitante. Los importes tendrán que incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta en la campaña. Se tomará como modelo el óptico incluido en el convenio firmado.
- Dossier acreditativo, que se adjuntará al ANEXO A10/B10, en relación con las acciones descritas en el óptico incluido en el convenio. La documentación acreditativa por cada una de las acciones que conforman la campaña se definirá en el convenio firmado. Se acreditará la ejecución de la totalidad de la campaña de acuerdo con la propuesta firmada en el convenio y se indicará qué parte corresponde a la aportación realizada por cada entidad (incluidas otras entidades públicas, en su caso).
- Acreditación del cumplimiento de las Directrices del uso de las marcas de la AETIB(ANEXO 8), que se adjuntará al ANEXO A10/B10, Por tal motivo, deberá entregarse todas las artes finales/creatividades desarrolladas para la campaña, así como fotografías o documentación que justifique la inclusión y lo correcto uso de las marcas. La entrega se realizará dentro del Dossier acreditativo de cada una de las acciones.
- ANEXO A9/B9: Medición de resultados. Para comprobar la efectividad de la campaña publicitaria, la entidad solicitante deberá facilitar un informe acreditativo de acuerdo con los parámetros que se determinan en el ANEXO A9/B9 en relación con la evolución de los siguientes datos:

- Datos de rutas/plazas/pasajeros/turistas (según la línea de actuación)
- Datos en relación con la inversión de la campaña realizada
- Impacto de la campaña

Este anexo se deberá adjuntar en el ANEXO A10/B10.

11.1.2 Parte económica - campaña estratégica:

Todas las entidades deberán entregar una Memoria Económica de la campaña estratégica, que se ajustará a los siguientes documentos y forma de entrega:

LÍNEA A - COMPAÑÍAS AÉREAS y LÍNEA B - PARA COMPAÑÍAS MARÍTIMAS			
DUEGO A ENTREGAR	QUE INCLUYE	REGISTRO	FORMATO** de entrega
Anexo A10 (C. aéreas) ó Anexo B10 (C. Marítimas)	Óptico de la campaña estratégica ejecutada (<i>este documento ya se ha entregado con la documentación técnica y, por tanto, no será necesario que se vuelva a entregar</i>)	Telemático	Digital (pdf firmado y Excel)
Anexo 12 (C. aéreas y C. Marítimas)	Resumen memoria económica medios externos de la campaña estratégica	Telemático	Digital (pdf firmado y Excel)
	Dossier acreditativo	Registro físico* mediante envío físico a las oficinas de la AETIBO en cualquiera de las otras formas previstas en el artículo 16.4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre	Modelo de instancia descargable en el trámite de la sede electrónica Copia del registro telemático Pendrive/disco duro que incluya el Dossier acreditativo (pdf firmado)

****En formato Excel no hace falta se entregue firmado**



* El plazo máximo de entrega del Dossier acreditativo que acompaña al ANEXO 12 será de 10 días hábiles a contar desde el día siguiente al del registro telemático. La dirección de las oficinas de la AETIB es: Calle Rita Levi, núm. 4 Edificio AETIB -Parque Bit- CP. 07121 Palma de Mallorca, Islas Baleares.

Todos los documentos irán cumplimentados y firmados electrónicamente (a excepción de los formatos Excel) por el representante legal de la entidad quien, mediante declaración responsable, manifestará la veracidad en los datos aportados a los documentos.

A continuación, se describe la documentación económica a entregar:

- a) Medios propios - ANEXO A10/B10. Resumen de la memoria técnica de la campaña estratégica donde se tendrán que indicar las acciones ejecutadas según el convenio firmado y la documentación acreditativa entregada, así como los importes definitivos (coste real) destinados a cada acción, además de firmar como declaración responsable de los datos aportados
- b) Medios externos - ANEXO 12. Resumen memoria económica medios externos de la campaña estratégica. Los importes relativos a acciones de publicidad realizadas a través de medios externos a la entidad se acreditarán mediante una relación de las acciones enumeradas como tales en el convenio firmado, indicando los importes definitivos destinados a cada una de las acciones y **adjuntado un "Dossier Acreditativo"** con las facturas o parte de una, que especifique el coste y la acción a la que corresponda.

Aclaraciones respecto del ANEXO 12:

- EL COSTE ELEGIBLE: es la parte imputable de cada factura de la acción llevada a cabo
- OBSERVACIONES: se indicará cuando el coste de la acción llevada a cabo no corresponda a la totalidad de la factura presentada

11.2 Campaña sostenibilidad

A continuación, en líneas generales, se enumera la documentación a entregar y que se definirá más detalladamente en el convenio firmado, en relación con la campaña estratégica.

