



## **CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE LA ATB Y LA ENTIDAD NAUTALIA VIAJES SL PARA LA REALIZACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES EN MERCADOS EXTERIORES BAJO LA MODALIDAD *COMARQUETING PROMOCIONAL EXTERIOR*.**

### **Partes**

Jaume Alzamora Riera, en calidad de director gerente de la ATB, por delegación de la presidenta de la Agencia de Turismo de les Illes Balears (en adelante ATB), (Resolución de 19 de diciembre de 2017), entidad pública de la Consejería de Innovación, Investigación y Turismo, con domicilio social en la calle Rita Levi, s/n, edificio ATB, Parc Bit, CP 07121, Palma de Mallorca y CIF núm. Q-5755004-H.

Rafael Garcia Garrido , en representación de la mercantil NAUTALIA VIAJES SL, con domicilio en calle Mahonia 2 de Madrid y CIF núm.B86049137 según acredita la copia de la escritura otorgada el 9 de enero de 2017 delante del notario Luis Enrique García Labajo, del Ilustre Colegio Notarial de Madrid, con el número de protocolo 024.

### **Antecedentes**

1. La Agencia de Turismo de les Illes Balears (ATB), de acuerdo con el artículo 2.5 de sus estatutos, establece entre sus finalidades , promocionar la oferta turística de les Illes Balears como destino turístico de referencia internacional de acuerdo con su diversidad, su calidad y su rentabilidad social y económica, así como situar les marques de Mallorca, Menorca, Ibiza y Formentera como referentes de destino turístico de calidad con identidad propia, y dar protagonismo a los segmentos o mercados prioritarios, en atención a los intereses sociales y económicos de les Illes Balears y en colaboración con todos los agentes turísticos vinculados a la promoción turística, tanto en el ámbito de las administraciones como especialmente en el sector privado.

La ATB tiene como uno de sus objetivos preferentes, la promoción efectiva del destino Illes Balears fomentando e impulsando iniciativas con vista a la promoción del turismo.

Se establece una acción conjunta que potencia la rentabilidad en la gestión de los recursos tanto públicos como privados. Así mismo, el comàrqueting refuerza la imagen de marca de las entidades que en él participan, convirtiéndose sus atributos en traccionadores de la demanda.

La ATB, con la finalidad de establecer acuerdos con las distintas entidades publicó en el BOIB núm.79, de 26 de junio de 2017, la Resolución del presidente de la ATB que aprueba las bases de la convocatoria pública para la realización de convenios de

colaboración en modalidad comarqueting promocional con la ATB en acciones promocionales en mercados exteriores y mercado interior entre octubre de 2017 i abril de 2018 de acuerdo con los principios de publicidad, transparencia, cooperación y eficiencia de la utilización de los recursos públicos, con la valoración de las propuestas técnicas, para determinar el cumplimiento o no de los requisitos técnicos exigidos de acuerdo con lo establecido en la base 5.3 de las bases, y una vez comprobado por la ATB el cumplimiento de los requisitos establecidos en la convocatoria .

Tal como se establecen en las bases de la convocatoria, las entidades y empresas interesadas en participar en esta convocatoria podrán solicitar una colaboración con la ATB que en ningún caso podrá ser superior al 50% del total de la propuesta presentada ni tampoco podrá superar los 20.000 €.

2.La entidad NAUTALIA VIAJES SL, cumple con los requisitos establecidos en la convocatoria para la realización de convenios de colaboración en modalidad de comarqueting promocional, y mediante Resolución del presidente de la ATB de 11 de septiembre de 2017 se ha determinado la colaboración con la entidad de acuerdo con la propuesta :

- Campañas vinculadas a impulsar la imagen de todas las marcas: **MALLORCA, MENORCA, EIVISSA, FORMENTERA**
- Destinadas a promocionar la temporada *baja* del 2017/2018, mediante campañas realizadas en el mes **de abril 2018**
- Acciones vinculadas a las categorías de producto: **DEPORTES, CULTURA, GASTRONOMIA y NATURA .**
- Desarrolladas en los mercados de: **ESPAÑA,**

## PRESUPUESTO

MEDIOS	UNIDADES	AUDIENCIA	IMPORTE SIN DESCUENTO	DESCUENTO	IMPORTE CON DESCUENTO
<b>Medios impresos offline</b>					
Perifoneos generalistas	27 inserciones	10.600.000 usuarios	111.200 €	75 %	27.800 €
<b>Digital www.nautaliaviajes.com</b>					
Banners y landing page	1 banner y 1 landing page	350.000 impresiones	41.100 €	100 %	0 €
Redes sociales (Noticia Facebook, Twitter y Google+)	5 menciones	Estrategia de 75.000 usuarios	10.346 €	100 %	0 €
<b>Exteriores</b>					
Personalización de autobas con imáx y parking	1 autobús en Madrid	33.000.000 usuarios	30.900 €	67 %	10.200 €
<b>Agencias de viaje</b>					
Círcul escapeair	200 unidades	140.000 usuarios	4.445 €	35 %	2.890 €
<b>TOTAL CAMPAÑA DE COLABORACIÓN</b>			<b>200.000 €</b>	<b>80 %</b>	<b>40.000 €</b>

DESCUENTO MEDIO 80 %

3.- No se ha producido negociación, por lo que no se ha producido ninguna modificación de la propuesta inicial.

