

**PERÚ****Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo****Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación  
y el Turismo - PROMPERÚ****Dirección de Promoción  
del Turismo**

### **TÉRMINOS DE REFERENCIA**

#### **Servicio de Gestión de Programa de Capacitación y programa de incentivos para el mercado de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.**

Centro de Costo		Coordinación del Mercado Anglosajón
APEX	0250.2025	Plataforma de Capacitación Perú Agent - Anglosajón

#### **I. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO**

Departamento del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

#### **II. OBJETO DE LA CONTRATACION**

Contratar a una empresa que realice el servicio de Gestión de Programa de Capacitación y programa de incentivos para el mercado de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.

#### **III. FINALIDAD PÚBLICA**

Recuperar los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo a través de trabajo de relacionamiento con la cadena comercial de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido impulsado por el uso de plataformas de capacitación digital.

#### **IV. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO**

Centro de costo: Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo – Departamento del Mercado Anglosajón:

- Plataforma de capacitación - Peru Agent con APEX 0250.2025

#### **V. ANTECEDENTES**

La gestión de la Dirección de Promoción del Turismo impacta en el objetivo general institucional de contribuir efectivamente al crecimiento sostenido y descentralizado de ingresos generados por turismo, para ello cuenta entre sus objetivos específicos posicionar el Perú como destino turístico atractivo a nivel internacional recuperando el flujo y el gasto y diversificando la oferta.

Mediante Resolución N°190-2024-PROMPERÚ/PE se aprueba el Plan Operativo Institucional 2025, cuyas actividades se encuentran a cargo de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ y están alineadas a las estrategias y acciones presentadas en el Plan Anual de Promoción Turística 2025, el mismo que se aprobó en Sesión Ordinaria del Comité Especial del Fondo para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional de fecha 20 de diciembre de 2024.

La Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo es la unidad orgánica encargada de proponer, ejecutar y evaluar las actividades de promoción del turismo receptivo en función a los objetivos y estrategias institucionales.

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación  
y el Turismo - PROMPERÚDirección de Promoción  
del Turismo

Con el fin de continuar contribuyendo al cumplimiento de las metas planteadas para la reactivación del turismo receptivo, PROMPERÚ ha venido trabajando estrategias de reactivación de turismo receptivo a través de la identificación de oportunidades que permitan alcanzar las metas y estrategias establecidas en el mercado para la promoción adecuada del destino en los países priorizados como son los mercados de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.

Dentro de las actividades de promoción dirigidas a la industria turística norteamericana, se ha venido desarrollando desde el año 2010, un programa de educación y relacionamiento dirigido a los agentes de viaje de Estados Unidos y Canadá, denominado Peru Agent Specialist que funciona en un ambiente virtual.

Asimismo, dentro de las actividades de promoción dirigidas a la industria turística británica, desde el año 2016 se elaboró una herramienta de ventas a través de un aplicativo móvil denominado “Peru Agent Sales Companion” dirigido a los agentes de viaje de Reino Unido, que funciona en un ambiente virtual que permite tener disponible 24/7 toda la data de nuestro destino que el agente pueda necesitar para realizar la venta. A su vez, contamos con un programa de incentivos (Peru Points) disponible para los mercados de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido donde los agentes registran sus ventas mensuales.

A diciembre del 2024 el programa Peru Agent cuenta con más de 14,800 agentes registrados en la plataforma, de los cuales más de 4,300 se han graduado como Especialistas en el destino Perú. El programa de relacionamiento denominado Peru Points, ligado al de capacitación, ha registrado USD 5'586,810 en ventas generadas por los agentes de viajes.

En este marco, las herramientas digitales, son los principales medios de entrenamiento y relacionamiento con la industria turística, permiten informar y educar a los profesionales de la industria norteamericana y británica de manera ininterrumpida sobre la oferta del destino con la finalidad de incentivar sus ventas.

## **VI. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN**

Mantener capacitado los agentes de viajes de los mercados de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido de forma permanente (24/7), mediante la contratación de una empresa que gestione la plataforma de capacitación virtual, de manera que se logre lo siguiente:

- Incrementar el conocimiento del destino Perú en los agentes de viajes del mercado anglosajón a través de los capítulos de capacitación, seminarios virtuales, boletines de noticias y materiales audiovisuales descargables.
- Incrementar el número de agentes de viajes registrados, graduados en la plataforma de capacitación virtual.
- Incrementar las ventas del destino Perú en los mercados de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.

## **VII. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO A CONTRATAR**

**PERÚ****Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo****Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación  
y el Turismo - PROMPERÚ****Dirección de Promoción  
del Turismo**

Servicio de Gestión de Programa de Capacitación y programa de incentivos para el mercado de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.