11.2.1 Parte técnica - campaña sostenibilidad:

Todas las entidades deberán entregar una Memoria Técnica de la campaña sostenibilidad, que se ajustará a los siguientes documentos y forma de entrega:

LÍNEA A - COMPAÑÍAS AÉREAS y LÍNEA B - PARA COMPAÑÍAS MARÍTIMAS			
DUEGO A ENTREGAR	QUE INCLUYE	REGISTRO	FORMATO** de entrega
Anexo A11 (C. aéreas) ó Anexo B11 (C. Marítimas)	Resumen de la memoria técnica -campaña de sostenibilidad Declaración responsable, de que la información contenida en la Memoria Técnica es fiel reflejo de la campaña realizada Óptico de la campaña ejecutada	Telemático	Digital (pdf firmado y Excel)
Dossier medida sostenibilidad	Acreditación de haber realizado la medida de sostenibilidad en los años en curso de la campaña publicitaria	Telemático	Digital (pdf firmado)
Dossier acreditativo	En relación con las acciones descritas en el óptico incluido en el convenio. Acreditación del cumplimiento de las Directrices del uso de las marcas de la AETIB	Registro físico* mediante envío físico a las oficinas de la AETIBo en cualquiera de las otras formas previstas en el artículo 16.4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre	Modelo de instancia descargable en el trámite de la sede electrónica Copia del registro telemático Pendrive/disco duro que incluya el Dossier acreditativo (pdf firmado)
Anexo A9 (C. aéreas) ó Anexo B9 (C. Marítimas)	Medición de resultados (es el mismo documento que se entrega con la justificación correspondiente a la campaña de co-marketing estratégico, por tanto, no es necesario que se entregue más de una vez)	Telemático	Digital (pdf firmado)

**En formato Excel no hace falta se entregue firmado

* El plazo máximo de entrega del Dossier acreditativo que acompaña al ANEXO A11/B11 será de 10 días hábiles a contar desde el día siguiente al del registro telemático. La dirección de las oficinas de la AETIB es: Calle Rita Levi, núm. 4 Edificio AETIB -Parque Bit- CP. 07121 Palma de Mallorca, Islas Baleares.

Todos los documentos irán cumplimentados y firmados electrónicamente (a excepción de los formatos Excel) por el representante legal de la entidad quien, mediante declaración responsable, manifestará la veracidad en los datos aportados a los documentos. La dirección de las oficinas de la AETIB es: Calle Rita Levi, núm. 4 Edificio AETIB -Parque Bit- CP. 07121 Palma de Mallorca, Islas Baleares.

A continuación, se describe la documentación técnica a entregar:

- ANEXO A11/B11 Resumen de la memoria técnica de la campaña estratégica donde se tendrán que indicar las acciones ejecutadas según el convenio firmado y la documentación acreditativa entregada, así como los importes definitivos destinados a cada acción.
- Declaración responsable, contenida en el ANEXO A11/B11, donde se indique que la información contenida en la Memoria Técnica es fiel reflejo de la campaña realizada y que el importe aportado por la entidad colaboradora para la ejecución de ésta campaña es el importe establecido en el convenio, firmada por el responsable legal de la entidad colaboradora.
- Óptico de la campaña ejecutada, contenido en el ANEXO A11/B11, con su valoración económica indicando que importes y porcentajes se han destinado a medios propios y externos (impuestos incluidos).
Deberá justificarse que como mínimo el 50% de la campaña (importe total impuestos incluidos) se ha llevado a cabo en medios de comunicación externos que no estén vinculados directamente con la entidad solicitante. Los importes tendrán que incluir los impuestos correspondientes a la normativa del país donde se realice/ejecute cada acción propuesta en la campaña. Se tomará como modelo el óptico incluido en el convenio firmado.
- Dossier de la medida de sostenibilidad. Descripción detallada de la ejecución de la medida de sostenibilidad en el año de ejecución de la campaña de sostenibilidad, se deberán juntar material acreditativo tal como datos cuantitativos, cualitativos de su aplicación y/o los resultados obtenidos, fotografías, material audiovisual, certificados o cualquier otra documentación que acredite su ejecución.
- Dossier acreditativo, que se adjuntará en el ANEXO A11/B11, en relación con las acciones descritas en el óptico incluido en el convenio. La documentación acreditativa por cada una de las acciones que conforman la campaña se definirá en el convenio firmado.
- Acreditación del cumplimiento de las Directrices del uso de las marcas de la AETIB (ANEXO 8), que se adjuntará al ANEXO A11/B11. Por tal motivo, deberá entregarse todas las artes finales/creatividades desarrolladas para la campaña, así como fotografías o documentación que justifique la inclusión y lo correcto uso de las marcas. La entrega se realizará dentro del Dossier acreditativo de cada una de las acciones.
Se acreditará la ejecución de la totalidad de la campaña de acuerdo con la propuesta firmada en el convenio y se indicará qué parte corresponde a la aportación realizada por cada entidad (incluidas otras entidades públicas, en su caso).
- ANEXO A9/B9: Medición de resultados. A fin de comprobar la efectividad de la campaña publicitaria, la entidad solicitante deberá facilitar un informe acreditativo de acuerdo con los parámetros que se determinan en el anexo de referencia. *(es el mismo documento que se entrega con la justificación correspondiente a la campaña de co-marketing estratégico, por tanto, no es necesario que se entregue más de una vez)*

