

TÉRMINOS DE REFERENCIA
SERVICIO DE PARTICIPACIÓN EN CAMPAÑA TÁCTICA CON UNA AGENCIA DE VIAJES EN LÍNEA EN LOS
MERCADOS DE CANADÁ Y ESTADOS UNIDOS

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo/Departamento de Mercado Anglosajón

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Se requiere la contratación para participar en una campaña táctica con una agencia de viajes en línea con alta representatividad en el mercado de Canadá y Estados Unidos.

3. FINALIDAD PÚBLICA

La finalidad pública del servicio a contratar, enmarcado en los objetivos institucionales, es generar conocimiento (*awareness*) y fortalecer el posicionamiento del destino Perú en los mercados de Canadá y Estados Unidos, para así fomentar la concreción de ventas (*call to action*).

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

La presente contratación corresponde a las partidas presupuestales

ÁPEX: 0178.2023 - Oportunidades B2C - USA

0183.2023 - Acciones B2C - Canadá

Centro de Costo: Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo/Departamento de Mercado Anglosajón

5. ANTECEDENTES

La Dirección de Promoción del Turismo es el órgano de línea responsable de la promoción del turismo receptivo e interno, a través de la realización de actividades de promoción del destino Perú, de fortalecimiento de la gestión comercial de las empresas y de inteligencia turística, que contribuyan con el desarrollo sostenido y descentralizado del país, en concordancia con las políticas, lineamientos, objetivos y metas sectoriales. Su gestión impacta en el objetivo general institucional de contribuir efectivamente al crecimiento sostenido y descentralizado de las divisas generadas por turismo.

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.

Con el fin de contribuir al cumplimiento de las metas planteadas para el presente año, PROMPERÚ viene trabajando estrategias de reactivación de turismo receptivo a través de la identificación de actividades que permitan alcanzar las metas y estrategias establecidas en el mercado para la promoción adecuada del destino ante el público canadiense y estadounidense. Entre las estrategias de promoción dentro del Plan Operativo Institucional para estos mercados se tiene contemplada la participación en campañas tácticas en conjunto con empresas del sector turismo cuyo campo de acción se despliega en los mercados de Canadá y Estados Unidos.

Es por lo antes mencionado, que ha surgido la necesidad de contratar los servicios de participación en una



campaña táctica conjunto con una agencia de viajes en línea, la cual se realizará en su totalidad en los mercados de Canadá y Estados Unidos, de manera que se fomente el viaje a nuestro destino.

6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

La presente contratación tiene por objetivo fortalecer el posicionamiento de nuestro destino a través de la promoción y comercialización de viajes, impulsando la recuperación del flujo turístico internacional desde los mercados de Canadá y Estados Unidos.

7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

La agencia de viajes en línea a ser contratada deberá desarrollar una campaña táctica para promocionar el destino Perú en los mercados de Canadá y Estados Unidos, con la finalidad de impulsar el flujo turístico internacional.

7.1. Actividades

7.1.1 Durante el periodo de ejecución el proveedor realizará 01 campaña táctica dirigida al consumidor final que incluya las siguientes actividades:

Mercado Canadá

- 01 banner carrusel en el homepage de la agencia de viajes en línea para el mercado de Canadá durante 15 días.
- 01 micrositio web dedicado al Perú en el sitio web de la agencia de viajes en línea para el mercado de Canadá durante 30 días, que incluya contenido visual y texto.
- 05 formatos de banner en rotación en el sitio web de la agencia de viajes en línea para el mercado de Canadá en formatos web y mobile (300 x 300, 728 x 90, 120 x 600, 320 x 50 y 300 x 600)
- Posicionamiento de las ofertas de viaje a Perú en el homepage de la agencia de viajes en línea para el mercado de Canadá para darle gran visibilidad en la navegación de los usuarios.
- 01 envío de newsletter exclusiva del destino a una base de datos segmentada de 71,740 contactos canadienses.
- 01 publicación en el Instagram de la agencia de viajes en línea segmentada al mercado canadiense.
- 01 publicación en el Facebook de la agencia de viajes en línea segmentada al mercado canadiense.
- 01 publicación en el Twitter - ahora llamado X - de la agencia de viajes en línea segmentada al mercado canadiense.
- 01 TV Spot con una oferta de viaje al Perú que será transmitida en un mínimo de 08 canales canadienses. Este spot publicitario no generará gastos para PROMPERÚ.

Mercado Estados Unidos

- 01 banner carrusel en el homepage de la agencia de viajes en línea para el mercado de Estados Unidos durante 15 días. Este banner no generará gastos para PROMPERÚ.
- 01 micrositio web dedicado al Perú en el sitio web de la agencia de viajes en línea para el mercado de Estados Unidos durante 30 días, que incluya contenido visual y texto. Este micrositio no generará gastos para PROMPERÚ.
- Envío de 02 newsletters a la base de datos segmentada de un partner de la agencia que cuente con 14 millones de contactos. Estas newsletters no generarán gastos para PROMPERÚ.

7.1.2 El proveedor desarrollará, diseñará y distribuirá todas las piezas y contenidos, los cuales deberán ser previamente aprobados por PROMPERÚ vía correo electrónico. De haber modificaciones en las acciones, el proveedor deberá indicarlo por correo electrónico a PROMPERÚ con el sustento respectivo.

7.1.3 Con la ejecución de esta campaña el proveedor se compromete a generar los siguientes resultados al finalizar la campaña:

- Concretar reservas para más de 1,100 pasajeros en el periodo de campaña.
- Generar ventas por más de US \$ 2 millones.
- Lograr un promedio de 20 millones de impresiones entre todas las acciones.

