DESTINATION BRAND (DB) 21

Medición de la competencia temática de su destino + Impacto de COVID-19 + Uso de medios e idiomas

|  |  |
| --- | --- |
| Cliente | Persona de contacto |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Institución: |  | Nombre: |  |
| Calle / Núm.: |  | Apellido: |  |
| C.P. / Ciudad: |  | Tel.: |  |
| Núm. IVA: |  | E-Mail: |  |

Selección de los mercados de origen y estudios parciales *(por favor rellene!)*

Por favor, seleccione a continuación en qué **mercados de origen** le gustaría encargar la medición de la **competencia temática** de su destino, el módulo adicional (MA) sobre el **impacto de COVID-19** en su destino y / o un paquete informativo independiente del destino sobre **el uso de los medios de comunicación y de los idiomas**.[[1]](#footnote-1)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Encuesta en | | | | | | | | | | |
|  | **Mercado de origen**  **Estudio parcial[[2]](#footnote-2)** | Francia | | | Italia | | España | | Reino Unido | | EE.UU. | |
| Evaluación de | **La competencia temática**  *(informe individual incl. análisis estándar del grupo objetivo)* |  | **3.500 €** | |  | **3.500 €** |  | **3.500 €** |  | **3.900 €** |  | **3.900 €** |
| **Impacto COVID-19 (MA)**  *(incl. análisis estándar del grupo obj.)* |  | **2.500 €** | |  | **2.500 €** |  | **2.500 €** |  | **2.750 €** |  | **2.750 €** |
| **Uso de medios / idiomas**  paq. info. viajes internacionales |  | **1.500 €** | |  | **1.500 €** |  | **1.500 €** |  | **1.750 €** |  | **1.750 €** |
| **Mercado de origen**  **Estudio parcial2** | Alemania | | | Austria | | Suiza | | Países Bajos | | China | |
| **La competencia temática**  *(informe individual incl. análisis estándar del grupo objetivo)* |  | **3.500 €** | |  | **3.500 €** |  | **3.900 €** |  | **3.500 €** |  | **3.900 €** |
| **Impacto COVID-19 (MA)**  *(incl. análisis estándar del grupo obj.)* |  | **2.500 €** | |  | **2.500 €** |  | **2.750 €** |  | **2.500 €** |  | **2.750 €** |
| **Uso de medios e idiomas**  paq. info. viajes internacionales |  | **1.500 €** | |  | **1.500 €** |  | **1.750 €** |  | **1.500 €** |  | **1.750 €** |
| **Uso de medios e idiomas**  paq. info. viajes nacionales |  | **1.000 €** | | *El paquete informativo para viajes nacionales sólo se ofrece en el mercado de origen Alemania y no contiene información sobre el uso de idiomas.* | | | | | | | |
| Análisis adicional  del grupo objetivo[[3]](#footnote-3) | **Sinus-Milieus® Alemania**  *(sólo para el mercado de origen Alemania)* |  | **1.500 €** | | **para la compe-tencia temática** | | *Prerrequisito: Al menos un paquete de información del Instituto SINUS ha sido reservado en el período 2018 a 2021 o usted solicita, adicionalmente, tal paquete de información en el curso de este pedido de DB21.  En ambos casos, puede solicitarnos un formulario de pedido adicional para este fin.* | | | | | |
|  | | **1.000 €** | **para el módulo adicional** | |
| **Sinus-Meta-Milieus®**  *(sólo para el mercado de origen Alemania)* |  | **1.500 €** | | **para la compe-tencia temática** | |
|  | **1.000 €** | | **para el módulo adicional** | |
| **“BeST Tipos de vacacionistas”**  *(sólo para el mercado de origen Alemania)* |  | **1.200 €** | | **para la compe-tencia temática** | |  | | | | | |
|  | **800 €** | | **para el módulo adicional** | |

*Los precios en neto más IVA. La fiscalidad se aplica a las empresas con sede en la República Federal de Alemania.*

Su ventaja: Para reservas de 2 mercados de origen por destino: **5% de descuento** para los informes individuales sobre la competencia temática y el módulo adicional;   
para reservas de 4 mercados de origen: **10% de descuento**