11.1.3 Parte económica - campaña sostenibilidad:

Todas las entidades deberán entregar una Memoria Económica de la campaña de sostenibilidad, que se ajustará a los siguientes documentos y forma de entrega:

LÍNEA A - COMPAÑÍAS AÉREAS y LÍNEA B - PARA COMPAÑÍAS MARÍTIMAS			
DUEGO A ENTREGAR	QUE INCLUYE	REGISTRO	FORMATO** de entrega
Anexo A11 (C. aéreas) ó Anexo B11 (C. Marítimas)	Óptico de la campaña de sostenibilidad ejecutada (<i>este documento ya se ha entregado con la documentación técnica y, por tanto, no será necesario que se vuelva a entregar</i>)	Telemático	Digital (pdf firmado y Excel)
Anexo 13 (C. aéreas y C. Marítimas)	Resumen memoria económica medios externos de la campaña de sostenibilidad	Telemático	Digital (pdf firmado y Excel)
	Dossier acreditativo	Registro físico* mediante envío físico a las oficinas de la AETIBo en cualquiera de las otras formas previstas en el artículo 16.4 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre	Modelo de instancia descargable en el trámite de la sede electrónica Copia del registro telemático Pendrive/disco duro que incluya el Dossier acreditativo (pdf firmado)

****En formato Excel no hace falta se entregue firmado**

* El plazo máximo de entrega del Dossier acreditativo que acompaña al ANEXO 13 será de 10 días hábiles a contar desde el día siguiente al del registro telemático. La dirección de las oficinas de la AETIB es: Calle Rita Levi, núm. 4 Edificio AETIB -Parque Bit- CP. 07121 Palma de Mallorca, Islas Baleares.



Todos los documentos irán cumplimentados y firmados electrónicamente (a excepción de los formatos Excel) por el representante legal de la entidad quien, mediante declaración responsable, manifestará la veracidad en los datos aportados a los documentos.

A continuación, se describe la documentación económica a entregar:

c) Medios propios - ANEXO A11/B11. Resumen de la memoria técnica de la campaña de sostenibilidad donde se tendrán que indicar las acciones ejecutadas según el convenio firmado y la documentación acreditativa entregada, así como los importes definitivos (coste real) destinados a cada acción, además de firmar como declaración responsable de los datos aportados

d) Medios externos - ANEXO 13. Resumen memoria económica medios externos de la campaña de sostenibilidad. Los importes relativos a acciones de publicidad realizadas a través de medios externos a la entidad, se acreditarán mediante una relación de las acciones enumeradas como tales en el convenio firmado, indicando los importes definitivos destinados a cada una de las acciones y adjuntado un "Dossier Acreditativo" con las facturas o parte de una, que especifique el coste y la acción a la que corresponda.

Aclaraciones respecto del ANEXO 13:

- EL COSTE ELEGIBLE: es la parte imputable de cada factura de la acción llevada a cabo
- OBSERVACIONES: se indicará cuando el coste de la acción llevada a cabo no corresponda a la totalidad de la factura presentada

12. MATERIAL GENERADO CON LA COLABORACIÓN

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

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

13. PROTECCIÓN DE DATOS

De conformidad con el Reglamento Europeo 2016/679 General de Protección de datos personales y la LO 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos personal y garantía de derechos digitales, los solicitantes quedan informados y aceptan el tratamiento de sus datos bajo la responsabilidad de la AETIB. La finalidad de este tratamiento es poder ejecutar estas colaboraciones de co-marketing, siendo necesarias para prestar el servicio. Estos datos serán conservados de acuerdo con los criterios de archivo aplicable y serán publicados como receptor de esa colaboración y de acuerdo con las obligaciones de transparencia aplicables.

