

III. OTRAS DISPOSICIONES

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO

10840 *Resolución de 22 de junio de 2022, del Instituto de Turismo de España, por la que se publica el Convenio con Tui Nederland BV, para el desarrollo de acciones de marketing.*

De acuerdo con lo previsto en el artículo 48.8 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, procede la publicación en el «Boletín Oficial del Estado» del Convenio entre el Instituto de Turismo de España O.A. (Turespaña) y la aerolínea TUI Nederland B.V. para el desarrollo de acciones conjuntas de *marketing*.

(Actúa por delegación de firma del convenio efectuada mediante Resolución de 26 de agosto de 2020, de la Presidencia del Instituto de Turismo de España O.A., don Ignacio Valle Muñoz, nombrado Consejero de Turismo en La Haya en virtud de la Resolución de 30 de julio de 2020, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se resuelve la convocatoria de libre designación, en las Consejerías de Turismo en las Misiones Diplomáticas de España, efectuada por Resolución de 12 de junio de 2020, de la Subsecretaría, publicada en el BOE núm. 208, de 1 de agosto de 2020.)

Madrid, 22 de junio de 2022.—El Director General del Instituto de Turismo de España, Miguel Ángel Sanz Castedo.

ANEXO

Convenio entre el Instituto de Turismo de España O.A. (Turespaña) y TUI Países Bajos para el desarrollo de acciones conjuntas de *marketing*

En La Haya a 20 de junio de 2022.

REUNIDOS

De un lado, el Instituto de Turismo de España, O.A. (en adelante Turespaña), con domicilio en Madrid, calle Poeta Joan Maragall, 41, actúa por delegación de firma efectuada mediante resolución de 26 de agosto de 2020, don Ignacio Valle Muñoz, nombrado en virtud de la Resolución de 30 de julio de 2020, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se resuelve la convocatoria de libre designación, en las Consejerías de Turismo en las Misiones Diplomáticas de España, publicada en el «Boletín Oficial del Estado» (BOE núm. 208, de 1 de agosto de 2020), Director de la Oficina Española de Turismo en La Haya, previa autorización del Director General del Instituto de Turismo de España (Turespaña), don Miguel Ángel Sanz Castedo, nombrado en virtud del Real Decreto 675/2020, de 14 de julio, que actúa por delegación de competencias efectuada mediante Resolución de 26 de agosto de 2020, de la Presidencia del Instituto de Turismo de España O.A., «Boletín Oficial del Estado» núm. 239, de 7 de septiembre de 2020.

Y de otro, TUI Nederland B.V. (en adelante TUI), con domicilio social en Volmerlaan, 3, 2288GC, Rijswijk, Nederland, con NIF (IVA) NL 0052010556B01, representada en este acto por Arjan Kers, Director General de TUI Nederland que actúa jurídicamente con facultades bastantes para este acto.

EXPONEN

I. Que Turespaña, en el ejercicio de las competencias que tiene atribuidas en materia de promoción turística en el exterior en virtud del artículo 2 de su Estatuto, aprobado por Real Decreto 425/2013, de 14 de junio, aspira a desarrollar acciones de

marketing que permitan mejorar el posicionamiento de los destinos turísticos españoles en los mercados internacionales y está interesado en colaborar con TUI en la promoción de estos destinos en mercados emisores en los términos descritos en el presente Convenio.

II. Que TUI está interesada en colaborar con Turespaña para llevar a cabo actividades de *marketing* conjuntas en los términos descritos en el presente Convenio, con motivo de la apertura de una nueva ruta entre España y Países Bajos o el incremento de capacidades en las rutas existentes entre España y Países Bajos.

III. Que ambas partes aprecian la necesidad de realizar conjunta y coordinadamente acciones de *marketing* respecto de las citadas rutas aéreas en el mercado emisor. De este modo se podrá mejorar la eficacia y rentabilidad de los presupuestos de *marketing* de ambas organizaciones, así como obtener un retorno cuantificado en turistas de los mismos.

IV. Que la planificación de las actuaciones a desarrollar debe ser eficiente y eficaz, pudiendo incluir todo tipo de acciones de *marketing* y de apoyo a la comercialización. Para garantizar la eficiencia y eficacia de dichas acciones, deberán estar orientadas a resultados, que deberán ser medidos de forma cuantificada en lo posible.

