

ANEXO Nº 2

PROPUESTA TÉCNICO-ECONÓMICA

PROCESO DE SELECCIÓN DE ALIADOS ESTRATÉGICOS Nº 005-2025/PROMPERÚ-DT-STR

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD CONJUNTA EN FRANCIA

I. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA (O DEL CONSORCIO)									
VACACIONES EDREAMS SL									
II. OBJETIVO DE LA CAMPAÑA									
<div>- Impulsar el turismo hacia Perú de turistas Franceses mediante una oferta variada de paquetes y vuelos, destacando la diversidad del destino.</div> <div>- Atraer y aumentar el flujo de turistas internacionales hacia Perú.</div> <div>- Potenciar la imagen y el posicionamiento de Perú como un destino turístico de referencia a nivel global.</div>									
III. PÚBLICO OBJETIVO DE LA CAMPAÑA									
3.1. Rango de edad	21-65								
3.2. Género	Hombre y Mujer								
3.3. Nivel socio-económico	Alto y Medio-Alto								
3.4. Lugar de residencia	Francia, priorizando París y Lyon								
3.5. Intereses	Aventura, Cultura, Naturaleza, Comunitario								
3.6. Otros									
IV. DESTINOS A CONSIDERAR EN LA CAMPAÑA (de acuerdo con la exposición publicitaria que tendrán, debe sumar 100%)									
Destino	%	Destino	%	Destino	%	Destino	%	Destino	%
4.1. Amazonas	5%	4.6. Cajamarca		4.11. Ica	15%	4.16. Loreto	5%	4.21. Puno	10%
4.2. Ancash	5%	4.7. Callao		4.12. Junín		4.17. Madre de Dios	5%	4.22. San Martín	
4.3. Apurímac		4.8. Cusco	15%	4.13. La Libertad	5%	4.18. Moquegua		4.23. Tacna	
4.4. Arequipa	10%	4.9. Huanavelica		4.14. Lambayeque	5%	4.19. Pasco		4.24. Tumbes	
4.5. Ayacucho		4.10. Huánuco		4.15. Lima	20%	4.20. Piura		4.25. Ucayali	
V. BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE LA CAMPAÑA									
<p>Nuestra estrategia, como la segunda OTA más grande del mundo y la líder en Europa, se centra en el entorno digital, el canal más poderoso en la actualidad. Como e-commerce, tenemos la ventaja de medir cada transacción en línea y optimizar en tiempo real nuestras campañas. Además, integramos inteligencia artificial para personalizar la experiencia del usuario, maximizar la conversión y asegurar que cada impacto publicitario sea altamente efectivo.</p> <p>Queremos posicionar a Perú como un destino completo, ideal para viajar en cualquier época del año, con un enfoque estratégico en los meses de Junio a Octubre para potenciar su promoción.</p> <p>Para ello, implementaremos un mix de acciones digitales potenciadas con IA, que nos permitirá segmentar audiencias, personalizar recomendaciones y mejorar la eficiencia de cada canal. Entre las acciones destacadas:</p> <ul style="list-style-type: none">- Microsites personalizados con producto optimizado según intereses y comportamiento de los usuarios.- Mapa interactivo de Perú para planear el viaje e itinerarios- Blog posts con amplificación en redes sociales, optimizados con IA para aumentar la interacción.- Display advertising en nuestro sitio, con segmentación inteligente basada en hábitos de navegación.- Publicidad en medios digitales externos, impulsada por algoritmos de machine learning- Redes sociales, con contenido dinámico y adaptado en función del engagement.- Newsletter, con ofertas personalizadas gracias a motores de recomendación basados en IA.- Digital Out of Home (DOOH), utilizando datos en tiempo real para optimizar ubicaciones y horarios de impacto.- Prime Producto exclusivo de eDreams CODEQ, el programa de suscripción de viajes más grande del mundo, con más de 7 millones de miembros frecuentes, comprometidos y altamente fidelizados, que buscan experiencias de viaje optimizadas y de alta calidad. <p>Este enfoque digital-first y data-driven, con el respaldo de la inteligencia artificial, garantiza una campaña más eficiente, con mayor retorno y una personalización sin precedentes en la promoción de Perú.</p>									
VI. PROYECCIÓN DE RESULTADOS PUBLICITARIOS DE LA CAMPAÑA									
Indicadores								Valor meta	
6.1. Alcance total estimado								2.912.000	
6.2. Impactos e impresiones totales estimadas								9.480.000	
6.3. Clicks								476.564	
VII. MONTO DE INVERSIÓN PROPUESTO PARA LA CAMPAÑA									
Inversión								Monto	%
Empresa 1								69.000,00 €	50%
Empresa 2 (*)									
Total consorcio (en caso aplique) (*)									
PROMPERÚ								69.000,00 €	50%
Total EUR								138.000,00 €	100%
VIII. HORIZONTE DE EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA (No deberá superar el horizonte establecido en el numeral 6 de las Bases del proceso de selección)									
De 06/2025 a 10/2025									

(*) Completar en caso de consorcio.