Asimismo, se informa que pueden ejercitar los derechos de información, de acceso, de rectificación, de supresión, de limitación, de portabilidad, de oposición y de no inclusión en tratamientos automatizados ante el responsable del tratamiento, C/ de Rita Levi, s/n 07121, Parc Bit, Palma, Islas Baleares o en la siguiente dirección de correo electrónico: dpd@actib.caib.es.

Con posterioridad también puede presentar una reclamación ante la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) o meterse en contacto con nuestro delegado en: dpd@actib.caib.es

14. CONFIDENCIALIDAD

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

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

15. RÉGIMEN JURÍDICO APLICABLE

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

16. LENGUAS DE UTILIZACIÓN EN ESTE PROCEDIMIENTO

Toda la documentación administrativa y técnica que debe presentarse en esta convocatoria debe ser en una de las dos lenguas oficiales de la

CAIB. Asimismo, el convenio de colaboración que se redactará a posteriori, también se redactará en catalán o castellano a elección del colaborador.

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

17. EXTINCIÓN DE LA COLABORACIÓN

Una vez formalizado el convenio de colaboración con la entidad solicitante, serán causas de extinción de la colaboración:

- a) La falsedad de los datos aportados.
- b) La extinción de la personalidad jurídica de cualquiera de las partes.
- c) El mutuo acuerdo de las partes.
- d) El incumplimiento total o parcial de todas o alguna de las condiciones generales y particulares pactadas
- e) No entregar o entregar fuera de plazo la documentación justificativa.
- f) El incumplimiento de las medidas de seguridad sanitarias necesarias de acuerdo con la normativa y recomendaciones vigentes durante la realización de las acciones que conforman la campaña, en su caso.
- g) Fomentar actitudes machistas, homófobas o sexistas, que atenten contra la igualdad de género.
- h) El incumplimiento de las leyes y decretos vigente y que afecten directamente a la ejecución del convenio.
- i) El incumplimiento durante la vigencia de la colaboración de la normativa nacional y de la Unión Europea en materia de protección de datos vigente en cada momento.
- j) Cualquier otra que prevea la normativa de aplicación.

18. CIRCUNSTANCIAS FORTUITAS Y/O DE FUERZA MAYOR

Dadas las circunstancias a nivel mundial que se produjeron a raíz de la COVID, se establecen los siguientes casos y sus procedimientos de aplicación, en su caso:

- *Circunstancias fortuitas*: son aquellos hechos que no hayan podido preverse o previstos, sean inevitables.
- *Fuerza Mayor*: la generación de esa circunstancia imprevisible o inevitable supone la alteración de las condiciones de la obligación.

Conforme a lo dispuesto en el artículo 1105 del código civil, fuera de los casos expresamente mencionados en la Ley, nadie responderá de aquellos sucesos que no se hayan podido prever, o que previstos, fueran inevitables.

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

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

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

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

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

B.1. En caso de que, por circunstancias que se detallan en el apartado 18 de estas bases, las cláusulas del convenio resultaran afectadas, se podrá acordar una de las siguientes acciones:

1. Replanificar la campaña para nuevas fechas de ejecución dentro de los márgenes establecidos en la convocatoria (es decir, dentro del año de ejecución de la campaña).
2. Replanificar el contenido de la temporada que se promociona con la campaña dentro de los márgenes establecidos en la convocatoria (es decir, en el año de ejecución de la campaña).
3. Sustituir acciones por otras de coste similar.
4. Sustituir rutas (no se pueden eliminar).

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





replanificación.

B.2. En caso de que la entidad solicitante dejara de operar la/s ruta/rutas/trayecto/trayectos antes de finalizar el período mínimo establecido en el apartado 1. e) de estas bases y siempre que sea por uno de los supuestos recogidos dentro del apartado 18.

B.3. En caso de que se declarara de nuevo el estado de alarma en territorio español o el término análogo en el territorio del aeropuerto/puerto/mercado de origen y/o se restringieran los desplazamientos hacia las Islas Baleares o desde el aeropuerto de origen.

B.4. En el caso de cualquier otra causa que afectara a la correcta ejecución y/o mantenimiento de la operatividad de la/s ruta/rutas/trayecto/trayectos que se promocionan en la campaña.