Por todo ello, las partes intervinientes acuerdan suscribir este Convenio con sujeción a las siguientes

CLÁUSULAS

Primera. *Objeto del Convenio.*

El objeto de este Convenio es la ejecución conjunta de actividades de publicidad y *marketing* y de apoyo a la comercialización por parte de Turespaña y TUI.

Dichas actividades tendrán siempre como fin la promoción del destino España en el mercado de los Países Bajos, así como el fortalecimiento del posicionamiento de los destinos, productos y experiencias turísticas de España.

Ambas partes firmantes reconocen que el presente Convenio no excluye la posibilidad de que cada una por separado pueda ejecutar acciones de *marketing* o firmar otros convenios para el cumplimiento de sus respectivos objetos sociales e institucionales con otras entidades, compañías, instituciones u organismos, nacionales o extranjeros.

Segunda. *Actuaciones a realizar por las partes.*

Turespaña acordará con TUI las acciones de *marketing* y de apoyo a la comercialización a desarrollar en el periodo de vigencia del Convenio.

Las actividades a desarrollar por ambas partes consistirán en la realización de campañas de *marketing* conjuntas en medios de pago, preferentemente *online*; se podrán utilizar medios de pago *offline* cuando esté justificado por su eficacia y posibilidad de cuantificar los resultados. Aparte de las campañas en medios de pago, ambas partes podrán proponer acciones en sus medios propios o de apoyo a la comercialización como complemento a las campañas en medios de pago.

La creatividad final que se utilice en la campaña tendrá que ser consensuada y aprobada por Turespaña.

Las actuaciones a desarrollar se concretarán en un plan de medios, que será elaborado en la Comisión de Seguimiento a la que se refiere la Cláusula séptima, de acuerdo con los medios relevantes en el mercado emisor, y que se adjuntará como Anexo al correspondiente Convenio.

El plan de medios fijará qué indicadores de seguimiento de la campaña se van a utilizar, de tal forma que permitan medir el éxito de la misma como retorno de la inversión. Dichos indicadores serán razonables y objetivamente alcanzables (para el

caso de medios *online*, visualizaciones o clics, y, para el caso de medios *offline*, estimaciones de visibilidad del anuncio, impacto, etc.).

Todas las partes deberán aprobar las acciones específicas incluidas en este Convenio, incluyendo presupuesto, creatividades, calendarios y planes de medios.

Tercera. *Obligaciones y compromisos económicos.*

El presupuesto de las acciones conjuntas de publicidad y *marketing* en medios de pago asciende a cuatrocientos cuarenta mil euros (440.000 €) y será asumido por Turespaña y TUI a partes iguales de la forma siguiente:

- Campañas en medios de pago:
 - Turespaña: Doscientos veinte mil euros (220.000 €).
 - TUI: Doscientos veinte mil euros (220.000 €).

En caso de proponerse acciones en medios propios, el presupuesto de las mismas no podrá superar el 10 % del presupuesto total de la campaña, es decir, cuarenta y cuatro mil euros (44.000 €), y será asumido por Turespaña y TUI a partes iguales de la forma siguiente:

- Campañas en medios propios:
 - Turespaña: Veintidós mil euros (22.000 €).
 - TUI: Veintidós mil euros (22.000 €).

Todos los presupuestos establecidos son limitativos máximos e incluirán todos los gastos y tributos.

El pago será tramitado por la Consejería de Turismo firmante del convenio tras la ejecución de las acciones previstas en el plan de medios y de acuerdo con el seguimiento realizado en la cláusula séptima.

Cuarta. *Naturaleza de los compromisos económicos.*

Las aportaciones económicas que se comprometen a realizar las partes estarán orientadas exclusivamente a la promoción turística, quedando en principio excluidas del ámbito de aplicación de la normativa relativa a ayudas de Estado. No obstante, si de la firma del presente Convenio pudiera quedar afectada la competencia en este sentido, se cumplirá con la normativa relativa a ayudas de Estado.