## Cláusulas

### 1. OBJETO

El objeto de este Convenio es establecer la colaboración entre la entidad Nautalia Viajes SL y la ATB para realizar acciones de comàrqueting promocional exterior durante el mes de abril 2018 para el fomento de la temporada baja, de acuerdo con la propuesta presentada por Nautalia, que ha obtenido una puntuación de 127 puntos dentro del marco de la convocatoria pública realizada por AATB para acciones de co marqueting exterior.

Las acciones siguientes:

- Inserciones en Prensa off-line. Páginas y 1/2 páginas en los principales medios de comunicación nacionales (prensa generalista y suplementos)
- Personalización y perching en autobuses de Madrid
- Landing Page Illes Balears a [www.nautaliaviajes.com](http://www.nautaliaviajes.com)
- Banner exclusivo Illes Balears a [www.nautaliaviajes.com](http://www.nautaliaviajes.com)
- Menciones en las redes sociales de Nautalia (Facebook, Twitter i Google+)
- Cartel en los escaparates de las Agencias de Viajes Nautalia.

Esta colaboración se enmarca dentro de la política de colaboración con el sector privado que permite sumar esfuerzos a la promoción turística de TODOS LOS DESTINOS, mejorando la eficacia y estabilidad de los presupuestos destinados a la promoción de las dos entidades.

### 2. APORTACIÓN ECONÓMICA DE LAS PARTES

La entidad Nautalia Viajes y la ATB acuerdan que la aportación económica conjunta para el cumplimiento de las actuaciones incluidas en este Convenio está valorada:

- Un valor económica de campaña de 200.000€, impuestos excluidos, con un descuento propuesto del 80%, por la cual cosa quedaría un importe de 40.000€, repartidos como se detalla:
  - a) La aportación de la entidad NAUTALIA VIAJES SL es de 20.000€ impuestos excluidos, mediante la realización de la campaña de comarqueting propuesta con las modificaciones negociadas con la ATB de acuerdo con el anexo II .
  - b) La aportación de ATB para realización de la campaña de comarqueting exterior es de 20.000€ impuestos excluidos, para las acciones que se ajustan a lo establecido en el apartado de las bases

### 3. CAMPAÑA DE COMARQUETING OBLIGACIONES

#### Las campañas han de cumplir con :

- La campaña estará vinculada a todos las marcas, por eso debe aparecer la marca conjunta o la distintiva de cada destino, de acuerdo con el plan de medios, siguiendo las instrucciones de la ATB en relación con las marcas de destino turístico a utilizar.
- La campaña de publicidad y márketing se ha de realizar durante el mes de abril de 2018.
- La campaña va dirigida al siguientes mercados: ESPAÑA.
- Los productos a promocionar según indica en los anexos II y memoria técnica se realizaran, entre otros con los productos **DEPORTES, CULTURA, GASTRONOMIA y NATURA.**

#### La campaña de comarqueting desarrollada por Nautalia Viajes SL además habrá de :

- Ajustarse a la campaña propuesta en el anexo II y memoria técnica presentada, y los acuerdos mantenidos, los cuales se adjuntan a este convenio y contemplados en el punto 3 de los antecedentes .
- En toda la creatividad de la campaña, así como en cualquier material promocional que se destine a la misma, tendrán que aparecer las marcas,

siguiendo las instrucciones de la ATB en relación a las marcas de destino turístico a utilizar.

- La planificación, producción de artes gráficas o audiovisuales, desarrollo y ejecución de la campaña, compra de espacios, supervisión, control y análisis de los resultados, tendrán que realizarse por Nautalia Viajes SL.
- Dentro de los importes totales de las campañas de comarqueting propuestas por Nautalia Viajes SL se incluye el coste total de la misma.
- Así mismo, podrán incluir ofertas concretas vinculadas en precio.

#### 4. PROCEDIMIENTO

El procedimiento establecido en el desarrollo y ejecución del convenio será el siguiente.