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

1. Suspensión definitiva: se procederá a suspender el convenio y la AETIB sólo abonará la parte correspondiente a la campaña efectivamente ejecutada. Ésta deberá ser justificada por la entidad solicitante según las condiciones establecidas en el apartado 11 de esta convocatoria, en el convenio para cada acción, y cumplir con los requisitos establecidos en la convocatoria.
2. Suspensión temporal: se procederá a replanificar la campaña dentro de los márgenes establecidos en la convocatoria (es decir, en el año de ejecución de la campaña). Confirmada la fecha de restablecimiento/apertura de la ruta/rutas/mercado, se procederá a la replanificación. Una vez finalizada la campaña, ésta será abonada en su totalidad, siempre que se justifique según las condiciones establecidas en el apartado 11 de esta convocatoria, en el convenio para cada acción, y cumplir con los requisitos establecidos en la convocatoria.

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

19. CRITERIOS DE VALORACIÓN DE LAS PROPUESTAS

Tal y como se indica en el apartado 9.1 de esta convocatoria, para poder pasar a la fase de valoración, la propuesta presentada tendrá que obtener **una puntuación mínima de 25 puntos de los criterios de valoración**. Aquellas entidades que no obtengan como mínimo esta puntuación será desestimada, dado que no cumplen los requisitos mínimos de adecuación a los objetivos estratégicos de la AETIB.

Las entidades que se presenten deberán cumplimentar el **ANEXO 3** relativo a los criterios de valoración que a continuación se describe y que, según la letra que le acompaña, corresponderá a la línea de actuación a la que se opta:

Línea actuación	Tipo de entidad	Criterios de valoración	Apartado de las bases
Línea A	Compañías aéreas	ANEXO A3	19.1
Línea B	Compañías marítimas	ANEXO B3	19.2

19.1 ANEXO A3: Compañías aéreas

Este **ANEXO A3** se divide en partes con la siguiente valoración de la puntuación para cada una de ellas:

APARTADO	PARTE QUE SE VALORA	PUNTUACIÓN
A3.1	Datos generales de la campaña	15%
A3.2	Datos de la campaña correspondientes a los medios de comunicación propios de la entidad solicitante o grupo empresarial al que pertenece	30%
A3.3	Datos de la campaña correspondientes a los medios de comunicación externos a la propia entidad solicitante o grupo empresarial al que pertenece	45%
A3.4	Valoración subjetiva global en relación con la propuesta entregada	10%

Por tanto, la Comisión de valoración puntuará las propuestas como máximo con 100 puntos.

19.1.1 ANEXO A3 apartado 1: datos generales de la campaña propuesta. En total se podrá obtener como máximo **15 puntos**.

1. Mercado al que se dirige la campaña:

Indicar con una X en el **ANEXO A3**, a qué mercado va dirigida la campaña de co-marketing estratégico según los *Planes de Conectividad de las Islas Baleares* (ver **Anexo 7**). Como máximo, podrá seleccionarse un ítem. La puntuación del criterio es la siguiente:



MERCADO	PUNTUACIÓN
Tradicionales	1,5
No tradicionales	3

Como máximo, para este criterio se podrán obtener **3 puntos**.

2. Cantidad de rutas directas por mercado al que se dirige la campaña:

Indicar con una X en el **ANEXO A3**, qué cantidad de rutas se incluyen en la campaña de co-marketing estratégico. Como máximo, podrá seleccionarse un ítem. La puntuación del criterio es la siguiente:

Nº. RUTAS*	PUNTUACIÓN
2 a 5 rutas	3
6 a 9 rutas	6
10 ó más rutas	10

*Excluidas las rutas interislas

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

3. Cantidad de experiencias vinculadas a la idea creativa de la campaña:

Indicar con una X en el **ANEXO A3** la cantidad de experiencias vinculadas que se publicitarán en la campaña de co-marketing estratégico (apartado 4.1 g) de estas bases. Como máximo se podrá seleccionar un elemento. La puntuación del criterio es la siguiente:

CANTIDAD DE EXPERIENCIAS	PUNTUACIÓN
2 experiencias	2

Como máximo, para este criterio se podrá obtener **2 puntos**.

19.1.2ANEXO A3 apartado 2: valoración de la parte de la campaña correspondiente a los medios de comunicación propios de la entidad solicitante o grupo empresarial al que pertenece. En total se podrá obtener como máximo **30 puntos**.

4. Descuento medio ofrecido por el solicitante expresado en porcentaje: (impuestos incluidos)

El solicitante indicará en el **ANEXO A3**, el descuento medio ofrecido a la AETIB en la parte de la campaña correspondiente a medios de comunicación propios, expresado en porcentaje. No se tendrán en cuenta los decimales, y por tanto la oferta será un número entero.