## **VII.1. ACTIVIDADES**

El servicio contemplará las siguientes actividades:

### **1. Uso de la plataforma**

#### **a) Plataforma de capacitación para los mercados de Estados Unidos y Canadá**

- Plataforma de capacitación para los agentes de viajes de los mercados priorizados de Anglosajón (Estados Unidos y Canadá), en el que se aloje información sobre el destino Perú, tales como:
  - Módulos de capacitación
  - Datos de contacto
  - Webinars (grabaciones)
  - Brochures
  - Entre otros recursos que el Mercado Anglosajón (PROMPERU) considere pertinente
- La plataforma de capacitación debe contemplar un programa de incentivos, donde los agentes de viajes registrados de los mercados priorizados de Anglosajón (Estados Unidos y Canadá) registren sus ventas.
- Aplicativo móvil de capacitación, disponible para Tablets, teléfonos móviles (IOS & Android), en el que se encuentre el programa de incentivos de la plataforma de capacitación, y se aloje información sobre el destino Perú; tales como:
  - Módulos de capacitación
  - Datos de contacto
  - Webinars (grabaciones)
  - Brochures
  - Entre otros recursos que el Mercado Anglosajón (PROMPERU) considere pertinente

#### **El servicio incluye:**

- ✓ Actualización de la plataforma:
  - El proveedor debe asegurar que las plataformas se encuentren actualizadas de tal forma que puedan ser utilizadas desde cualquier navegador desktop o dispositivo móvil (iOS & Android). Así mismo debe permitir la actualización y personalización del diseño.
- ✓ Actualización de contenidos:
  - El proveedor se encargará de la actualización de los contenidos a través del CMS, lo cual contempla textos, videos, imágenes, entre otros archivos que se consideren necesarios.
  - Soporte en la actualización de la base de datos de registrados y graduados, contabilizando ingresos a la plataforma, visualizaciones del contenido, número de veces que fue compartido.

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación  
y el Turismo - PROMPERÚDirección de Promoción  
del Turismo

- ✓ Brindar inducción en el uso del backend CMS en caso sea necesario.
- ✓ Disponibilidad de la plataforma y del contenido en un 99.9%
- ✓ Contar con un backup de la plataforma y del contenido. En el caso que se tenga pérdida de la información, el proveedor debe restablecer el backup.
- ✓ Contar con un backup de la base de datos de los usuarios captados por PROMPERÚ en el uso de la plataforma y su información relacionada.
- ✓ Garantizar una velocidad de navegación de la plataforma web que cumpla con los estándares del aplicativo en los mercados de destino (Estados Unidos y Canadá).
- ✓ Tener un interfaz amigable y de fácil uso, para cualquier tipo de dispositivo (PC, Tablet, móvil), basándose en las tendencias de UX y UI del mercado de destino (Estados Unidos y Canadá) e industria de turismo.

**b) Plataforma de capacitación para el mercado de Reino Unido**

- Plataforma de capacitación para los agentes de viajes de los mercados priorizados de Anglosajón (Reino Unido), en el que se aloje información sobre el destino Perú, tales como:
  - Módulos de capacitación
  - Datos de contacto
  - Webinars (grabaciones)
  - Brochures
  - Entre otros recursos que el Mercado Anglosajón (PROMPERU) considere pertinente
- La plataforma de capacitación debe contemplar un programa de incentivos, donde los agentes de viajes registrados de los mercados priorizados de Anglosajón (Reino Unido) registren sus ventas.
- Aplicativo móvil de capacitación, disponible para Tablets, Teléfonos móviles (iOS & Android), en el que se encuentre el programa de incentivos de la plataforma de capacitación, y se aloje información sobre el destino Perú; tales como:
  - Módulos de capacitación
  - Datos de contacto
  - Webinars (grabaciones)
  - Brochures
  - Entre otros recursos que el Mercado Anglosajón (PROMPERU) considere pertinente

**El servicio incluye:**

- ✓ Actualización de la plataforma:
  - El proveedor debe asegurar que las plataformas se encuentren actualizadas de tal forma que puedan ser utilizadas desde cualquier navegador desktop o dispositivo móvil (iOS & Android), asimismo debe permitir la actualización y personalización del diseño.
- ✓ Actualización de la gestión de contenidos:
  - El proveedor se encargará de la actualización de los contenidos a través del CMS, lo cual contempla textos, videos, imágenes, entre otros archivos que se consideren necesarios.

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación  
y el Turismo - PROMPERÚDirección de Promoción  
del Turismo

- Soporte en la actualización de la base de datos de registrados y graduados, contabilizando ingresos a la plataforma, visualizaciones del contenido, número de veces que fue compartido.
- ✓ Brindar inducción en el uso del backend CMS en caso sea necesario.
- ✓ Disponibilidad de la plataforma y del contenido en un 99.9%
- ✓ Contar con un backup de la plataforma y del contenido. En el caso que se tenga pérdida de la información, el proveedor debe restablecer el backup.
- ✓ Contar con un Backup de la base de datos de los usuarios captados por PROMPERÚ en el uso de la plataforma y su información relacionada.
- ✓ Garantizar una velocidad de navegación de la plataforma web que cumpla con los estándares del mercado de destino (Reino Unido).
- ✓ Tener un interfaz amigable y de fácil uso, para cualquier tipo de dispositivo (PC, Tablet, móvil), basándose en las tendencias de UX y UI del mercado de destino (Reino Unido) e industria de turismo.

**c) Actualización de contenido**

- Incluye un total de 96 horas anuales para realizar actualizaciones de la plataforma para los tres mercados. El total de horas deberá ser consumidas durante el periodo del servicio, por lo que se hará un seguimiento de las horas consumidas a través de los reportes entregados por el proveedor.
- Las horas de actualización de contenido no se acumulan si no se usan, pero se pueden usar en cualquier plataforma. Es decir, si la plataforma de Reino Unido usa menos horas, la plataforma de EE. UU./Canadá puede usar las horas en ese mismo mes.