##### 4.1 Comisión de seguimiento y designación técnica.

Una vez suscrito este convenio de colaboración, y con la finalidad de garantizar la buena ejecución del convenio, en el mismo acto se constituirá la comisión de seguimiento de este convenio y se designará,

Por parte de la ATB:

- Un coordinador del área responsable del convenio de comarqueting: quién tendrá que supervisar las actuaciones derivadas de este convenio y dar la aprobación técnica a las mismas.
- Un técnico responsable del comarqueting: quién tendrá que realizar la gestión diaria de las acciones derivadas del convenio e informar y coordinar junto al responsable de área de todo el relativo al mismo.
- Un técnico responsable del dep. de imagen: quién tendrá que dar la aprobación de las creatividades y material promocional utilizado en las acciones desarrolladas mediante este convenio.

Por parte de Nautalia Viajes SL:

- Un coordinador de publicidad y acciones de marketing responsable del convenio de comàrqueting:
- Un técnico de publicidad y acciones de comàrqueting: quién tendrá que realizar la gestión diaria de las acciones derivadas del convenio e informar y coordinar junto con el responsable de área todo el relativo al mismo.

La comisión se puede reunir a solicitud de cualquier de las partes. Y puede designar a los asistentes dependiente de la orden del día del temas a tratar.

Así mismo, los técnicos designados serán los encargados de coordinar la gestión y desarrollo del convenio según las cláusulas estipuladas en este convenio.

#### 4.2 Gestión de la planificación de las campañas

La planificación de la campaña de marketing a cargo de Nautalia Viajes SL tendrá que coincidir con la propuesta realizada en el ANEXO II y en la memoria técnica con los cambios negociados y establecidos a la cláusula 3 de este convenio.

Así mismo, Nautalia Viajes SL tendrá que velar porque las acciones que se llevan a cabo no vayan en contra de los intereses del ATB, guardándose ésta el derecho a emprender cualquier tipo de acción legal si lo considerase oportuno.

#### 4.3 Creatividad

Las creatividades que se realicen tendrán que contener la marca conjunta o la distintiva de cada destino, de acuerdo con el plano aprobado y la marca de la entidad que firma el convenio Nautalia Viajes SL.

Esta cláusula será extensible a toda la publicidad, documentación escrita o anuncios, así como también cualquier tipo de información en apoyo electrónico, informático o telemático que se derive del objeto de este convenio.

#### 4.4 Control y justificación de la campaña y de los resultados obtenidos

*La entidad Nautalia Viajes SL tiene que entregar, antes del 30 de junio de 2018, un dossier justificativo donde queden reflejadas las acciones que se derivan de este*

Convenio, se a decir, de la campaña de marketing propuesta/negociada por Nautalia Viajes SL.

Este dossier tiene que incluir:

– *Prensa Off-line*

2 originales de todas las inserciones realizadas a prensa gráfica según figura en la memoria técnica: Inserciones en el El País (El viajero), Cinco Días (Destinos), El Mundo, CM Vocento-única Líder, ABC, La Razón, Vanguardia, Heraldos Aragón Soria, Yo Dona. Se ha de adjuntar un reporte del número total de anuncios, duración de la campaña y resultados obtenidos.

– *Autobús Madrid*

Fotografías de los 2 autobuses públicos con la creatividad acordada dentro de las diferentes calles de Madrid así como un reportaje de actividad de toda la acción y resultados obtenidos

– *Acciones web Natualiaviajes.com*

Capturas de pantalla de las cuatro landing pages de cada isla  
Captura de pantalla del banner exclusivo Illes Balears planificado según la memoria técnica con un reporte del numero total de impresiones, duración de la campaña y resultados obtenidos.

– *Redes Sociales*

Captura de pantalla de los posts publicados en las redes sociales de Nautalia según planificación de la memoria técnica y un reporte de los resultados obtenidos (nº likes, comentarios, etc.)

– *Agencias de Viajes*

Creatividad utilizada en los escaparates de las Agencias de Viajes Nautalia (carteles) y fotografías donde se vea esta creatividad dentro de las agencias de viajes, según se indica a la memoria técnica. También se aportará un certificado de Nautalia indicando el número total de agencias de viajes donde se ha puesto la creatividad de la campaña así como la duración de esta acción.

Se tendrá que adjuntar a este dossier una declaración responsable de que la información contenida al dossier se fiel reflejo de la campaña realizada, que el importe aportado por Nautalia Viajes SL para la ejecución de esta campaña es el importe establecido a la cláusula 2, firmada por el responsable legal de la entidad Nautalia.

## 5. ABONO DE LA APORTACIÓN DE LA ATB

La aportación de la ATB se hará efectiva contra factura que se emitirá una vez haya finalizado la acción propuesta. Esta factura tendrá que ir acompañada de un dossier justificativo de las acciones realizadas el contenido de las cuales se especificará, en función del tipo de acción propuesta de acuerdo con el establecido a la cláusula 4.5

## 6. INCUMPLIMIENTO DE LA JUSTIFICACIÓN PRESENTADA

En el caso de que la documentación justificativa presentada por la entidad Nautalia Viajes SL no acreditase de manera fehaciente el correcto desarrollo de la campaña de marketing, el ATB no abonaría a Nautalia Viajes SL la aportación correspondiente a la ATB, o en el caso de que la justificación fuera parcial, se abonaría proporcionalmente el importe correspondiente.