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

DESCUENTO MEDIO OFRECIDO EN MEDIOS PROPIOS	PUNTUACIÓN
1% - 10%	0,5
11% - 20%	1
21% - 40%	2
41% - 60%	3
61% - 80%	4
81% - 100%	5

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

5. Tipología de los medios seleccionados:

Indicar con una X en el **ANEXO A3**, la tipología de la acción de co-marketing estratégico propuesta en medios propios. Se podrá indicar el número de ítems necesarios para describir la campaña.



La puntuación del criterio es la siguiente:

MEDIO PROPIO	CONTENIDO	PUNTUACIÓN NO PONDERADA
Televisión inflight	anuncio	8
	publirreportaje	10
Medios impresos inflight	anuncio	1
	publirreportaje	2
Material promocional impreso	anuncio	1
	publirreportaje	2
Web propia o del grupo	anuncio	5
	publirreportaje	8
Mailing a los contactos del mercado	anuncio	2
	publirreportaje	4
Microsite	publirreportaje	4
Soportes físicos exteriores: vallas, opis, mupis o similares	anuncio	6
Soportes físicos interiores: roll-up, lona, totem o similares	anuncio	3
Redes Sociales propias	post	3
	anuncio	6
Redes Sociales propias - sorteos y concursos	anuncio	8
Presentaciones (AAVV, touroperadores, prensa)	-	9
Eventos (organizados por la propia entidad solicitante o grupo al que pertenece)	-	10
Street Marketing - Acciones público final	-	8

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

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

$$\text{Puntuación por el criterio: } \frac{\text{Puntuación obtenida} \times \text{puntuación máxima del criterio}}{100}$$

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

19.1.3 ANEXO A3 apartado 3: valoración de la parte de la campaña correspondiente a los medios de comunicación externos a la propia entidad solicitante o grupo empresarial al que pertenece. En total se podrá obtener como máximo **45 puntos**.

6. Descuento medio ofrecido por el solicitante expresado en porcentaje: (impuestos incluidos)

El solicitante indicará en el **ANEXO A3** el descuento medio ofrecido a la AETIB en la parte de la campaña correspondiente a medios de comunicación externos, expresado en porcentaje. No se tendrán en cuenta los decimales, y por tanto la oferta será un número entero.

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

DESCUENTO MEDIO OFRECIDO EN MEDIOS EXTERNOS	PUNTUACIÓN
1% - 10%	2
11% - 20%	4
21% - 40%	6
41% - 60%	8
61% - 80%	9
81% - 100%	10

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

7. Tipología de los medios seleccionados:

Indicar con una X en el **ANEXO A3** la tipología de la acción de co-marketing estratégico propuesta en medios externos. Se podrá indicar el número de ítems necesarios para describir la campaña.

La puntuación del criterio es la siguiente:

MEDIO EXTERNO	ÁMBITO	PUNTUACIÓN
Televisión	Nacional	10
	Regional/local	7
Radio	Nacional	5
	Regional/local	3
Medios impresos externos	Nacional	8
	Regional/local	6
Medios online externos	Nacional	8
	Regional/local	6
Soportes físicos exteriores: vallas, opis, mupis o similares	Mercado	4
Soportes físicos interiores: roll-up, lona, totem o similares	Mercado	2
Medios de transporte	Mercado	12
Redes Sociales - post en redes de influencers	Universal	8
Redes Sociales - sorteos y concursos en redes de influencers	Universal	9
Eventos organizados por otras entidades	Mercado	12

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

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

$$\text{Puntuación por el criterio: } \frac{(\text{Puntuación obtenida} * \text{puntuación máxima del criterio})}{100}$$

Como máximo, para este criterio se podrán obtener **35 puntos**.

19.1.4ANEXO A3 apartado 4: valoración subjetiva global en relación con la propuesta entregada. En total, se podrán obtener como máximo **10 puntos**.

8. Valoración subjetiva de la propuesta entregada:

Con la documentación entregada en el **ANEXO A2** se valorarán, por parte de la Comisión de valoración, los siguientes apartados:

- Idoneidad de la propuesta entregada
- Alineación con los objetivos estratégicos de la AETIB para el año de ejecución y/o que se publicita con la campaña propuesta
- Calidad de los soportes y medios propios propuestos
- Calidad de los medios externos propuestos (tirada, difusión, alcance)

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

La Comisión de valoración realizará un informe donde se detalle la puntuación obtenida en cada uno de los apartados del **ANEXO A2** que se adjuntará al expediente.