Servicios opcionales para la transferencia o interpretación de datos

También le ofrecemos de ayudarle a transferir e interpretar los datos. Para ello, puede reservar los siguientes servicios adicionales en un horario flexible, que pueden realizarse a partir de **abril de 2022**:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Transferencia/Interpretación de datos  (*una vez y de forma independiente*  *del ámbito de la selección)* | **DB-Presentación de los resultados** |  | **1.000 €** | **En línea** | *Presentación de los resultados básicos específicos del destino, incluye el debate y la interpretación inicial de los datos, duración: 45 a 60 minutos* |
|  | **1.500 €** *más los gastos de viaje* | **En presencia** |
| **DB-Taller para la identificación de potenciales** |  | **2.500 €** | **En línea** | *Ver DB-Presentación de los resultados + identificación del potencial no utilizado anteriormente en varios niveles con respecto al portafolio de temas evaluadas + desarrollo conjunto de derivaciones para estrategias de marketing y ventas, duración: media jornada* |
|  | **2.500 €**  *más los gastos de viaje* | **En presencia** |
| **Análisis de combinaciones de temas y grupos objetivo  (se puede reservar un taller adicional)[[4]](#footnote-4)**  *(sólo para destinos alemanes en el mercado de origen Alemania)* |  | **3.000 €** | **Análisis de datos + informe individual** | *Amplio análisis de datos, recomendaciones para la dirección estratégica del marketing de destinos: Priorización de temas, identificación del grupo objetivo con más potencial y combinaciones de mercados de origen y temas, duración: media jornada* |
|  | **2.500 €** | **Taller en línea** |
|  | **2.500 €**  *más los gastos de viaje* | **Taller  en presencia** |

*Los precios en neto más IVA. La fiscalidad se aplica a las empresas con sede en la República Federal de Alemania.*

Determinar el nombre de su destino[[5]](#footnote-5) *(por favor rellene!)*

Por favor, introduzca a continuación bajo qué nombre se medirá la competencia temática (así como, en caso de reservar el módulo adicional, el impacto de COVID-19 en su destino) en los mercados de origen que ha seleccionado:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | | Nombre del destino | |
| Encuesta en | Francia (FR) |  |
| Italia (IT) |  |
| España (ES) |  |
| Reino Unido (UK) |  |
| EE.UU. (US) |  |
| Alemania (DE) |  |
| Austria (AT) |  |
| Suiza (CH) |  |
| Países Bajos (NL) |  |
| China (CN) |  |

*Por favor, incluya el nombre de su destino en el respectivo idioma nacional o el nombre con el que (desea) promocionar su destino en el respectivo mercado de origen. Tenga en cuenta que el destino se consultará tal como se indica en este cuadro (es decir, en el idioma o idiomas que especifique, incluidas las mayúsculas y minúsculas y los signos de puntuación).   
Si necesita ayuda para traducir el nombre de destino al idioma nacional respectivo, por favor contáctenos.*

Selección de temas especiales para el análisis de la competencia temática *(por favor rellene!)*

Al pedir el informe individual sobre la competencia temática, se examina por defecto la competencia temática para las siguientes **5 actividades vacacionales generales para todos los destinos** del mercado de origen reservado[[6]](#footnote-6):

1. Saborear especialidades culinarias / gastronómicas
2. Visitar instalaciones culturales / disfrutar de ofertas culturales
3. Disfrutar de la naturaleza
4. Practicar deporte
5. Visitar ciudades

**Además**, se pueden seleccionar **un total de 5 temas** especiales más por mercado de origen para la consulta de la competencia temática asistida. Entre ellos, también es posible nombrar **un tema** (formulado como actividad vacacional) que no figura en el siguiente resumen de temas especiales (línea 35):

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Tema especial como  **Actividad vacacional** | | Por favor, marque su selección | | | | | | | | | |
| DE | FR | IT | ES | UK | US | AT | CH | NL | CN |
| 1. | Acudir a eventos |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2. | Andar en bicicleta (no bicicleta de montaña) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3. | Andar en bicicleta de montaña |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4. | Bañarse e ir a la playa |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5. | Descubrir las huellas de Martín Lutero |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6. | Disfrutar de ofertas de bienestar |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7. | Disfrutar de ofertas de estudios o formación |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8. | Disfrutar de ofertas de lujo |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 9. | Disfrutar de ofertas de salud (de pago, no a modo de tratamiento) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 10. | Disfrutar de ofertas familiares |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 11. | Estar activo en el agua y alrededor de ella |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 12. | Experimentar el estilo Bauhaus y la arquitectura moderna clásica |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 13. | Hacer senderismo |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 14. | Hacer una cabalgata a caballo |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 15. | Hacer una tour de vino (p. ej., degustación, paseo por viñedos, participación en la vendimia y fiestas del vino) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 16. | Hacer viajes sostenibles (respetuosos con el medioambiente y la naturaleza, sostenibles desde el punto de vista económico y social) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 17. | Ir de compras |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 18. | Jugar al golf (no al minigolf) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 19. | Navegar a vela |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 20. | Pasar las vacaciones en el campo (p. ej., en granjas o viñedos) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 21. | Practicar deportes acuáticos (excepto vela) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 22. | Practicar deportes de invierno (p. ej., esquí, esquí de fondo) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 23. | Realizar compras de lujo |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 24. | Realizar vacaciones accesibles / viajes accesibles |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 25. | Relajarse y descansar |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 26. | Visitar castillos, casas señoriales, jardines & parques |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 27. | Visitar castillos, palacios y catedrales |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 28. | Visitar eventos culturales / musicales |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 29. | Visitar eventos tradicionales  (p. ej., festivales de tiro, carnaval, ferias) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 30. | Visitar jardines / parques |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 31. | Visitar lugares Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 32. | Visitar lugares relacionados con el patrimonio industrial  (p. ej., fábricas, minas, museos culturales industriales) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 33. | Visitar museos / exposiciones / museos de arte |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 34. | Vivir experiencias vibrantes (p. ej., barrio con tiendas de moda, festivales, ambientes artísticos alternativos, vibrante vida nocturna) |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 35. | Actividad vacacional autogestionada[[7]](#footnote-7): |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Entrega de datos: La entrega de los resultados está prevista a partir de finales de marzo de 2022.