Nota:

- PROMPERÚ entregará al PROVEEDOR los contenidos que debe tener la plataforma para ser cargados en ella, además el PROVEEDOR deberá contar con políticas de privacidad alineados a la necesidad de PROMPERÚ.

**2. Marketing****a) Marketing Anual para los mercados de Estados Unidos y Canadá**

- **Marketing Directo**
- ✓ Difusión y promoción de la plataforma de capacitación y seguimiento de los usuarios registrados. El proveedor debe contar con una base de por lo menos 69,000 contactos pertenecientes a la industria turística del mercado Anglosajón (Estados Unidos, Canadá y Reino Unido).
  - Envío de 06 correos electrónicos a la base de datos del proveedor. El envío promedio basado en una combinación de implementación "amplia" y "dirigida" es de alrededor de 35,000 contactos; de acuerdo a lo siguiente:
    - Un (01) email cada dos meses invitando a los agentes de viajes a la participación e inscripción general del programa.
  - Seguimiento mediante el envío de 06 correos electrónicos, durante el período de la prestación del servicio, a los agentes de viaje que descargaron el

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación  
y el Turismo - PROMPERÚDirección de Promoción  
del Turismo

aplicativo móvil de capacitación virtual, a fin de lograr que se registren en el curso de capacitación, así mismo a los agentes que se han registrado, pero aún no culminan con el curso de capacitación.

- **Marketing contenidos:**

- Actualizaciones mensuales del kit de marketing para clientes en las redes sociales, el cual consiste en los template de los emails, el diseño de las publicaciones que la empresa realice en sus redes sociales para promover el registro de nuevos agentes de viajes a la plataforma de capacitación.

- **06 webinars:**

- ✓ Organización de webinars para PROMPERÚ, que se realizarán durante el período de la prestación del servicio. Los temas y expositores locales serán propuestos por el Departamento del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

Componentes de los webinar:

- Proveer de una plataforma para realizar los webinars.
- Cada webinar de 25 Minutos de transmisión web en vivo
- 5-10 Minutos de Preguntas y Respuestas
- Inclusión de 2-3 presentadores por webinar
- Apoyo en el Desarrollo del contenido
- Moderador incluido
- Interacción de la audiencia a través de preguntas y respuestas, encuestas durante y después del webinar.
- Incluye equipo de producción del servicio, 2 correos electrónicos por webinar promoviendo el registro a enviarse antes de la realización del mismo.
- Reporte completo y adición de los nuevos participantes a la base de datos del programa de capacitación virtual de manera automática.
- Los webinars se alojarán de manera permanente dentro de la plataforma de capacitación virtual para que puedan ser escuchados, descargados o compartidos por los agentes de viajes.
- Entrega de un incentivo para cada webinar por parte del proveedor, se deberá coordinar con PROMPERU los detalles del mismo.

**b) Marketing para el mercado de Reino Unido**

- **Marketing Directo**

- ✓ Difusión y promoción de la plataforma de capacitación y seguimiento de los usuarios registrados. El proveedor debe contar con una base de datos de por lo menos 69,000 contactos pertenecientes a la industria turística del mercado Anglosajón (Estados Unidos, Canadá y Reino Unido):
  - Enviar 06 correos electrónicos a la base de datos de Reino Unido del proveedor, de acuerdo a lo siguiente:



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

Comisión de Promoción del  
Perú para la Exportación  
y el Turismo - PROMPERÚ

Dirección de Promoción  
del Turismo

- Un (01) email cada dos meses invitando a los agentes de viajes a la participación e inscripción general del programa.
  - Seguimiento a aquellos agentes de viaje que descargaron el aplicativo móvil de capacitación virtual promoviendo su registro en el curso de capacitación o a agentes que se han registrado, pero aún no han culminado con la capacitación a través del envío de 04 correos electrónicos.
- **Marketing contenidos:**
- ✓ Actualización del Kit de marketing, documento donde se detallan todos los componentes de la estrategia de marketing de la plataforma, el cual consiste en los template de los emails.

**Nota:**

- **Todos contenidos que se mencionan en los incisos N°1 y N° 2 del numeral numeral VII.1, que realizará el proveedor (correos electrónicos, imágenes y textos) deberá ser previamente aprobado por la Coordinación del Departamento del Mercado Anglosajón.**

### 3. Actualización y mejoras de la plataforma

- ✓ Reportes de actualización de dashboard.
- ✓ Agregar navegación/botón en la página de destino para "Eventos" (seminarios web, Xpo, etc.)
- ✓ Nueva estructura para los módulos de capacitación enfocados en temas y nichos específicos, donde los usuarios (capacitados) obtienen certificados adicionales.
- ✓ Actualizar al código web más reciente y el código de aplicación.
- ✓ Sistema de gestión de contenido actualizado.