19.2 ANEXO B3: Compañías marítimas

Este **ANEXO B3** se divide en partes con la siguiente valoración de la puntuación por cada una de ellas:



APARTADO	PARTE QUE SE VALORA	PUNTUACIÓN
B3.1	Datos generales de la campaña	15%
B3.2	Datos de la campaña correspondientes a los medios de comunicación propios de la entidad solicitante o grupo empresarial al que pertenece	30%
B3.3	Datos de la campaña correspondientes a los medios de comunicación externos a la propia entidad solicitante o grupo empresarial al que pertenece	45%
B3.4	Valoración subjetiva global en relación con la propuesta entregada	10%

Por tanto, la Comisión de Valoración puntuará las propuestas como máximo con **100 puntos**.

19.2.1 ANEXO B3 apartado 1: datos generales de la campaña propuesta. En total se podrá obtener como máximo **15 puntos**.

1. Mercado al que se dirige la campaña:

Indicar con una X en el **ANEXO B3**, a qué mercado va dirigida la campaña de co-marketing estratégico según los Planes de Conectividad de las Islas Baleares (**ver Anexo 7**). Como máximo, podrá seleccionarse un ítem. La puntuación del criterio es la siguiente:

MERCADO	PUNTUACIÓN
Tradicionales	1,5
No tradicionales	3

Como máximo, para este criterio se podrán obtener **3 puntos**.

2. Cantidad de rutas directas por mercado al que se dirige la campaña:

Indicar con una X en el **ANEXO B3**, qué cantidad de rutas se incluyen en la campaña de co-marketing estratégico. Como máximo, podrá seleccionarse un ítem. La puntuación del criterio es la siguiente:

Nº. RUTAS*	PUNTUACIÓN
2 rutas	5
3 ó más rutas	10

*Excluidas las rutas interislas

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

3. Cantidad de experiencias vinculadas a la idea creativa de la campaña:

Indicar con una X en el **ANEXO B3** la cantidad de experiencias vinculadas que se publicitarán en la campaña de co-marketing estratégico (apartado 4.1 g) de estas bases. Como máximo se podrá seleccionar un elemento. La puntuación del criterio es la siguiente:

CANTIDAD DE EXPERIENCIAS	PUNTUACIÓN
2 experiencias	2

Como máximo, para este criterio se podrá obtener 2 puntos.

19.2.2 ANEXO B3 apartado 2: valoración de la parte de la campaña correspondiente a los medios de comunicación propios de la entidad solicitante o grupo empresarial al que pertenece. En total se podrá obtener como máximo **30 puntos**.

4. Descuento medio ofrecido por el solicitante expresado en porcentaje: (impuestos incluidos)

El solicitante indicará en el **ANEXO B3**, el descuento medio ofrecido a la AETIB en la parte de la campaña correspondiente a medios de comunicación propios, expresado en porcentaje. No se tendrán en cuenta los decimales, y por tanto la oferta será un número entero.

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

DESCUENTO MEDIO OFRECIDO EN MEDIOS PROPIOS	PUNTUACIÓN
1% - 10%	0,5
11% - 20%	1
21% - 40%	2
41% - 60%	3
61% - 80%	4
81% - 100%	5

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

5. Tipología de los medios seleccionados:

Indicar con una X en el **ANEXO B3**, la tipología de la acción de co-marketing estratégico propuesta en medios propios. Se podrá indicar el número de ítems necesarios para describir la campaña.

La puntuación del criterio es la siguiente:

MEDIO PROPIO	CONTENIDO	PUNTUACIÓN NO PONDERADA
Televisión a bordo	anuncio	8
	publirreportaje	10
Medios impresos a bordo	anuncio	1
	publirreportaje	2
Material promocional impreso	anuncio	1
	publirreportaje	2
Web propia o del grupo	anuncio	5
	publirreportaje	8
Mailing a los contactos del mercado	anuncio	2
	publirreportaje	4
Microsite	publirreportaje	4
Soportes físicos exteriores: vallas, opis, mupis o similares	anuncio	6
Soportes físicos interiores: roll-up, lona, totem o similares	anuncio	3
Redes Sociales propias	post	3
	anuncio	6
Redes Sociales propias - sorteos y concursos	anuncio	8
Presentaciones (AAVV, touroperadores, prensa)	-	9
Eventos (organizados por la propia entidad solicitante o grupo al que pertenece)	-	10
StreetMarketing - Acciones público final	-	8

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

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

$$\text{Puntuación por el criterio: } \frac{\text{Puntuación obtenida} \times \text{puntuación máxima del criterio}}{100}$$

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

19.2.3ANEXO B3 apartado 3: valoración de la parte de la campaña correspondiente a los medios de comunicación externos a la propia entidad solicitante o grupo empresarial al que pertenece. En total se podrá obtener como máximo 45 puntos.