IX. PLAN DE CAMPAÑA COOPERADA PROPUESTO

[illegible][illegible]

9.3. PAUTA PRENSA.

[illegible]

9.4. PAUTA DIGITAL (***)

INFORMACIÓN GENERAL														INF. ADICIONAL (*)		INVERSIÓN				CRONOGRAMA													
Nº	Nombre del cliente	Tipo de soporte	Objetivo	Formato	Segmentación	Cobertura geográfica	Ubicación	Tipo de compra (CPC / CPM / CPV / Otros)	Tarifa	Nº de días de pauta	Impresiones	Clics / Visitas / Otros	CTR / VTR / CTRM / Otros	Alicance (%)	Alicance	Nombre de Empresa (*)	Monto Empresa	Monto PROMPERU	Total	(Marque con una "X" las meses con actividad)													
																				Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ag	Sep	Oct	Nov			
																				Año 2025													
1	Landing Page - Interno	Online	Branding + Captación	1 Microsite Performance - Translation	Todo target	Francia, priorizando París y Lyon	Microsito / Landing Page en https://www.govepages.com • https://www.edravis.fr • https://www.epodco.fr	Fijo	4,000.00	153	75,000	N/A	N/A	1%	70,000		2,000.00	2,000.00	4,000.00									X	X	X	X		
2	Mapa Interactivo	Online	Branding + Captación	Mapa interactivo Premium	Todo target	Francia, priorizando París y Lyon	Mapa interactivo con puntos de interés sobre Perú en la Landing Pages	Fijo	5,000.00	153	75,000	N/A	N/A	1%	70,000		2,500.00	2,500.00	5,000.00								X	X	X	X			
4	Formato Rativo- Externo	Online	Branding + Captación	Herramienta	Todo target	Francia, priorizando París y Lyon	Homepages en https://www.govepages.com • https://www.edravis.fr • http://www.epodco.fr	Fijo	9,000.00	35	2,500,000	N/A	N/A	24%	1,500,000		4,500.00	4,500.00	9,000.00								X	X	X	X			
4	Formato Rativo- Interno	Online	Branding + Captación	POD	Todo target	Francia, priorizando París y Lyon	Homepages en https://www.govepages.com • https://www.edravis.fr • https://www.epodco.fr	Fijo	3,000.00	35	2,500,000	N/A	N/A	24%	1,500,000		Bonificado	Bonificado	Bonificado								X	X	X	X			
5	Display on-site interno en Homepage	Online	Performance	Display Bundle: Display y Video Billboard +Leaderboard + MPU + Double MPU/Half page	HM 21-65 NSE alto y medio alto con interés en Aventura, Cultura, Naturaleza, Comunitario	Francia, priorizando París y Lyon	Homepages + página resultados	CPM	25.00	153	600,000	1.680	0.28%	7%	450,000		7,500.00	7,500.00	15,000.00								X	X	X	X			
6	Newletter SOLUS	Online	Performance	Newletter exclusivo	HM 21-65 NSE alto y medio alto con interés en Aventura, Cultura, Naturaleza, Comunitario	Francia, priorizando París y Lyon	Email	Fijo	15,000.00	60	300,000	150,000	50.00%	5%	300,000		7,500.00	7,500.00	15,000.00								X			X			
8	Blog post + Promoción en redes sociales	Online	Performance	Blog post + Promocion paga en RSS5	HM 21-65 NSE alto y medio alto con interés en Aventura, Cultura, Naturaleza, Comunitario	Francia, priorizando París y Lyon	Blog de Govepages + RSS5	Fijo	9,000.00	153	200,000	900	0.45%	3%	200,000		4,500.00	4,500.00	9,000.00								X	X	X	X			
		Online	Branding + Performance	Prime SQLUS Newsletter	Miembros Prime	Francia, priorizando París y Lyon	Email exclusivo a miembros Prime	Fijo		60	600,000	300,000	50.00%	10%	600,000													X	X				
		Online	Branding + Performance	Abandon Cart email + Notificación Push App	Miembros Prime	Francia, priorizando París y Lyon	Email de notificación de no finalización de compra y Notificación push de la App de la no finalización de compra	Fijo		60	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A														X	X			
11	Paquete Prime	Online	Branding + Performance	Promoción Paga en RSS5	Miembros Prime	Francia, priorizando París y Lyon	Publicidad paga en RSS5 a nuestros usuarios Prime	Fijo	15,000.00		60	370,000	7,400	2.00%	6%	370,000		7,500.00	7,500.00	15,000.00									X	X			
		Online	Branding + Performance	Banners Display OffSite	Miembros Prime	Francia, priorizando París y Lyon	Publicidad Display Off Site a nuestros usuarios Prime	Fijo		60	80,000	304	0.38%	1%	70,000													X	X				
		Online	Branding + Performance	App Discounts	Miembros Prime	Francia, priorizando París y Lyon	Descuentos en Pasajes a nuestros usuarios Prime	Fijo		60	400,000	N/A	N/A	N/A	N/A														X	X			
7	Display off-site Partner Sites	Online	Performance	Display Bundle: Display y Video Billboard +Leaderboard + MPU + Double MPU/Half page	HM 21-65 NSE alto y medio alto con interés en Aventura, Cultura, Naturaleza, Comunitario	Francia, priorizando París y Lyon	Stios web partners con acción de retargetting a la audiencia de eRoams ODIGEO	CPM	25.00	153	600,000	2,380	0.38%	7%	450,000		7,500.00	7,500.00	15,000.00								X	X	X	X			
9	RSS Instagram - Externo	Online	Performance	Publicidad Page - Stories con video y con Imagen	HM 21-65 NSE alto y medio alto con interés en Aventura, Cultura, Naturaleza, Comunitario	Francia, priorizando París y Lyon	Stories con video y con Imagen	CPM	30.00	123	350,000	7,000	2.00%	6%	350,000		5,250.00	5,250.00	10,500.00									X	X	X			
	RSS Facebook - Externo	Online	Performance	Publicidad Page - Post Carousel de imágenes + Post de video	HM 21-65 NSE alto y medio alto con interés en Aventura, Cultura, Naturaleza, Comunitario	Francia, priorizando París y Lyon	Post Carousel de Imágenes + Post de video	CPM	30.00	123	350,000	7,000	2.00%	6%	350,000		5,250.00	5,250.00	10,500.00									X	X	X			
TOTALS											9,000.00	476,544	5.3%		2,512,000		54,000.00	54,000.00	108,000.00								X	X	X	X			