Quinta. *Distribución temporal por anualidades e imputación del gasto.*

La campaña, por la parte de Turespaña, será sufragada con cargo a su presupuesto, aplicación presupuestaria 20.104.432A.640, proyecto de gasto 2021.20.104.0060. con la siguiente distribución de anualidades:

- Año 2022: 125.000 euros.
- Año 2023: 95.000 euros.

Sexta. *Naturaleza y régimen jurídico.*

El presente Convenio tiene naturaleza administrativa y se suscribe al amparo del Título Preliminar del Capítulo VI de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Séptima. *Seguimiento.*

Para garantizar la buena marcha de la ejecución del presente Convenio se constituirá una Comisión mixta de Seguimiento que se reunirá al menos una vez al mes.

La Comisión de seguimiento estará integrada por las partes firmantes, así como por aquellas partes que se adhieran con posterioridad según la cláusula decimocuarta del Convenio. Esta Comisión desarrollará el plan de medios referido en la Cláusula segunda anterior y ejercerá asimismo funciones de resolución de controversias o discrepancias sobre el cumplimiento e interpretación del Convenio. Dicha Comisión estará integrada por un representante de cada parte firmante, así como por las que se adhieran posteriormente. Las decisiones de la Comisión se tomarán por consenso.

La Presidencia de la Comisión mixta de seguimiento será conjunta, con un representante de Turespaña y otro por cada una de las aerolíneas firmantes del presente Convenio.

Para las funciones de Secretaría de la Comisión mixta de seguimiento se seguirá un sistema rotatorio, en virtud del cual, el primer año corresponderá a Turespaña y el siguiente a la aerolínea y así sucesivamente.

A la finalización del presente Convenio, las partes elaborarán un informe de la campaña o campañas llevadas a cabo en virtud del presente Convenio y el resultado obtenido por las mismas.

Octava. Consecuencias en caso de incumplimiento de las obligaciones.

En caso de incumplimiento del Convenio por una de las partes, la otra podrá notificar a la parte incumplidora un requerimiento para que cumpla en el plazo de [dos meses] con las obligaciones o compromisos que se consideran incumplidos. Este requerimiento será comunicado también a la Comisión de Seguimiento.

Si transcurrido el plazo indicado en el requerimiento persistiera el incumplimiento, la parte que lo dirigió notificará a la otra y a la Comisión de Seguimiento la concurrencia de la causa de resolución con la determinación de los daños y perjuicios que procedan y entenderá resuelto el Convenio, resultando, por tanto, de aplicación lo previsto en el artículo 52 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Novena. Orden jurisdiccional.

Las cuestiones litigiosas que surgieran en la interpretación, aplicación y cumplimiento del presente Convenio y no pudieran ser resueltas en el seno de la Comisión de Seguimiento, quedarán sometidas a la decisión del órgano jurisdiccional contencioso-administrativo que corresponda, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley reguladora de la Jurisdicción contencioso-administrativa.

Décima. Eficacia.

El presente Convenio resultará eficaz una vez inscrito en el Registro Electrónico estatal de Órganos e Instrumentos de Cooperación del sector público estatal, en el plazo de 5 días hábiles desde su formalización. Asimismo, será publicado en el plazo de 10 días hábiles desde su formalización en el «Boletín Oficial del Estado», de conformidad con el artículo 48.8 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Undécima. Duración.

El presente Convenio se extinguirá transcurridos dos años desde su inscripción en el Registro Electrónico estatal de Órganos e Instrumentos de Cooperación del sector público estatal. En cualquier momento antes de la finalización de este plazo, sujeto a disponibilidad presupuestaria, las partes podrán acordar unánimemente su prórroga por un periodo de hasta dos años adicionales, que deberá tramitarse mediante una adenda, comunicarse en tal caso al Registro Electrónico estatal de Órganos e Instrumentos de Cooperación del sector público estatal y publicarse en el «Boletín Oficial del Estado».

