

TÉRMINOS DE REFERENCIA
SERVICIO DE PARTICIPACIÓN EN CAMPAÑA TÁCTICA EN CONJUNTO CON TRAVEL SHOP EN EL
MERCADO MEXICANO

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo/Departamento de Mercado Latinoamérica

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Se requiere la contratación para participar en una campaña táctica en conjunto con Travel Shop, operadora de turismo con gran representatividad en el mercado mexicano.

3. FINALIDAD PÚBLICA

La finalidad pública del servicio es promover el destino Perú en México e impulsar la comercialización de nuestra oferta turística, 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 0252.2023 Acciones de Promoción B2C México

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

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 mexicano. 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 mexicano.

Bajo ese contexto, ha surgido la necesidad de contratar los servicios de participación en una campaña táctica conjunto con Travel Shop en el mercado mexicano, de manera que se fomente el viaje al Perú aprovechando la oportunidad propuesta por la agencia en mención.

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 mexicano.

AA
L.H
Liz Hidalgo

7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

Desarrollar una campaña táctica para promocionar el destino Perú con la finalidad de impulsar el flujo turístico internacional, mediante las siguientes actividades con la cadena comercial (B2B) y para el público final (B2C):

7.1. Actividades

Acciones con la cadena comercial (B2B)

- 01 seminario virtual en el aula 4.0 de Travel Shop dirigido a cuentas estratégicas y minoristas de todo México.
- 01 seminario virtual dirigido a cuentas estratégicas y minoristas en Guadalajara.
- 01 evento presencial en Ciudad de México dirigido a agencias de viaje minoristas.
- 01 evento presencial en Estado de México dirigido a agencias de viaje minoristas.
- 01 evento presencial en Monterrey dirigido a agencias de viaje minoristas.
- 01 página completa sobre el Perú en revista del medio Invertour con itinerarios del destino con un alcance digital de 11,000 y 10,000 copias en físico.
- 01 landing page con ofertas de productos y viajes al destino Perú que servirá para el Call to Action de los mailings y acciones digitales. Se incluirá un texto que redirija a la web de peru.travel para mayor información sobre el Perú.
- 01 banner promocional en el home del sitio web de Travel Shop con redireccionamiento a la landing page.
- 03 publicaciones promocionando el destino Perú en el Facebook de Travel Shop (+10,000 seguidores). Las publicaciones deberán etiquetar a @visitperu (<https://www.facebook.com/visitperu.lat>)
- 03 publicaciones promocionando el destino Perú en el Instagram de Travel Shop (+ 1,200 seguidores). Las publicaciones deberán etiquetar a @peru.
- 03 envíos de comunicados promocionando el destino Perú a través de WhatsApp (+ 7,000 contactos).
- 03 envíos de mailing con itinerarios y productos del destino a la base de datos de 12,000 contactos de Travel Shop. El proveedor incluirá un texto o banner invitando a suscribirse para recibir mayor información del destino Perú.
- 03 envíos de mailing con itinerarios y productos del destino a la base de datos de 20,000 contactos del medio Invertour.
- 01 envío de mailing con itinerarios y productos del destino a la base de datos de 20,000 contactos del medio ABZ Turístico en Guadalajara.
- 01 envío de mailing con itinerarios y productos del destino a la base de datos de 5,000 contactos del medio Publitr.
- Presencia del destino a través de material publicitario POP como tent Cards colgantes. Se distribuirán 1,000 artículos entre los puntos de ventas de los clientes estratégicos de Travel Shop en todo México.
- Premiación a los 10 agentes de viaje que logren más ventas al destino Perú durante la campaña con un incentivo en una cena temática peruana y una noche de entretenimiento.

Acciones para el público final (B2C)

- Presencia del destino Perú en la pantalla y banners de Mundo Joven en el Evento Mundo Joven Fest durante 02 días (fechas tentativas: 09 y 10 de setiembre).
- 01 envío de mailing exclusivo del destino Perú a la base de datos de 50,000 contactos de Mundo Joven Fest redirigiendo a la página de paquetes del Perú en la web de Mundo Joven
- 01 envío de mailing con itinerarios y productos del destino a la base de datos de 20,000 contactos de Viajes Intermex.
- 01 publicación en el Facebook de Mundo Joven (+2 millones de seguidores)
- Presencia del destino a través de banners digitales en el medio FOOD & TRAVEL de FORBES durante 30 días calendario.