(**) Solo si cuenta con Central de Medios o si es que el medio puede proporcionar dicha información

(***) Para comora programática enviar por separado la "white list"

9.5. PAUTA EXTERIOR (OUTDOOR E INDOOR)

INFORMACIÓN GENERAL									INFORMACIÓN ADICIONAL (**)				INVERSIÓN				CRONOGRAMA											
Nº	Nombre del medio	Ubicación	Nº de soportes	Formato	Duración (seg.) (***)	Medidas (ancho x alto)	Nº de días de pauta	Nº de avisos	Alcance (%)	Alcance	Impactos	CPM	Nombre de Empresa (*)	Monto Empresa	Monto PROMPERÚ	Total	Año 2025											
																	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
																	(Marque con una "X" los meses con actividad)											
1	Jcodecaux	París, Lyon	245	Video	10 segundos	1080 x 1920	30	421	100	420.000	480.000	62,50		15.000,00	15.000,00	30.000,00									X			
TOTALES									421	100	420.000	480.000	62,50		15.000,00	15.000,00	30.000,00								X			

9.6. PAUTA CINE

INFORMACIÓN GENERAL									INFORMACIÓN ADICIONAL (**)				INVERSIÓN				CRONOGRAMA											
Nº	Nombre del medio	Ubicación	Afluencia	Nº de salas de pauta	Nº de días de pauta	Formato	Duración (seg.) (***)	Nº de avisos	Alcance (%)	Alcance	Impactos	CPM	Nombre de Empresa (*)	Monto Empresa	Monto PROMPERÚ	Total	Año 2025											
																	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
																	Marque con una "X" los meses con actividad											
(Agregar las filas que sean necesarias)																												
TOTALES																												

9.7. VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN (FAM TRIPS)

INFORMACIÓN GENERAL							INVERSIÓN				CRONOGRAMA																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
Nº	Objetivo del viaje	Perfil de los invitados	Estructura de costos (mencionar conceptos generales y distribución porcentual, debe sumar 100%) (*****)		Destinos a visitar	N° de días de viaje	N° de participant es (****)	Nombre de Empresa (*)	Monto Empresa	Monto PROMPERÜ	Total	Año 2025																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
			Concepto	%								Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																										
												(Marque con una "X" los meses con actividad)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					