Duodécima. *Modificación.*

La modificación del contenido del Convenio requerirá el acuerdo de los firmantes originarios, así como de aquellas partes que se adhieran con posterioridad según la cláusula decimocuarta de conformidad con lo establecido en el artículo 49 g) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Decimotercera. *Extinción y resolución.*

El presente Convenio se extingue por el cumplimiento de las actuaciones que constituyen su objeto o por incurrir en alguna de las siguientes causas de resolución:

- El transcurso del plazo de vigencia sin haberse acordado la prórroga del mismo.
- El acuerdo de los firmantes.
- El incumplimiento de las obligaciones y compromisos asumidos por parte de alguno de los firmantes. En este caso, se estará a lo dispuesto en la Cláusula octava anterior.
 - Decisión judicial declaratoria de la nulidad del Convenio.
 - Cualquier otra causa distinta de las anteriores prevista en la ley.

La resolución del convenio se establecerá por acuerdo de los firmantes originarios, así como de aquellas partes que se adhieran con posterioridad según la cláusula decimocuarta.

Decimocuarta. *Adhesión al Convenio.*

A través de la correspondiente acta de adhesión, según modelo que consta en Anexo I al presente convenio, podrán adherirse al mismo, cualesquiera otras Administraciones territoriales, entidades pertenecientes al sector público institucional, autonómico o local, así como también a entidades o instituciones de derecho privado cualquiera que sea su naturaleza jurídica, otras instituciones fundaciones o empresas, públicas o privadas, que compartan el objetivo de promoción del destino España en el mercado de los Países Bajos, así como el fortalecimiento del posicionamiento de los destinos, productos y experiencias turísticas de España.

Y para que así conste y a los efectos oportunos, ambas parten suscriben el presente documento por duplicado, y a un solo efecto, en la fecha indicada en el encabezamiento.–Por el Instituto de Turismo de España, O.A., el Consejero de Turismo en la Haya (Por delegación de firma de Resolución de 26 de agosto de 2020, «Boletín Oficial del Estado» núm. 239, de 7 de septiembre de 2020, previa autorización del Director General de Turespaña), Ignacio Valle Muñoz.–Por TUI Nederland, el Director General, Arjan Kers.

PLAN DE MEDIOS

Actividad	Descripción	Coste total en EUR	Contribución de Turespaña	Contribución de la aerolínea	Calendario de actuaciones año 2022												
					Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.	
PANTALLA DIGITAL.	Visibilidad en las pantallas digitales de las tiendas de viajes TUI. Se muestra una imagen de destino, incluido su logotipo. Un llamado a la acción para reservar el destino / hotel se crea mediante un precio inicial bajo.	40.000	20.000	20.000								X	X	X	X		
TV WINTER.	Anuncio de televisión de TUI con una llamada a la acción de ventas (o en un tag-on) para que España impulse las reservas anticipadas para la temporada de invierno. Emitido en los principales canales de televisión holandeses como RTL, SBS y NPO.	50.000	25.000	25.000										X	X		
RADIO WINTER.	Anuncio de radio de TUI con una llamada a la acción de ventas en España para impulsar las reservas anticipadas para la temporada de invierno. Emitido en los principales canales de radio holandeses como Sky radio, 538 y Q-music.	20.000	10.000	10.000										X	X		
POSICION. EN BUSCADORES.	Publicidad en los motores de búsqueda para crear visibilidad y generar tráfico a la página de aterrizaje en tui.nl. El ratio de conversión de tui.nl es superior a la media. Nuestro objetivo es estar siempre presente en los 3 primeros resultados de búsqueda. Este presupuesto también se utilizará para optimizar la visibilidad en los dispositivos móviles.	60.000	30.000	30.000										X	X	X	X
PAGADO FB.	Link-ad en el timeline de Facebook con estrategias específicas de segmentación, prospección y retargeting, como lookalikes, intereses, reservas anteriores y audiencia de datos de TUI (cookies). Generar demanda y aumentar el interés por el destino. Se incluyen todos los dispositivos. El anuncio contiene una imagen o varias imágenes del destino con el logotipo de TUI y del socio. Texto sobre el destino y un botón de llamada a la acción "más información" o "reservar ahora".	20.000	10.000	10.000										X	X	X	X
DISPLAY.	Banners online responsivos empujados en más de 1 millón de sitios de editores (noticias, tiempo, etc.) con estrategias específicas de segmentación, prospección y retargeting, como lookalikes, temas, palabras clave contextuales, intereses, reservas anteriores y audiencia de datos de TUI (cookies). Generar demanda y aumentar el interés por el destino. Se incluyen todos los dispositivos. Los banners contienen una imagen estática del destino con el logotipo de TUI y del socio. Un texto sobre el destino y un botón de llamada a la acción "reservar ahora".	30.000	15.000	15.000										X	X	X	X
YOUTUBE – VISTA REAL PARA LA ACCION.	Un vídeo de un máximo de 30 segundos colocado en Youtube. El vídeo se servirá a las personas que nos mostraron un comportamiento de búsqueda sobre el destino en Google. TUI creará el vídeo con la USP del socio combinada con material del destino (producido por el equipo de vídeo de TUI). El vídeo llevará a la página de resultados del socio en TUI.nl. No se utilizará el logotipo del socio, ya que esto influirá en los resultados.	30.000	15.000	15.000										X	X	X	X
TOTAL AÑO 2022.		250.000	125.000	125.000													