### 4. Programa de Incentivos

#### a) Estados Unidos y Canadá

- El proveedor deberá encargarse de toda la gestión del programa de incentivos, el cual se encuentra en la plataforma de capacitación y aplicativo móvil, durante la duración del servicio.
- Implementación de niveles de recompensas e incentivos en la plataforma:
  - Sistema en el que los usuarios serán divididos por niveles y podrán ascender conforme completen los módulos de capacitación y/o registren sus reservas.
  - Envío de recompensas por reservas realizadas a través de la plataforma.
  - Segmentación para identificar y enviar mensajes a los distintos grupos (por nivel).
- Seguimiento a los agentes que culminen el programa de capacitación para que puedan incluir sus ventas de paquetes turísticos en la sección que aparece en la plataforma y aplicativo de capacitación virtual, para ello se deberá realizar el envío de 03 correos electrónicos, la frecuencia de envío se coordinará previamente con PROMPERÚ.

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación  
y el Turismo - PROMPERÚDirección de Promoción  
del Turismo

- El proveedor deberá organizar sorteos mensuales (12) donde participarán los agentes de viaje de los mercados de Estados Unidos y Canadá. Habrá 01 ganador por cada sorteo realizado, cuya recompensa será entregada por el proveedor a través de correo electrónico. Se deberá coordinar con PROMPERÚ los detalles del sorteo.
- Los incentivos serán brindados por el proveedor de la siguiente manera:
  - Sorteo mensual entre agentes de viaje que finalicen el programa de capacitación y/o registren ventas en el programa de incentivos. Se deberán realizar 12 sorteos durante el periodo de contratación del servicio.
  - La entrega del incentivo a los ganadores del sorteo, por mes, estará a cargo del proveedor, los detalles serán coordinados con PROMPERÚ.

**b) Reino Unido**

- El proveedor deberá encargarse de toda la gestión del programa de incentivos, el cual se encuentra en la plataforma de capacitación y aplicativo móvil, durante la duración del servicio.
- Implementación de niveles de recompensas e incentivos en la plataforma:
  - Sistema en el que los usuarios serán divididos por niveles y podrán ascender conforme completen los módulos de capacitación y/o registren sus reservas.
  - Envío de recompensas por reservas realizadas a través de la plataforma.
  - Segmentación para identificar y enviar mensajes a los distintos grupos (por nivel).
- Seguimiento a los agentes que culminen el programa de capacitación para que puedan incluir sus ventas de paquetes turísticos en la sección que aparece en la plataforma y aplicativo de capacitación virtual, para ello se deberá realizar el envío de 03 correos electrónicos, la frecuencia de envío se coordinará previamente con PROMPERÚ.
- El proveedor deberá organizar sorteos bimensuales (6) donde participarán los agentes de viaje del mercado de Reino Unido. Habrá 01 ganador por cada sorteo, cuya recompensa será entregada por el proveedor a través de correo electrónico. Se deberá coordinar con PROMPERÚ los detalles del sorteo.
- Los incentivos serán brindados por el proveedor de la siguiente manera:
  - Sorteo bimensual entre agentes de viaje que finalicen el programa de capacitación y/o registren ventas en el programa de incentivos. Se deberán realizar 6 sorteos durante el periodo de contratación del servicio.
  - La entrega del incentivo a los ganadores del sorteo, cada dos meses, estará a cargo del proveedor, los detalles serán coordinados con PROMPERÚ.

**5. Viaje de Familiarización – Incentivo**

- Utilizando el marco de recompensas existente, desarrollar un concurso de 3 a 6 meses donde los asesores tengan la oportunidad de ganar uno de los 5 lugares para un Viaje de Familiarización, FamTrip. Esto aumentará significativamente el interés de los agentes de viajes, con el fin de incrementar el número de usuarios registrados, permitiéndoles convertirse en Especialistas en Perú.
- Registrar, desarrollar e implementar el concurso.
- Asociarse con una agencia legal de concursos autorizada para validar y realizar el sorteo.



**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación  
y el Turismo - PROMPERÚDirección de Promoción  
del Turismo

- Incluir como gran premio un viaje a Perú para 5 agentes de viajes (2 de EE. UU., 2 de Canadá y 1 del Reino Unido).
- El itinerario del FamTrip por Perú será proporcionado por el Departamento Anglo-Sajón.
- Los concursantes deben cumplir con los siguientes requisitos:
  - Ser un agente de viajes actualmente.
  - Registrarse en PeruAgent.com
  - Completar el programa de Especialista en Perú para alcanzar el nivel Oro. Si tienen registros de reservas en Peru Points, recibirán una entrada adicional para el sorteo. (Nota: La entrada adicional aplica independientemente del número de registros de reserva).
  - Otros requisitos que el Departamento Anglo-Sajón considere importantes.
- El ganador será seleccionado aleatoriamente mediante un software de 'selección aleatoria', o por un tercero para asegurar que los agentes cumplan con los requisitos. Los resultados del sorteo serán anunciados y el ganador será notificado por TravPRO.

*Nota sobre el Viaje de Familiarización:*

- PROMPERU estará a cargo de los vuelos (internacionales y domésticos)
  - El itinerario de los vuelos internacionales será seleccionado por PROMPERU, el cual determinará e informará las condiciones de los mismos.
- PROMPERÚ cubrirá toda la operación del tour desde el momento del aterrizaje en Perú (comidas, alojamiento, traslados, entradas, guía).