9.8. VIAJES DE PRENSA (PRESS TOUR)

INFORMACIÓN GENERAL													INVERSIÓN				CRONOGRAMA																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
Nº	Nombre del medio	Cobertura geográfica	Sección o programa	N° de lectores / espectadores / seguidores	Perfil de los invitados	Perfil de la audiencia	N° de publicaciones garantizadas			Impactos (**)	Estructura de costos (mencionar conceptos generales y distribución porcentual, debe sumar 100%) (*****)		Destinos a visitar	N° de días de viaje	N° de participantes (*****)	Nombre de Empresa (*)	Monto Empresa	Monto PROMPERÚ	Total	Año 2025																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
							Antes del viaje	Durante el viaje	Posterior al viaje											Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
																				(Marque con una "A" los meses de realización del viaje y con una "B" los meses de publicación) (****)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
											Concepto	%																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							

(*) Completar en caso de consorcio.
(**) Solo si cuenta con Central de Medios o si es que el medio puede proporcionar dicha información.
(***) Completar en caso se trate de un formato con pantalla digital.
(****) Los viajes deberán contar con el acompañamiento de solo un representante designado por PROMPERÚ, y de un representante del aliado, los cuales deberán ser incluidos en todo el programa de viaje.
(*****)Conceptos generales: tickets aéreos (internacionales y nacionales), traslados internos, hospedaje, alimentación, ingresos a atractivos, guías, seguros, etc.

9.9. VIAJES DE BLOGUEROS (BLOGGER TRIPS)

[illegible]

9.10. VIAJES DE INFLUENCIADORES (INFLUENCER TRIPS) (***)

[illegible]

(*) Completar en caso de consorcio.

(**) Para medios digitales indicar el número de impresiones.

(***) Incluir las redes sociales en las que realizará publicaciones para la campaña, así como, los indicadores por cada red social.

(****) No deberá superar el horizonte de tiempo establecido en el numeral 6 de las Bases del proceso de selección

(*****) Los viajes deberán contar con el acompañamiento de solo un representante designado por PROMPERÚ, y de un representante del aliado, los cuales deberán ser incluidos en todo el programa de viaje.

(*****): Conceptos generales: tickets aéreos (internacionales y nacionales), traslados internos, hospedaje, alimentación, ingresos a atractivos, guías, seguros, etc.