Actividad	Descripción	Coste total en EUR	Contribución de Turespaña	Contribución de la aerolínea	Calendario de actuaciones año 2023													
					Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.		
POSICION. EN BUSCADORES.	Publicidad en los motores de búsqueda para crear visibilidad y generar tráfico a la página de aterrizaje en tui.nl. El ratio de conversión de tui.nl es superior a la media. Nuestro objetivo es estar siempre presente en los 3 primeros resultados de búsqueda. Este presupuesto también se utilizará para optimizar la visibilidad en los dispositivos móviles.	20.000	10.000	10.000	X	X												
PAGADO FB.	Link-ad en el timeline de Facebook con estrategias específicas de segmentación, prospección y retargeting, como lookalikes, intereses, reservas anteriores y audiencia de datos de TUI (cookies). Generar demanda y aumentar el interés por el destino. Se incluyen todos los dispositivos. El anuncio contiene una imagen o varias imágenes del destino con el logotipo de TUI y del socio. Texto sobre el destino y un botón de llamada a la acción "más información" o "reservar ahora".	10.000	5.000	5.000	X	X												
DISPLAY.	Banners online responsivos empujados en más de 1 millón de sitios de editores (noticias, tiempo, etc.) con estrategias específicas de segmentación, prospección y retargeting, como lookalikes, temas, palabras clave contextuales, intereses, reservas anteriores y audiencia de datos de TUI (cookies). Generar demanda y aumentar el interés por el destino. Se incluyen todos los dispositivos. Los banners contienen una imagen estática del destino con el logotipo de TUI y del socio. Un texto sobre el destino y un botón de llamada a la acción "reservar ahora".	10.000	5.000	5.000	X	X												
YOUTUBE – VISTA REAL PARA LA ACCION.	Un vídeo de un máximo de 30 segundos colocado en Youtube. El vídeo se servirá a las personas que nos mostraron un comportamiento de búsqueda sobre el destino en Google. TUI creará el vídeo con la USP del socio combinada con material del destino (producido por el equipo de vídeo de TUI). El vídeo llevará a la página de resultados del socio en TUI.nl. No se utilizará el logotipo del socio, ya que esto influirá en los resultados.	10.000	5.000	5.000	X	X												
TV SUMMER LAUNCH .	Anuncio de televisión de TUI con una llamada a la acción de ventas (o en un tag-on) para España para impulsar las reservas anticipadas para la temporada de verano. Emitido en los principales canales de televisión holandeses como RTL, SBS y NPO.	50.000	25.000	25.000	X	X	X											
RADIO SUMMER LAUNCH.	Anuncio de radio de TUI con una llamada a la acción de ventas en España para impulsar las reservas anticipadas para la temporada de verano. Emitido en los principales canales de radio holandeses como Sky radio, 538 y Q-music.	50.000	25.000	25.000	X	X	X											
TV LAST MINUTE.	Anuncio de televisión de TUI con una llamada a la acción de ventas (o en un tag-on) para que España impulse las reservas de última hora para la temporada de verano. Emitido en los principales canales de televisión holandeses como RTL, SBS y NPO.	20.000	10.000	10.000				X	X	X								
RADIO LAST MINUTE.	Anuncio de radio de TUI con una llamada a la acción de ventas para que España impulse las reservas de última hora para la temporada de verano. Emitido en los principales canales de radio holandeses como Sky radio, 538 y Q-music.	20.000	10.000	10.000				X	X	X								
TOTAL AÑO 2023.		190.000	95.000	95.000														