Handwritten notes:
M
L.H
Fin Hotel



El proveedor desarrollará y diseñará todas las piezas y contenidos en un plazo máximo de 20 días calendario, los cuales deberán ser aprobados por PROMPERÚ mediante correo electrónico en un plazo no mayor a 07 días calendario, contabilizados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio. En caso, deba modificarse y/o añadirse alguna pieza o contenido durante el transcurso de la campaña, el proveedor deberá comunicarse mediante correo electrónico con el Departamento de Mercado Latinoamericano, solicitando la aprobación de la pieza y/o contenido nuevo.

7.2. Requisitos del proveedor

Experiencia en un (01) servicio prestado en la elaboración y ejecución de campañas de promoción turística en México 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 requerida.

7.3. Lugar y plazo de prestación del servicio

Plazo:

El plazo de prestación del servicio será a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio, hasta el 20 de enero de 2024.

Lugar:

Territorio mexicano.

7.4. Productos

El proveedor deberá entregar dos productos en formato digital (archivo PDF) mediante la Ventanilla virtual ingresando al siguiente link: <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/> dirigido al Departamento del Mercado Latinoamericano de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

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.

El detalle de los productos a entregar es el siguiente:

Producto	Información a entregar	Plazo de entrega del producto
----------	------------------------	-------------------------------

AD
L.H
Luz Hualpa

1	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de contactos por estado, 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 durante el periodo del primer producto. • Datos sobre el tráfico generado en la landing page (visitas, usuarios, páginas vistas, tasa de rebote, inicios de sesión, entre otros) a través de Google Analytics u otra plataforma de corresponder durante el periodo del primer producto. • Analítica del envío de comunicados a través de Whatsapp: Cantidad de envíos efectivos, cantidad de leídos, cantidad total de clicks, entre otras métricas relevantes. • Las publicaciones en cada red social con los siguientes indicadores: alcance por cada publicación, interacciones por cada publicación, analítica que arroja cada red social de corresponder durante el periodo del primer producto. • Número total de asistentes a los seminarios virtuales y presenciales. • Información de las reservas: número y listado de reservas, número de pasajeros, estadía promedio, ticket promedio y ventas totales de corresponder durante el periodo del primer producto. • Resumen de los resultados obtenidos durante el periodo del primer producto. <p>Evidencias de cada uno de los contenidos publicados y acciones digitales a través de capturas de pantalla.</p>	Hasta el 31 de octubre de 2023
2	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de contactos por ciudad o estado, 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. • Datos sobre el tráfico generado en la landing page (visitas, usuarios, páginas vistas, tasa de rebote, inicios de sesión, entre otros) a través de Google Analytics u otra plataforma. • Analítica del envío de comunicados a través de Whatsapp: Cantidad de envíos efectivos, cantidad de leídos, cantidad total de clicks, entre otras métricas relevantes • Las publicaciones en cada red social con los siguientes indicadores: alcance por cada publicación, interacciones por cada publicación, analítica que arroja cada red social. • Número total de asistentes a los seminarios virtuales y presenciales. • Información de las reservas: número y listado de reservas, número de pasajeros, estadía promedio, ticket promedio y ventas totales. • Resumen de los resultados totales obtenidos • Evidencias de cada uno de los contenidos publicados y acciones digitales a través de capturas de pantalla. 	Hasta el 20 de enero de 2024.

7.5. Forma de pago

El pago se realizará en 02 pagos parciales e iguales en moneda extranjera (dólares americanos), por transferencia bancaria, para lo cual el proveedor deberá de haber entregado cada producto según se detalla en el punto 7.4. y deberá contar con la conformidad del Departamento de Mercado

Handwritten signature and initials:
L.H.
Luz Hidalgo



Latinoamérica, la Subdirección de Promoción de Turismo Receptivo y con el visto bueno de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País. La emisión de la conformidad no superará de 7 días calendario de entregado y aprobado el producto.

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 del Departamento de Mercado Latinoamérica, la Subdirección de Promoción de 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 calendario entregado 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 podrá 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

L.H.
Luz Hidalgo



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) Caso fortuito, fuerza mayor o por hecho sobreviniente al perfeccionamiento del contrato que no sea imputable a las partes y que imposibilite de manera definitiva la continuación de la ejecución del 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

Al
L.H
Luz Hualde



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.

PL
LH
Luz Hidalgo