Nathalie Delaporte
Director Media Services

Firma del representante legal

Fecha: 16 / 04 / 2025

X. DEFINICIONES	
10.1. Afuencia:	Número de personas que concurren en determinado periodo hacia un lugar o sitio en específico.
10.2. Alcance (%):	Porcentaje total del target que ha sido contactado por lo menos una vez durante un periodo específico de campaña.
10.3. Alcance:	Número total de personas del target que ha sido contactado por lo menos una vez durante un periodo específico de campaña.
10.4. Alcance promedio por publicación:	Número promedio de personas que ven cada publicación en redes sociales.
10.5. Audiencia por edad:	Distribución por rangos de edad de los seguidores o audiencia del influenciador o blogger (por ejemplo, 18-24, 25-34).
10.6. Audiencia por género:	Desglose de la audiencia del influenciador o blogger según género (por ejemplo, hombres, mujeres).
10.7. Audiencia por país:	Distribución geográfica de los seguidores o audiencia del influenciador o blogger entre diferentes países.
10.8. Avisos:	Número de publicaciones realizadas en un medio.
10.9. Base de datos:	Conjunto de contactos o clientes a quienes se envían correos electrónicos o mensajes a través de aplicaciones de mensajería instantánea.
10.10. Clics:	Número de veces que los usuarios han hecho clic sobre un anuncio.
10.11. Cobertura geográfica:	Extensión territorial que cubre un medio de comunicación.
10.12. CPM:	Costo de cada mil impactos o impresiones servidas, basado en la tarifa de cada medio.
10.13. CPC:	Costo de cada clic que se da a un anuncio, basado en la tarifa de cada medio.
10.14. CPV:	Costo por cada vista lograda en campañas de video, basado en la tarifa de cada medio.
10.15. CPR:	Costo de cada punto de rating logrado, basado en la tarifa de cada medio.
10.16. Descargas totales:	Número total de veces que la aplicación ha sido descargada por los usuarios, indicando interés inicial y alcance de instalaciones.
10.17. Distribución por edad:	Porcentaje de visitantes del sitio web categorizados por grupos de edad (p. ej., 18-24, 25-34, etc.).
10.18. Distribución por género:	Porcentaje de visitantes del sitio web categorizados por género (masculino, femenino, etc.).
10.19. Duración media de la sesión (app):	Tiempo promedio que un usuario pasa en la aplicación durante cada sesión, indicando el nivel de interacción.
10.20. Duración media de la sesión (web):	Tiempo promedio que los usuarios pasan en el sitio web.
10.21. Enlace a redes sociales:	Enlace al perfil de redes sociales, como la cuenta de Instagram, Facebook u otro.
10.22. Enlace de la app:	Enlace directo para descargar o acceder a la aplicación, generalmente disponible en tiendas como Google Play, App Store u otro.
10.23. Envíos:	Número de envíos a correos electrónicos o mensajes enviados a los destinatarios, en el periodo de la campaña.
10.24. Frecuencia:	Número promedio de veces que la audiencia es expuesta a una publicidad durante el periodo de campaña. Se obtiene a partir de la división de Tips y Alcance (%).
10.25. Impactos:	Suma de contactos realizados en el target durante el periodo de campaña.
10.26. Impresiones:	Número de veces que se ha mostrado un anuncio a lo largo del periodo de campaña.
10.27. Interacciones:	Suma de la interacción de los seguidores con el contenido, como "me gusta", comentarios y compartidos.
10.28. Páginas vistas por sesión:	Número promedio de páginas que un usuario visita en cada sesión en el sitio web.
10.29. Rating (%):	Porcentaje de individuos del target que han sido expuestos a un medio o programa determinado en un momento específico.
10.30. Rating:	Número de individuos de un universo que han sido expuestos a un medio o programa en un momento específico.
10.31. Segmentación:	Selección del público objetivo que permite mostrar a los anuncios a las personas adecuadas en el momento oportuno.
10.32. Seguidores:	Cantidad de personas que siguen la cuenta en una plataforma de redes sociales.
10.33. Señal:	Sistema de transmisión de información para la emisión de señales de radio (AM/FM) y televisión (Abierta/Cable).
10.34. Sesión:	Una sesión comprende un conjunto de interacciones del usuario con el sitio web en un periodo determinado, la cual puede considerarse similar a una visita.
10.35. Target:	Grupo pre-seleccionado de demográficos y/o psicográficos a quienes se le dirige un mensaje. Este puede ser similar o igual al del consumidor potencial.
10.36. Tasa de apertura:	Porcentaje de personas que abrieron el correo o mensaje en comparación con el total de envíos.
10.37. Tasa de clics (CTR):	Porcentaje de clics que obtiene un enlace respecto a su número de impresiones. Asimismo, se aplica también como porcentaje de clics en el mensaje o contenido de email respecto al número total de envíos.
10.38. Tasa de clics por apertura (CTOR):	Porcentaje de personas que hacen clic en algún enlace del correo electrónico con respecto al número total de veces que ha sido visto.
10.39. Tasa de conversión:	Porcentaje que mide la relación entre el número de acciones deseadas logradas (conversiones) y el total de interacciones realizadas en un sitio web, aplicación, anuncio o campaña.
10.40. Tasa de interacción:	Porcentaje de interacciones que obtiene una publicación respecto a su número de impresiones.
10.41. Tasa de rebote:	Porcentaje que mide las interacciones de los usuarios en las que abandonaron la página sin realizar ninguna acción adicional ni visitar otras páginas del sitio.
10.42. Tema o categoría del influenciador o bloguero:	Tema principal o nicho de enfoque, como moda, fitness, viajes, tecnología o belleza. Ayuda a identificar su área de especialización y tipo de contenido que produce.
10.43. Tráfico mensual:	Número de visitas que tuvo el sitio web en el último mes.
10.44. Tips:	Puntos de rating acumulados en el target a lo largo del periodo de campaña.
10.45. URL:	Dirección única y específica que se asigna a cada uno de los recursos disponibles de la World Wide Web para que puedan ser localizados por el navegador y visitados por los usuarios.
10.46. Usuarios activos:	Cantidad de personas que utilizan la aplicación dentro de un periodo específico (diario, semanal o mensual), reflejando la participación real.
10.47. Vistas:	Número de veces que los usuarios han visto un anuncio o contenido.
10.48. VTR:	Porcentaje de vistas que obtiene un enlace respecto a su número de impresiones.