**Nota:**

- A los 30 días calendario contados a partir de la confirmación mediante correo electrónico del Departamento del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previo perfeccionamiento del contrato, el proveedor entregará lo siguiente:
    - ✓ Dashboard protegido con contraseña que incluirá informes completos con una clasificación completa y Base de datos exportable.
    - ✓ El compromiso y los KPI de habilitación de ventas.
    - ✓ Capacitación: Sello de fecha para el registro, progreso del capítulo y graduación.
    - ✓ Base de datos disponible para descargar en cualquier momento. Para Habilitación: Vistas totales de video, acciones, vistas colaterales totales, acciones, vistas/acciones de datos rápidos y datos similares. Será válido durante el plazo de prestación del servicio.
- Los mismos que serán enviados por el proveedor por correo electrónico a [cberroccal@promperu.gob.pe](mailto:cberroccal@promperu.gob.pe).
- Todo contenido que se mencionan en el inciso N°4 del numeral VII.1, que realizará el proveedor, será previamente aprobado por la Coordinación del Departamento de Mercado Anglosajón.
  - PROMPERU brindará todas las facilidades correspondientes para el uso del dominio Peru.Agent
  - Entiéndase por mes al período de 30 días calendarios.

**VII.2. REQUISITOS DEL PROVEEDOR**

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación  
y el Turismo - PROMPERÚDirección de Promoción  
del Turismo

El PROVEEDOR deberá cumplir con los siguientes requisitos mínimos:

- a) Experiencia en cinco (05) servicios prestados en el desarrollo, creación y gestión de plataformas de capacitación virtual en versión desktop (PC) y móvil en iOS y Android (que no requiera el uso del wifi o datos móviles) para agentes de viajes de turismo en los últimos seis (06) años, brindados a países de Sudamérica y que hayan sido dirigidos a los mercados de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.

ACREDITACION:

- Se acreditará la experiencia del postor con cualquiera de los siguientes documentos, con copia simple de: (i) contratos u (ii) órdenes de servicio o (iii) comprobantes de pago o (vi) o constancia de prestación de servicio o cualquier otro documento que compruebe de manera fehaciente la experiencia del proveedor.

### **VII.3. LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS**

El servicio se deberá realizar de manera virtual, desde la sede central de las instalaciones del proveedor, mediante una plataforma tecnológica que permita llegar a una audiencia ampliada de agentes de viajes de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.

El plazo de ejecución será de 365 días calendario, contados a partir de la confirmación mediante correo electrónico del Departamento del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previo perfeccionamiento del contrato.

### **VII.4. PRODUCTOS**

- El proveedor deberá enviar cuatro (04) informes conteniendo la siguiente información:
  - Número de inscritos en el programa de capacitación (web, aplicativo móvil y Tablet), cada herramienta debe ser mostrado de forma individual y por mercado (US, CA y UK). Reporte de inscritos por programa de capacitación por país.
  - Número de graduados (agentes que hayan culminado todos los módulos) en el programa de capacitación (web, aplicativo móvil y Tablet), cada herramienta debe ser mostrado de forma individual y por mercado (US, CA y UK). Reporte de graduados por programa y país.
  - Análisis y resumen ejecutivo con información relevante para cada mercado (US, CA y UK), este debe detallar los resultados obtenidos, indicando si las cifras alcanzadas son óptimas o si se han obtenido bajos resultados, indicando las posibles razones de estos.
  - Top tres de los principales agentes en ventas de los mercados de Estados Unidos y Canadá una vez que se haya realizado la entrega de incentivos.
  - Informe de las horas consumidas en la actualización de contenidos. Detalle de la información actualizada (requerimiento recibido, horas ejecutadas en el desarrollo del requerimiento, fecha de aprobación del área usuaria)
  - Reporte de resumen de los envíos de correos realizados durante el periodo. (enviados, leídos, rebotes, aperturas, rechazados y clicks)
- El proveedor deberá enviar un informe final, conteniendo lo siguiente:
  - Resumen de las actividades realizadas por mercado durante el período de la contratación (número de registrados en el entrenamiento y graduados).

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación  
y el Turismo - PROMPERÚDirección de Promoción  
del Turismo

- Resultados generales obtenidos, el cual consiste en un resumen de la evolución de la plataforma a lo largo de los años y por mercado.
- Lista de contactos (Nombre, Apellido y agencia) de aquellos agentes de viajes captados por PROMPERU en la vigencia de la contratación y que pertenecen a los tres mercados.
- Entrega de backup del contenido de la plataforma y aplicativo móvil en el formato respectivo.
- Conclusiones y recomendaciones.

