



TÉRMINOS DE REFERENCIA
SERVICIO DE PARTICIPACIÓN EN CAMPAÑA TÁCTICA EN CONJUNTO CON UNA AGENCIA DE VIAJE EN LINEA (OTA) PARA EL MERCADO AUSTRALIANO

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo/Departamento de Mercado Asia y Oceanía

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Se requiere la contratación para participar en una campaña táctica en conjunto con una agencia de viajes en línea (OTA) con alta representatividad en el mercado de Australia.

3. FINALIDAD PÚBLICA

La finalidad pública del servicio a contratar, enmarcado en los objetivos institucionales, es promover el destino Perú e impulsar la comercialización de su oferta turística hacia el consumidor final de los segmentos *Generación X* y *Active Seniors*, generando conocimiento (awareness), fortaleciendo el posicionamiento del destino en dicho mercado y fomentando la concreción de ventas (call to action).

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

La presente contratación corresponde a la partida presupuestal:

ÁPEX: 0194.2023 - Comarketing Australia

Centro de Costo: Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo/Departamento de Mercado Asia y Oceanía

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 australiano. Entre las estrategias de promoción dentro del Plan Operativo Institucional para este mercado se tiene contemplada la participación en campañas tácticas en conjunto con empresas del sector turismo cuyo campo de acción se despliega en el mercado de Australia.

Es por lo antes mencionado, que ha surgido la necesidad de contratar el servicio de participación en una campaña táctica en el mercado australiano para así fomentar el viaje a nuestro destino en base al aprovechamiento de una oportunidad comercial.

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 paquetes turísticos, impulsando la recuperación del flujo turístico internacional desde el mercado de Australia.

7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

La empresa a ser contratada deberá desarrollar una campaña táctica para promocionar el destino Perú con la finalidad de impulsar el flujo turístico internacional proveniente del mercado Australia.

7.1. Actividades

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

- **Fase 1**

- Propuesta de Campaña Mixta con calendarización de ejecución.
- Plan de medios publicitarios conteniendo las métricas respectivas y la inversión asignada.
- Piezas gráficas a ser utilizadas en la campaña

- **Fase 2**

- Publicidad pagada de una página completa impresa anunciando las ofertas hacia nuestro destino en uno de los medios más masivos de Australia en el día de mayor alcance de lectoría.
- 02 mailing incluyendo una newsletter dedicada al Perú, enviada a la base segmentada de la agencia de viajes, la que debe contar con un mínimo de 100,000 a 200,000 suscriptores.
- Presencia del destino en Facebook e Instagram a través de anuncios pagados incluyendo su distribución, diseño creativo, mensajes clave, retargeting y optimización. Los anuncios redirigirán a la página de paquetes turísticos de Perú en el sitio web de la agencia de viajes.

- Presencia con 01 publicación orgánica en la página de Facebook de la agencia de viajes (Debe contar con más de 200,000 seguidores) redirigiendo a la página general de ventas del destino Perú en el sitio web de la agencia de viajes.
- Presencia con 01 publicación orgánica en la página de Instagram de la agencia de viajes (Debe contar con más de 50,000 seguidores) redirigiendo a la página general de ventas del destino Perú en el sitio web de la agencia de viajes.
- Presencia del destino a través de anuncios pagados en Google Display dirigidos a una audiencia interesada en tours al Perú. La acción incluye la distribución, diseño creativo, mensajes clave, targeting y optimización de los anuncios.

Nota: Todas las piezas y contenidos serán aprobados por PROMPERÚ.

A partir de la campaña táctica ejecutada, el proveedor deberá:

- Lograr más de 4 millones de alcance.
- Reserva mínima de 250 pasajeros.
- Proyección de ventas mínimas por AUD \$400,000

Estos resultados deberán verse reflejados en el Producto 2 (resultados de reservas y resultados de conversiones).

7.2. Requisitos del proveedor

Experiencia en tres (03) servicios prestados en la elaboración y ejecución de campañas de promoción turística en Australia en los últimos cinco (05) 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 de hasta 90 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato.