7.2. Requisitos del proveedor

Experiencia en tres (03) servicios prestados en la elaboración y ejecución de campañas de promoción turística en el mercado estadounidense o canadiense en los últimos tres (03) años.

Acreditación:

Se acreditará con cualquiera de los siguientes documentos: (i) copia simple de contratos o (ii) constancias o (iii) certificados u (iv) órdenes de servicio (v) o comprobantes de pago o (vi) o constancia de prestación de servicio o cualquier otra documentación que, de manera fehaciente, demuestre la experiencia.

7.3. Lugar y plazo de prestación del servicio

Plazo:

El plazo de prestación del servicio será hasta por 40 días calendario contados a partir de la confirmación mediante correo electrónico del inicio de la campaña por parte del Departamento del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previa notificación de la Orden de Servicio.

Lugar:

Canadá y Estados Unidos.

7.4. Productos

El proveedor deberá enviar los siguientes productos, de manera digital, según detalle:

PRODUCTO	INFORMACIÓN A ENTREGAR	PLAZO DE ENTREGA DEL PRODUCTO	% PAGO
1	<p>Reporte de resultados, el cual deberá incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reporte del número total de impresiones, clics, CTR (click through rate), búsquedas, reservas y ventas generadas con cada acción de la campaña, de corresponder. • Datos sobre el tráfico generado en el micrositio (visitas, usuarios, páginas 	Hasta 20 días calendarios contados a partir de la confirmación mediante correo electrónico del inicio de la campaña por parte del Departamento del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previa notificación de la Orden de Servicio	30%

	<p>vistas, tiempo de permanencia, entre otros) a través de Google Analytics u otra plataforma, de corresponder.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de contactos, el OR (open rate) y el CTR (click through rate) del e-mailing. Así como cantidad de envíos efectivos, rebotes totales, total de clics, entre otros indicadores de e-mail marketing, de corresponder. • Alcance, impactos (cantidad de veces del anuncio), frecuencia (cada cuanto tiempo se muestra el mensaje), de corresponder. • Evidencia fotográfica de cada una de las acciones ejecutadas. • Resumen de los resultados obtenidos 		
2	<p>Reporte de resultados, el cual deberá incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reporte del número total de impresiones, clics, CTR (click through rate), búsquedas, reservas y ventas generadas con cada acción de la campaña. • Datos sobre el tráfico generado en el micrositio (visitas, usuarios, páginas vistas, tiempo de permanencia, entre otros) a través de Google Analytics u otra plataforma. • Cantidad de contactos, el OR (open rate) y el CTR (click through rate) del e-mailing. Así como cantidad de envíos efectivos, rebotes totales, total de clics, entre otros indicadores de e-mail marketing. • Alcance, impactos (cantidad de veces del anuncio), frecuencia (cada cuanto tiempo se muestra el mensaje). • Evidencia fotográfica de cada 	<p>Hasta 40 días calendarios contados a partir de la confirmación mediante correo electrónico del inicio de la campaña por parte del Departamento del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previa notificación de la Orden de Servicio</p>	70%

	una de las acciones ejecutadas. <ul style="list-style-type: none">• Resumen de los resultados totales obtenidos		
--	---	--	--

Los productos serán entregados en formato digital (archivo PDF) mediante la Ventanilla virtual ingresando al siguiente link: <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/> dirigidos al Departamento del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

De existir observaciones, PROMPERÚ las comunicará al proveedor, por correo electrónico, otorgándole un plazo para subsanar no mayor a tres (3) días calendario contados a partir de la notificación de las observaciones.

7.5. Otras Obligaciones del Contratista

El contratista es el responsable directo y absoluto de las actividades que realizará, sea directamente o a través de su personal, debiendo responder por el servicio brindado.

7.6. Forma de pago

El pago se realizará en dólares americanos en dos (02) pagos parciales luego de la entrega de cada producto. Dicho pago se realizará mediante transferencia bancaria, de acuerdo al siguiente detalle:

- Primer pago: 30% a la entrega y conformidad del producto 1
- Segundo pago: 70% a la entrega y conformidad del producto 2

La conformidad de cada producto será otorgada por el Departamento del Mercado Anglosajón y de la Subdirección de promoción del Turismo Receptivo y con el visto bueno de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País. La emisión de la conformidad no superará los 07 días luego de haberse entregado y aprobado cada producto.

Asimismo, el proveedor enviará su comprobante de pago a la dirección de correo electrónico comprobantepago@promperu.gob.pe
Debe adjuntar:

- a. El correo de notificación de la orden de servicio
- b. Orden de servicio

En caso cuente con su comprobante de pago Electrónico debe de enviar el documento.

7.7. Conformidad del servicio

La conformidad será otorgada por la Subdirección de Promoción de Turismo Receptivo y el Departamento de Mercado Anglosajón, y con el visto bueno de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País, a la entrega y aprobación de cada producto.
La emisión de la conformidad no superará los 07 días calendario.

7.8. 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.

8. PENALIDADES

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.

9. MODIFICACIONES DE 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.

10. SUSPENSIÓN 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.

11. RESOLUCIÓN DE CONTRATO

El área usuaria 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;
- 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.

12. 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.

13. 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 el artículo 7 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, 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 el artículo 7 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado.

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.

14. 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 de Contrataciones del Estado, su Reglamento y demás normas complementarias.