Los informes y el informe final serán enviados en formato PDF a través de Ventanilla Virtual de PROMPERU: <http://ventanillavirtual.promperu.gob.pe> dirigido a la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo. De manera adicional enviarán una copia del informe vía e-mail a Cecilia Berrocal [cberrocal@promperu.gob.pe](mailto:cberrocal@promperu.gob.pe) y serán enviados según el siguiente cuadro detallado:

PRODUCTOS	PLAZO DE ENTREGA DE INFORME
Producto N° 1	Hasta 90 días calendario contados a partir de la confirmación mediante correo electrónico del Departamento del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previo perfeccionamiento del contrato.
Producto N° 2	Hasta 180 días calendario contados a partir de la confirmación mediante correo electrónico del Departamento del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previo perfeccionamiento del contrato.
Producto N° 3	Hasta 270 días calendario contados a partir de la confirmación mediante correo electrónico del Departamento del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previo perfeccionamiento del contrato.
Producto N° 4	Hasta 350 días calendario contados a partir de la confirmación mediante correo electrónico del Departamento del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previo perfeccionamiento del contrato.
INFORME FINAL POR MERCADO	PLAZO DE ENTREGA DE INFORME FINAL
Informe Final	Hasta 365 días calendario contados a partir de la confirmación mediante correo electrónico del Departamento del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previo perfeccionamiento del contrato.

#### VIII. FORMA DE PAGO

El pago deberá ser realizado en 04 pagos parciales e iguales vía transferencia bancaria en dólares americanos según se detallan líneas abajo:

- Pago N° 01: 25% del monto total contratado luego de la entrega y aprobación del Informe N° 1

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación  
y el Turismo - PROMPERÚDirección de Promoción  
del Turismo

- Pago N° 02: 25% del monto total contratado, luego de la entrega y aprobación del Informe N° 2
- Pago N° 03: 25% del monto total contratado, luego de la entrega y aprobación del Informe N° 3
- Pago N° 04: 25% del monto total contratado, luego de la entrega y aprobación del Informe N° 4 e Informe final.

Asimismo, el proveedor enviará su comprobante de pago electrónico a la dirección de correo electrónico [comprobantepago@promperu.gob.pe](mailto:comprobantepago@promperu.gob.pe) con copia a la coordinación del Departamento del Mercado Anglosajón, indicando en el asunto el número de la Orden de Servicio conteniendo los siguientes datos:

- Nombre: PROMPERÚ
- RUC: 20307167442
- Dirección: Calle Uno Oeste N° 50, Edificio MINCETUR, Piso 14, Urb. Corpac, San Isidro, Lima
- N° de orden de servicio

#### **IX. CONFORMIDAD DEL SERVICIO**

La conformidad del servicio será otorgada por el Departamento del Mercado Anglosajón y la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

#### **X. ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD**

Información confidencial (en adelante LA INFORMACIÓN) es toda información de tipo turístico, económico, laboral, financiero, técnico, comercial, estratégico, accesos y permisos a sistemas de información, entre otra, de propiedad de PROMPERÚ, y cuya divulgación o uso no autorizado podría ocasionar riesgos o pérdidas a la organización.

El proveedor deberá mantener estricta reserva y absoluta confidencialidad sobre LA INFORMACIÓN de PROMPERÚ a la cual tendrá acceso en el marco de ejecución del servicio contratado, debiendo abstenerse de divulgarla a terceros, de forma total o parcial, ya sea de forma directa o indirecta, bajo ningún medio o procedimiento (oral, escrito, electrónico, imágenes y video), salvo autorización anticipada, expresa y por escrito de PROMPERÚ. Esta obligación seguirá vigente incluso luego de la culminación del vínculo contractual.

Toda información y materiales de propiedad de PROMPERÚ, a los que tenga acceso el proveedor, así como su personal, es estrictamente confidencial. Al suscribir el Contrato El proveedor y su personal, se comprometen de manera tácita, a mantener las reservas del caso y están impedidos de transmitir dicha información, a ninguna persona (natural o jurídica) o cualquier medio de comunicación sin la autorización expresa y por escrito de PROMPERÚ. Asimismo, deberá devolver todos los documentos que le hayan sido entregados, al término del presente contrato. Esto incluye tanto material impreso como grabado en medios magnéticos u ópticos.

#### **XI. DE LOS DERECHOS DE AUTOR**

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación  
y el Turismo - PROMPERÚDirección de Promoción  
del Turismo

Todos los derechos tanto intelectuales como materiales y los que deriven sobre los productos y/o piezas publicitarias resultantes de este contrato, serán propiedad exclusiva de PROMPERÚ quién dispondrá de su libre difusión. Asimismo, TODOS los derechos tanto intelectuales como materiales y los que deriven del proceso de producción de cualquier pieza publicitaria, que no se hayan utilizado en el producto final pertenecerán a la Comisión de Promoción del Perú (PROMPERÚ).

PROMPERÚ tendrá la titularidad íntegra, exclusiva y a perpetuidad sobre los derechos de autor de todas las piezas publicitarias sin restricción en el ámbito nacional e internacional. En este sentido, PROMPERÚ tendrá, entre otras prerrogativas reconocidas en la Ley sobre el Derecho de Autor aprobada por el Decreto Legislativo Nº 822, el derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir sobre todas las piezas publicitarias:

- A. La reproducción por cualquier forma o procedimiento.
- B. La comunicación al público por cualquier medio.
- C. La distribución al público.
- D. La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación.
- E. La importación al territorio nacional de copias de la obra hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- F. Cualquier otra forma de utilización que no está contemplada en la Ley antes referida como excepción al derecho patrimonial, siendo la lista que antecede meramente enunciativa y no taxativa.