Lugar:

Territorio australiano.

7.4. Productos

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 Asia y Oceanía de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo para su conformidad.

De existir observaciones, PROMPERÚ las comunicará al proveedor, las veces que sean necesarias, por correo electrónico, otorgándole un plazo para subsanar no mayor a cinco (5) días calendario contados a partir de la notificación de las observaciones.

PRODUCTO	INFORMACIÓN A ENTREGAR	PLAZO DE ENTREGA DEL PRODUCTO	% A PAGAR
N° 1	<p>Resultados Fase 1</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Propuesta de campaña Mixta con calendarización de ejecución. ✓ Plan de medios publicitarios conteniendo las métricas respectivas y la inversión asignada. ✓ Evidencia de las piezas gráficas a ser utilizadas en la campaña ✓ Evidencia de pago a medio impreso de prensa para la publicación de la campaña. <p>Esta información se debe enviar por medio de un reporte.</p>	Hasta 15 días calendarios contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato.	50%
N° 2	<p>Resultados Fase 2</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Publicidad pagada de una página completa impresa anunciando las ofertas hacia nuestro destino en uno de los medios más masivos de Australia en el día de mayor alcance de lectoría. ✓ 02 mailing incluyendo una newsletter dedicada al Perú, enviada a la base segmentada de la agencia de viajes, la que debe contar con un mínimo de 100,000 a 200,000 suscriptores. ✓ Presencia del destino en Facebook e Instagram a través de anuncios pagados incluyendo su distribución, diseño creativo, mensajes clave, retargeting y optimización. Los anuncios redirigirán a la página de paquetes turísticos de Perú en el sitio web de la agencia de viajes. ✓ 01 publicación orgánica en la página de Facebook de la agencia de viajes (Debe contar con más de 200,000 seguidores) redirigiendo a 	Hasta 90 días calendarios contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato.	50%

	<p>la página general de ventas del destino Perú en el sitio web de la agencia de viajes.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 01 publicación orgánica en la página de Instagram de la agencia de viajes (Debe contar con más de 50,000 seguidores) redirigiendo a la página general de ventas del destino Perú en el sitio web de la agencia de viajes. ✓ Presencia del destino a través de anuncios pagados en Google Display dirigidos a una audiencia interesada en tours al Perú. La acción incluye la distribución, diseño creativo, mensajes clave, targeting y optimización de los anuncios. ✓ Resultados de Reservas: Nro. de reservas, Nro. pax, ROI, duración de los tours, costo tour, lista de tours y tour operadores, tipo de tours. ✓ Resultados de conversiones: Valorización en medios digitales (Nro. impresiones), CTR, alcance. ✓ Evidencias de cada uno de los contenidos publicados (post, micrositio, banners, pantallas, entre otros) a través de capturas de pantalla. ✓ Evidencia de todas las publicaciones de prensa y digitales. ✓ Evidencia de la pauta digital colocando los resultados de las plataformas de compra de Meta (FB/IG) y Google tiene con los siguientes indicadores: alcance por cada publicación, impresiones, clics, visualizaciones e interacciones por cada publicación, analítica que arroja cada red social. ✓ Evidencia del newsletter, colocando las métricas como envíos, aperturas, clics, entre otros. 		
--	---	--	--

7.5. Forma de pago

El pago se realizará en dólares americanos en dos (02) pagos parciales e iguales por transferencia bancaria a la cuenta del proveedor, luego de la entrega de cada producto, para lo cual el servicio



debe haberse realizado y contar con la conformidad de la Subdirección de promoción del Turismo Receptivo y del Departamento del Mercado Asia y Oceanía 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 calendarios de aprobados los productos.

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

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.

7.6. Conformidad del servicio

Deberá contar con la conformidad de la Subdirección de Promoción de Turismo Receptivo y el Departamento de Mercado Asia y Oceanía, 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 calendarios de aprobado el producto.

7.7. 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. 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.

9. 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.

10. 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.

11. 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.

12. 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.

13. 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.

14. 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.

15. 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.