Plazo de inscripción y condiciones de pago *(por favor, rellene!)*

La fecha límite para la inscripción es el **30.09.2021. Una asignación posterior sólo es posible** para la encuesta **en el mercado de origen Alemania** si el destino se encuentra en el conjunto de destinos evaluados.[[8]](#footnote-8) Las facturas se emitirán después de que haya expirado el período de registro. Por favor, marque la opción de pago que desee:

**Opción de pago 1:** El 100% del precio total debe pagarse en 2021.

**Opción de pago 2:** El 50% del precio total debe pagarse en 2021, el 50% en el segundo cuarto de 2022.

**Opción de pago 3:** El 100% del precio total debe pagarse en el segundo cuarto de 2022.

El cliente encarga a inspektour (international) GmbH la elaboración de una evaluación individual y única del estudio “DESTINATION BRAND 21 – Medición de la competencia temática de su destino + Impacto de COVID-19 + Uso de medios e idiomas” según la selección realizada en las páginas 1 a 3.

Declaración de consentimiento según la ley de protección de datos: Con mi firma acepto que inspektour (international) GmbH me envíe por correo o por correo electrónico información y ofertas, especialmente en relación con DESTINATION BRAND, con el fin de hacer publicidad.

Derecho de objeción: Básicamente en cualquier momento puede hacer uso de su derecho de objeción sin necesidad de indicar los motivos y modificar o revocar completamente la declaración de consentimiento de protección de datos concedida con efecto para el futuro.

Declaración de confidencialidad respecto al paquete informativo sobre el uso de medios de comunicación e idiomas: Con mi firma confirmo de forma vinculante que, en caso de reservar uno o varios de los paquetes informativos independientes del destino sobre el uso de medios de comunicación e idiomas, ninguno de ellos (ni siquiera en extractos) será publicado, reproducido o ceder a terceros, ni siquiera a regiones asociadas, proveedores de servicios, empresas de cooperación o similares.

      Su persona de contacto en inspektour:

Lugar, fecha Ellen Böhling

Tel: +49 (0)40 414 3887 412

Por favor, envíenos la orden de evaluación completada por:

Fax: +49 (0)40 414 3887 44

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ E-Mail: ellen.boehling@inspektour.de

Firma / Sello Correo: inspektour (international) GmbH

Osterstraße 124, 20255 Hamburgo

1. **Los derechos de evaluación y derechos de autor:** Propiedad de inspektour (international) GmbH. **Derechos de uso de los destinatarios:** Un uso sin

   restricciones de los resultados de la evaluación no está permitido. Sin embargo, en el caso de los informes individuales sobre la competencia temática y el

   módulo adicional sobre el impacto de COVID-19, los destinatarios están autorizados a utilizar los resultados individuales en el contexto de sus propios trabajos,

   nombrando la fuente de la encuesta / evaluación como sigue: “inspektour (international) GmbH” para transmitir o publicar. Por otro lado, **no está permitido**

   **publicar, reproducir o ceder a terceros** – ni siquiera a regiones asociadas, proveedores de servicios, empresas de cooperación, etc. – **los paquetes**

   **informativos obtenidos sobre el uso de los medios de comunicación y el uso de los idiomas (ni siquiera en extractos)**. Los resultados **independientes**