El PROVEEDOR, en su calidad de responsable de la creación, por encargo de PROMPERÚ, de las piezas publicitarias objeto del presente servicio, declara y garantiza que cuenta con todas las autorizaciones de las personas naturales y/o que desarrollarán y ejecutarán el diseño gráfico y en general todas las labores necesarias o convenientes para la realización de todas las piezas publicitarias resultantes de este contrato.

EL PROVEEDOR se obliga a mantener indemne a PROMPERÚ contra cualquier reclamo de terceros relacionado a la prestación de servicios regulado por el presente, o de algún modo vinculado a su elaboración. De manera enunciativa más no limitativa, EL PROVEEDOR deberá mantener indemne a PROMPERU contra cualquier reclamo relacionado con los servicios regulados por el presente, en caso hayan sido elaborados sin contar con la autorización de los autores de obras preexistentes; en contravención a norma legales o en caso la misma viole o infringe algún derecho protegido por el Derecho de Autor, derechos de marcas o cualquier otro derecho intelectual, así como los derechos a la persona, al honor, a la imagen o cualquier otro derecho fundamental de la persona; o en caso viole o afecte los derechos de terceros, y cualquier reclamo por cualquier otro supuesto.

Asimismo, teniendo en cuenta la obligación de EL PROVEEDOR de mantener indemne a PROMPERÚ ante cualquier reclamo de terceros relacionado con los servicios regulados por el presente, este último deberá informar a EL PROVEEDOR de cualquier reclamo que existiese para que pueda iniciar la defensa correspondiente, extendiéndose esta obligación hasta cinco (5) años posteriores a la culminación del presente.

## **XII. PENALIDADES**

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación  
y el Turismo - PROMPERÚDirección de Promoción  
del Turismo

En caso el contratista no cumpla con la ejecución de las prestaciones objeto del contrato dentro del plazo establecido, la Entidad aplicará una penalidad por mora por cada día de atraso. La penalidad se aplicará automáticamente y se calculará de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$\text{Penalidad diaria} = \frac{0.10 \times \text{monto}}{F \times \text{plazo en días}}$$

Donde F tiene los siguientes valores:

- Para los plazos menores o iguales a sesenta (60) días, para bienes, servicios en general y consultorías: F=0.40.
- Para plazos mayores a sesenta (60), para bienes, servicios en general y consultorías: F=0.25.

El monto máximo de la penalidad aplicable no puede exceder el monto máximo del diez por ciento (10%) del monto total contratado. La Entidad tiene el derecho a exigir, además de la penalidad, el cumplimiento de la obligación.

### **XIII. MODIFICACIONES DEL CONTRATO**

Cualquier modificación pactada del contrato no implicará incrementos en el monto del contrato y deberá guardar vinculación con el objeto y la finalidad del contrato

### **XIV. SUSPENSION DEL CONTRATO**

Cuando se produzcan eventos no atribuibles a las partes que originen la paralización de la ejecución del contrato, estas pueden acordar por escrito, la suspensión del plazo de ejecución contractual, hasta la culminación de dicho evento, sin que ello suponga el reconocimiento de mayores gastos generales y costos directos, salvo aquellos que resulten necesarios para viabilizar la suspensión.

La suspensión tendrá la formalidad establecida en la contratación originaria.

Una vez finalizado el hecho que motivó la suspensión, la Entidad deberá comunicar al contratista para que pueda reiniciar la ejecución del contrato, debiendo el área usuaria evaluar realizar las gestiones para modificar el respectivo contrato en lo que corresponda.

### **XV. RESOLUCIÓN DE CONTRATO**

El Departamento de Anglosajón puede solicitar por escrito a la Oficina de Administración a través de un informe técnico, la resolución del contrato por las siguientes causales:

- a) Incumplimiento injustificado de obligaciones contractuales, legales reglamentarias a su cargo, pese a haber sido notificado para ello;
- b) Acumulación del monto máximo de la penalidad por mora o el monto máximo para otras penalidades, en la ejecución de la prestación a su cargo; o
- c) Paralización o reducción injustificada de la ejecución de la prestación, pese a haber sido notificado para corregir tal situación;

**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación  
y el Turismo - PROMPERÚDirección de Promoción  
del Turismo

- d) Por acuerdo entre las partes.
- e) Por caso fortuito o fuerza mayor, que imposibilite a la entidad de manera definitiva continuar con el contrato

## **XVI. SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN CONTRATACIONES CON PROVEEDORES NO DOMICILIADOS**

Las controversias que surjan entre las partes sobre la ejecución, interpretación, resolución, ineficacia, modificaciones al contrato, conformidad por la prestación del bien o servicio, penalidades, aspectos vinculados al pago, intereses por mora en el pago, u otros supuestos que surjan de la ejecución del Contrato, la OC u OS, se resolverán mediante acuerdo entre las partes o conciliación.

Toda controversia que no pueda ser resuelta por acuerdo entre las partes o conciliación, se resolverá mediante arbitraje de derecho, según el reglamento y las normas del Estado Peruano, salvo excepción. Dicho arbitraje será realizado en la ciudad de Lima (Perú) y en idioma español por un Tribunal Arbitral conformado por tres árbitros, nombrando cada una de las partes a un árbitro y éstos a su vez designarán al tercer árbitro, quien ejercerá la presidencia del Tribunal Arbitral. Las partes acatarán el laudo arbitral emitido como fallo definitivo de cualquier desacuerdo o controversia.