## 7. DERECHOS DE IMAGEN Y PROPIEDAD INTELECTUAL

La ATB ostenta en exclusiva todos los derechos de propiedad industrial, intelectual y de imagen sobre el material creativo (textos, imágenes) que se puedan aportar por la ejecución de este convenio. Por lo tanto, este material ,será propiedad de la ATB y únicamente podrá ser utilizado, modificado, difundido con la autorización previa de la ATB.

Así mismo Nautalia Viajes SL se compromete a ostentar en exclusiva todos los derechos de propiedad industrial, intelectual y de imagen sobre el material creativo (textos, imágenes) que se producen para el desarrollo de la campaña de marketing propuesta. Por eso, el ATB no se hace responsable de las posibles acciones legales interpuestas por terceros siendo el único responsable Nautalia Viajes SL.

## 8. DURACIÓN

Este Convenio entra en vigor en la fecha de su firma y estará vigente hasta el 30 de junio de 2018, sin posibilidad de prórroga.

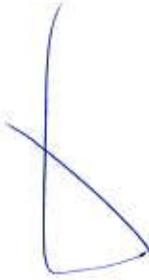
## 9. PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

Nautalia Viajes SL y la ATB se obligan al cumplimiento de todo el establecido a la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal (LOPD) y al Real decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el cual se aprueba el Reglamento de despliegue de la Ley Orgánica 15/1999, de medidas de seguridad de los ficheros automatizados que contengan datos de carácter personal, en relación con los datos personales a los que puedan tener acceso durante la vigencia de este Convenio.

## 10. LENGUAS DE TRABAJO EN LA EJECUCIÓN DEL CONVENIO

Nautalia Viajes SL y la ATB podrán utilizar el catalán o el castellano en las comunicaciones internas de carácter general, mientras que las publicaciones, anuncios, vídeos promocionales, textos, así como cualquier pieza gráfica o audiovisual tendrán que aparecer en el idioma correspondiente al mercado en el que vaya dirigido.

## 11. EXCLUSIÓN DEL TEXTO REFUNDIDO DE LA LEY DE CONTRATOS DEL SECTOR PÚBLICO



Este Convenio de colaboración queda excluido del Texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, de acuerdo con el previsto al artículo 4.1 apartado d), si bien se aplicarán los principios que sustentan esta Ley para resolver las dudas y lagunas que durante su ejecución pudieran presentarse.

## 12. CAUSAS DE EXTINCIÓN DEL CONVENIO

Son causas de extinción del Convenio:

- 
- El transcurso de la vigencia de este convenio.
  - Si por causas de operatividad, funcionalidad, estrategia o presupuestarias la ATB decide no llevar a cabo alguna parte de la campaña suscrita con la entidad solicitando una vez formalizado este, se resolverá mediante comunicación a la otra parte con un mes de preaviso.
  - El mutuo acuerdo entre las partes.
  
  - El incumplimiento grave y reiterado por cualquier de las partes de alguna de las cláusulas de este convenio.

- Cualquier otra que prevea la normativa vigente de aplicación.

### 13. OBLIGACIONES FORMALES

Ambas entidades se comprometerán a velar por el mantenimiento de un comportamiento ético y responsable en la gestión y ejecución de las acciones salvaguardando al máximo la buena imagen de ambas entidades y de las marcas que gestionan.

### 14. CONFIDENCIALIDAD

Cualquier información confidencial revelada por la ATB a la entidad con la cual se formaliza acciones de comàrqueting promocional durante la vigencia del Convenio, se mantendrá con carácter estrictamente confidencial para el receptor, el cual se compromete a utilizar esta información únicamente para la finalidad para la cual le se revelada por el emisor, excepto imperativo legal.

El receptor te que proteger la información confidencial del emisor contra cualquiera os no autorizado o revelación a terceros, del mismo modo que protege su información confidencial. El acceso a esta información queda restringido tan suelos a aquellos empleados de la entidad colaboradora que tengan que conocer para el cumplimiento de esta colaboración.

### 15. FUERO

En caso de duda o divergencia en la interpretación o aplicación del Convenio, las partes acuerdan someter de forma expresa a la jurisdicción contenciosa administrativa, con renuncia expresa a cualquiera otro fuero que le pudiera corresponder.

Y para que así conste, firmamos este documento por duplicado ejemplar.

Palma, 26 de marzo de 2018

Por ATB

Jaume Alzamora Riera



Por NAUTALIA VIAJES SL

Rafael García Garrido