MODELO DE ACTA DE ADHESIÓN AL CONVENIO ENTRE EL INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA O.A. (TURESPAÑA) Y LA AEROLÍNEA TUI NEDERLAND PARA EL DESARROLLO DE ACCIONES CONJUNTAS DE *MARKETING*

REUNIDOS

De un lado, el Instituto de Turismo de España, O.A. (en adelante Turespaña), con domicilio en Madrid, calle Poeta Joan Maragall, 41, Madrid, actúa por delegación de firma efectuada mediante resolución de 26 de agosto de 2020, don Ignacio Valle Muñoz, nombrado en virtud de la Resolución de 30 de julio de 2020, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se resuelve la convocatoria de libre designación, en las Consejerías de Turismo en las Misiones Diplomáticas de España, publicada en el «Boletín Oficial del Estado» (BOE núm. 208, de 1 de agosto de 2020), Director de la Oficina Española de Turismo en La Haya, previa autorización del Director General del Instituto de Turismo de España (Turespaña), don Miguel Ángel Sanz Castedo, nombrado en virtud del Real Decreto 675/2020, de 14 de julio, que actúa por delegación de competencias efectuada mediante Resolución de 26 de agosto de 2020, de la Presidencia del Instituto de Turismo de España O.A., «Boletín Oficial del Estado» núm. 239, de 7 de septiembre de 2020.

Y de otro, TUI Nederland B.V. (en adelante TUI), con domicilio social en Volmerlaan, 3, 2288GC, Rijswijk, Nederland, con NIF (IVA) NL 0052010556B01, representada en este acto por Arjan Kers, Director General de TUI Nederland que actúa jurídicamente con facultades bastantes para este acto.

Y de otra:

[●] (en adelante, [●]), con domicilio social en [●], con NIF [●], representada en este acto por [●], que actúa jurídicamente con las facultades que le otorga [Escritura, poder, etc.], bastantes para este acto.

EXPONEN

Que teniendo la entidad XXX pleno conocimiento del contenido, alcance y objetivos del Convenio, ésta coincide con las partes firmantes en la necesidad de desarrollar acciones conjuntas de promoción del destino España en el mercado de los Países Bajos, así como el fortalecimiento del posicionamiento de los destinos, productos y experiencias turísticas de España.

Y ACUERDAN

Que la entidad XXX se adhiere en todos sus términos al Convenio y que como Parte integrante del mismo y de la Comisión Mixta de Seguimiento se obliga a:

- Realizar una aportación económica de entre 50.000-1.000.000 euros, que se suma a las estipuladas en la cláusula TERCERA del Convenio.
- Poner a disposición del proyecto los medios humanos y materiales necesarios para que se puedan desarrollar las actuaciones previstas en la cláusula segunda, en el ámbito de las competencias de cada parte.
- Identificar conjuntamente los proyectos concretos a llevar a cabo en desarrollo del presente Convenio, de acuerdo al plan de medios.
- Realizar la ejecución material de las actuaciones previstas en el plan de medios, siempre y cuando exista crédito adecuado y suficiente.
- Realizar el seguimiento y evaluación de los proyectos en el marco del presente Convenio e informar a la Comisión de Seguimiento.

– Realizar cuantas acciones resulten precisas para la correcta y completa ejecución de las actuaciones previstas en este Convenio.

La adhesión será eficaz una vez inscrita en el Registro Electrónico estatal de Órganos e Instrumentos de Cooperación del sector público estatal.

Y, en prueba de conformidad, y para la debida constancia de lo convenido, las Partes firman este acta de adhesión, en Madrid, en las fechas indicadas en el pie de firma, tomándose como fecha de formalización del presente documento la fecha del último firmante.–Por el Instituto de Turismo de España. O.A. C.A., xxxxxxxxxxxxxx.–Por TUI Nederland, xxxxxxxxxxxxxx.–Por [nombre de la empresa/entidad que se adhiere].