## **XVII. SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN**

El Proveedor deberá utilizar LA INFORMACIÓN sólo para fines asociados a la ejecución del presente servicio, quedando estrictamente prohibido su empleo para otra finalidad. El Proveedor adoptará las medidas y precauciones necesarias para garantizar y asegurar la reserva, confidencialidad, integridad y disponibilidad de LA INFORMACIÓN a la que acceda o le sea proporcionada por PROMPERÚ. Las medidas asociadas a cada aspecto, deberán ser propuestas por el proveedor y validadas previamente a su implementación por la Oficina de Tecnologías de la Información de PROMPERÚ. El Proveedor será responsable de notificar, en un lapso no mayor a una (01) hora, a PROMPERÚ, ante cualquier evento o incidente asociado a la vulneración de LA INFORMACIÓN, que pueda ser detectado en el marco de ejecución del servicio.

## **XVIII. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES**

En el supuesto que, para la ejecución del presente servicio, el Proveedor accediera a datos personales, deberá guardar absoluta confidencialidad conforme a lo dispuesto en la Ley N° 29733 - Ley de Protección de Datos Personales. En cualquier caso, será PROMPERÚ, el que decidirá sobre la finalidad, contenido y uso de los mismos. El Proveedor, en su calidad de encargado de tratamiento, queda obligado al cumplimiento de lo establecido en la Ley N° 29733 – Ley de Protección de Datos Personales y su Reglamento, y en particular, se compromete específicamente a:

- i. Custodiar los datos personales a los que tendrá acceso, adoptando las medidas de índole jurídica, técnica y organizativa necesarias, en especial las establecidas en el Reglamento de la Ley N° 29733 y demás disposiciones de desarrollo, para garantizar la seguridad de los datos personales y evitar su alteración, pérdida, tratamiento indebido o acceso no autorizado.
- ii. Utilizar los datos personales accedidos exclusivamente para la ejecución del servicio pactado.
- iii. Garantizar que los datos personales a los que acceda sean



**PERÚ**Ministerio  
de Comercio Exterior  
y TurismoComisión de Promoción del  
Perú para la Exportación  
y el Turismo - PROMPERÚDirección de Promoción  
del Turismo

tratados únicamente por personal cuya intervención sea necesaria para la prestación del servicio. Es responsabilidad de El Proveedor comunicar a sus colaboradores las medidas de seguridad que deben aplicar y el deber de secreto que han de mantener, incluso una vez concluido el servicio. iv. Admitir revisiones y auditorías que, de forma razonable, pretenda realizar PROMPERÚ, respecto al cumplimiento de la normativa vigente en protección de datos personales, en el marco del presente servicio. v. Una vez concluido el servicio, de ser aplicable, El Proveedor deberá devolver a PROMPERÚ los soportes y documentos que contengan datos personales. Asimismo, deberá eliminar definitivamente cualquier copia generada. En el supuesto que, el Proveedor incumpla con lo establecido en el presente contrato o con las obligaciones derivadas de la legislación aplicable en materia de protección de datos, El Proveedor asumirá la total responsabilidad frente a las acciones civiles y/o penales que se puedan generar.

## **XIX. ANTICORRUPCIÓN**

EL CONTRATISTA declara y garantiza no haber, directa o indirectamente, o tratándose de una persona jurídica a través de sus socios, integrantes de los órganos de administración, apoderados, representantes legales, funcionarios, asesores o personas vinculadas a las que se refiere la Ley General de Contrataciones Públicas, ofrecido, negociado o efectuado, cualquier pago o, en general, cualquier beneficio o incentivo ilegal en relación al contrato.

Asimismo, el CONTRATISTA se obliga a conducirse en todo momento, durante la ejecución del contrato, con honestidad, probidad, veracidad e integridad y de no cometer actos ilegales o de corrupción, directa o indirectamente o a través de sus socios, accionistas, participacionistas, integrantes de los órganos de administración, apoderados, representantes legales, funcionarios, asesores y personas vinculadas a las que se refiere la Ley General de Contrataciones Públicas.

Además, EL CONTRATISTA se compromete a i) comunicar a las autoridades competentes, de manera directa y oportuna, cualquier acto o conducta ilícita o corrupta de la que tuviera conocimiento; y ii) adoptar medidas técnicas, organizativas y/o de personal apropiadas para evitar los referidos actos o prácticas.

Finalmente, EL CONTRATISTA se compromete a no colocar a los funcionarios públicos con los que deba interactuar, en situaciones reñidas con la ética. En tal sentido, reconoce y acepta la prohibición de ofrecerles a éstos cualquier tipo de obsequio, donación, beneficio y/o gratificación, ya sea de bienes o servicios, cualquiera sea la finalidad con la que se lo haga.

## **XX. OTRAS DISPOSICIONES**

El proveedor se sujetará a las disposiciones contenidas en la Directiva que regula las Contrataciones con proveedores no domiciliados en el País en PROMPERU, y de manera supletoria a la Ley General de Contrataciones Públicas, su Reglamento y demás normas complementarias.