6. Descuento medio ofrecido por el solicitante expresado en porcentaje: (impuestos incluidos)

El solicitante indicará en el **ANEXO B3** el descuento medio ofrecido a la AETIB en la parte de la campaña correspondiente a medios de comunicación externos, expresado en porcentaje. No se tendrán en cuenta los decimales, y por tanto la oferta será un número entero.

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

DESCUENTO MEDIO OFRECIDO EN MEDIOS EXTERNOS	PUNTUACIÓN
1% - 10%	2
11% - 20%	4
21% - 40%	6
41% - 60%	8
61% - 80%	9
81% - 100%	10

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

7. Tipología de los medios seleccionados:

Indicar con una X en el **ANEXO B3** la tipología de la acción de co-marketing estratégico propuesta en medios externos. Se podrá indicar el número de ítems necesarios para describir la campaña.

La puntuación del criterio es la siguiente:

MEDIO EXTERNO	ÁMBITO	PUNTUACIÓN
Televisión	Nacional	10
	Regional/local	7
Radio	Nacional	5
	Regional/local	3
Medios impresos externos	Nacional	8
	Regional/local	6
Medios online externos	Nacional	8
	Regional/local	6
Soportes físicos exteriores: vallas, opis, mupis o similares	Mercado	4
Soportes físicos interiores: roll-up, lona, totem o similares	Mercado	2
Medios de transporte	Mercado	12
Redes Sociales - post en redes de influencers	Universal	8
Redes Sociales - sorteos y concursos en redes de influencers	Universal	9
Eventos organizados por otras entidades	Mercado	12

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

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

$$\text{Puntuación por el criterio: } \frac{\text{Puntuación obtenida} \times \text{puntuación máxima del criterio}}{100}$$

Como máximo, para este criterio se podrán obtener **35 puntos**.

19.2.4ANEXO B3 apartado 4: valoración subjetiva global en relación con la propuesta entregada. En total, se podrán obtener como máximo **10 puntos**.



8. Valoración subjetiva de la propuesta entregada:

Con la documentación entregada en el **ANEXO B2** se valorarán, por parte de la Comisión de valoración, los siguientes apartados:

- Idoneidad de la propuesta entregada
- Alineación con los objetivos estratégicos de la AETIB para el año de ejecución y/o que se publicita con la campaña propuesta
- Calidad de los soportes y medios propios propuestos
- Calidad de los medios externos propuestos (tirada, difusión, alcance)

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

La Comisión de valoración realizará un informe donde se detalle la puntuación obtenida en cada uno de los apartados del **ANEXO B2** que se adjuntará al expediente.

Resumen de los ANEXOS de la convocatoria:

COMPAÑÍAS AÉREAS

ANEXO A1 Datos fundamentales para la tramitación

ANEXO A2 Memoria Técnica

ANEXO A3 Criterios de valoración

ANEXO A4 Propuesta relativa a la campaña de sostenibilidad

ANEXO 5 Modelo de óptico campaña co-marketing

ANEXO 6 Modelo de óptico campaña sostenibilidad

ANEXO 7 Planes de Conectividad de las Islas Baleares

ANEXO 8 Directrices del uso de las marcas de la AETIB

ANEXO 9 Medición de resultados

Anexo A10 Resumen de la memoria justificativa -campaña estratégica

Anexo A11 Resumen de la memoria justificativa- campaña sostenibilidad

Anexo 12 Resumen memoria económica medios externos - campaña estratégica

Anexo 13 Resumen memoria económica medios externos - campaña sostenibilidad

ANEXO D Localización del expediente en la AETIB

COMPAÑÍAS MARÍTIMAS

ANEXO B1 Datos fundamentales para la tramitación

ANEXO B2 Memoria Técnica

ANEXO B3 Criterios de valoración

ANEXO B4 Propuesta relativa a la campaña de sostenibilidad

ANEXO 5 Modelo de óptico campaña co-marketing

ANEXO 6 Modelo de óptico campaña sostenibilidad

ANEXO 7 Planes de Conectividad de las Islas Baleares

ANEXO 8 Directrices del uso de las marcas de la AETIB

ANEXO 9 Medición de resultados

Anexo B10 Resumen de la memoria justificativa -campaña estratégica

Anexo B11 Resumen de la memoria justificativa- campaña sostenibilidad

Anexo 12 Resumen memoria económica medios externos - campaña estratégica

Anexo 13 Resumen memoria económica medios externos - campaña sostenibilidad

ANEXO D Localización del expediente en la AETIB