   **del destino** de la evaluación (por ejemplo, el interés general en las actividades vacacionales, la intención general de viaje, el uso general de los medios de

   comunicación y del idioma, etc.) de los estudios parciales ofrecidos aquí **no son propiedad exclusiva del cliente**. Por lo tanto, estos resultados pueden seguir

   siendo vendidos por inspektour (international) GmbH a terceros. En general, inspektour (international) GmbH está interesada en publicar una selección de

   resultados independientes del destino – que no forman parte del paquete informativo sobre el uso de los medios de comunicación y el uso de los idiomas – en

   forma de presentaciones y publicaciones (en línea). **Requisito para reservar:** El requisito para reservar el módulo adicional es que un informe individual sobre la

   competencia temática en el mercado de origen respectivo se ha reservado. El paquete informativo puede reservarse independientemente de la reserva de los

   informes sobre la competencia temática y el módulo adicional. **Preparación de datos:** Los resultados de todos los estudios parciales se preparan en un informe

   por mercado de origen y por estudio parcial. **Análisis bivariados:** El informe sobre la competencia temática y el módulo adicional sobre el impacto de COVID-19

   contienen un **análisis estándar del grupo objetivo** (incluye una evaluación diferenciada según hasta 6 grupos objetivo definibles individualmente a base de

   1.) criterios sociodemográficos, 2.) el interés general (es decir, independiente del destino) por las actividades vacacionales o 3.) la combinación de opción 1 y 2)

   para los contenidos claves específicos del destino. El informe individual sobre la competencia temática también contiene diferenciaciones sociodemográficas. [↑](#footnote-ref-1)
2. El número de casos es de al menos n = 1.000 por destino y por mercado de origen. Con un nivel de notoriedad asistida inferior al 12%, no se realizan análisis

   (estándar) del grupo objetivo (y en el caso del informe individual sobre la competencia temática tampoco diferenciaciones sociodemográficas) debido al número

   de casos. En caso de un nivel de notoriedad asistida inferior al 12%, nos pondremos en contacto con usted para coordinar el procedimiento. [↑](#footnote-ref-2)
3. Incluye una evaluación **adicional** diferenciada de los resultados claves específicos del destino según todos los “Sinus-Milieus® Alemania”, “Sinus-Meta-

   Milieus®” y / o “BeST Tipos de vacacionistas” (si es posible debido al número de casos). La preparación correspondiente comprende +/- 20 diapositivas de

   resultados suplementarios para la competencia temática o +/-12 diapositivas sobre el impacto de COVID-19 en su destino. En caso de que el nivel de notoriedad

   asistida sea inferior al 25%, le consultaremos antes de la encuesta para determinar las posibilidades en función del número de casos. [↑](#footnote-ref-3)
4. El análisis de combinaciones de temas y grupos objetivo se realiza para una variante de las opciones de segmentación del grupo objetivo. Esto puede ser los

   grupos objetivo estándar seleccionados del informe individual sobre la competencia temática o una de las tres opciones seleccionables adicionalmente que

   consisten en el “Sinus-Milieus® Alemania”, el “Sinus-Meta-Milieus®”, así como los “BeST Tipos de vacacionistas”, siempre que se haya reservado al menos un

   análisis del grupo objetivo adicional al informe individual sobre la competencia temática. [↑](#footnote-ref-4)
5. La encuesta se realiza en el respectivo idioma nacional del mercado de origen (en alemán y francés en el caso del mercado de origen de Suiza). [↑](#footnote-ref-5)
6. En comparación con los estudios anteriores DB10-13-16, puede haber restricciones en la comparabilidad de las designaciones de algunos temas a lo largo del

   tiempo. Esto se debe a la estandarización de todas las designaciones de temas como actividades vacacionales (antes parcialmente designado como tipos de

   vacaciones) en el contexto del estudio DB18. En el curso de esta optimización, se alinearon las designaciones entre los contenidos de estudio del interés

   potencial general y de la competencia temática asistida de los destinos. La adición u omisión de temas vacacionales individuales también se debe a la

   ampliación del estudio para incluir mercados de origen extranjeros y la relevancia de los temas en ellos. [↑](#footnote-ref-6)
7. Independientemente del número de mercados de origen reservados, se limita la posibilidad de nombrar un tema a un total de un tema especial que no figura en

   el resumen anterior. Por favor, contáctenos si necesita ayuda en la formulación de su tema como actividad vacacional. [↑](#footnote-ref-7)
8. Para el mercado de origen Alemania, está previsto un estudio de más de 150 destinos alemanes e internacionales. En el caso de los demás mercados de origen

   la viabilidad de la encuesta, así como el número de destinos comparativos en el contexto del análisis de la competencia, depende de la situación del pedido en

   los respectivos mercados de origen. Póngase en contacto con nosotros para conocer el estado actual de la participación. [↑](#footnote-ref-8)