

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Servicio para la creación y desarrollo de contenido especializado en Turismo de Naturaleza enfocado en Observación de Aves en plataformas digitales para el Mercado Estados Unidos

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Se requiere la contratación de una agencia de estrategia y comunicaciones que maneje contenidos digitales establecida en Estados Unidos para que pueda crear y desarrollar la estrategia de contenidos digitales en turismo de naturaleza enfocada en aves dentro de este mercado, de manera que, contribuya a la diversificación de la oferta turística y mejora del gasto promedio de viaje, en favor de la reactivación del sector turismo en el Perú.

3. FINALIDAD PÚBLICA

Contribuir a la recuperación de los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo a través del desarrollo de estrategias de mercadeo en segmentos priorizados y especializados como medio para consolidar al Perú como destino turístico competitivo, sostenible, de calidad y seguro, en concordancia con los alcances establecidos en el Plan Estratégico Nacional de Turismo (PENTUR) 2025 y con énfasis en la reactivación del Sector Turismo.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

APEX 1068.2023 Campaña Promocional de Birdwatching

Centro de costo: Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo

5. ANTECEDENTES

El sector turismo representa actualmente 2.2% del PBI del país, casi la mitad de lo que producía antes de la pandemia¹ y pese a su relevancia, aún no se ha recuperado del impacto. De acuerdo a información de llegadas de turistas internacionales del MINCETUR, se proyectaría recuperar el flujo de llegadas a números del año 2019 en el 2026. Además de esto, en los últimos meses se sumaron los conflictos sociales, producto de la coyuntura política, que, de acuerdo a MINCETUR, habría producido pérdidas de alrededor de S/.1,052 millones de soles entre diciembre 2022 y enero 2023 y, por consecuencia, la pérdida también de la confiabilidad en el destino para organizar o retomar los planes de viaje.

En ese sentido, la Dirección de Promoción del Turismo en PROMPERÚ, en respuesta a la situación coyuntural, plantea entre sus objetivos estratégicos institucionales, *el contribuir a recuperar los viajes internacionales y divisas y, buscar incrementar los flujos de viajes nacionales para el sector turismo*. A fin de alcanzar los objetivos trazados, el órgano en mención ha venido trabajando, entre sus diferentes frentes, en el desarrollo de

¹Ministro de Economía y Finanzas, Alex Alonso Contreras (feb 2023). Obtenido de: bit.ly/3OnFp6Z

estrategias de promoción por segmentos, incluyendo al Turismo de Observación de Aves como un segmento prioritario.

El Aviturismo es un segmento que tendría un mercado potencial a Perú de 2.4 millones, una valorización de us\$7.3 millones² y; por sus características de viaje, diversificaría la oferta y dejaría divisas superiores (us\$1,754) al ticket promedio.³ En el Perú, el 25% de los turistas extranjeros realizan la Observación de Aves como parte de su viaje (669,860 viajeros - PTE2019).

Nuestro país cuenta con una oferta superior a nivel mundial para atender a este viajero. Es el segundo país con mayor número de especies de aves en el mundo (1891 especies), su endemismo es elevado (117 especies) y las posibilidades de ver avistamiento son altas. Hemos liderado todos los años la competencia mundial de observación de aves, el Global Big Day, ganando el 1er lugar hasta en 3 oportunidades (2015, 2016, 2021)

Por lo antes mencionado, es importante poder alcanzar a este tipo de viajero, dado que existe una demanda y una oferta acorde en el destino. Dentro de las estrategias planteadas para este segmento, se estaría buscando trabajar promoción en espacios digitales dentro de mercados estratégicos.

6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

Los objetivos de este servicio son:

- Acercar la oferta vigente en materia de turismo de naturaleza con enfoque en aves al aviturista estadounidense.
- Generar contenido que dé exposición del destino en espacios digitales para una audiencia estadounidense interesada en Aviturismo, de manera que, incremente el interés por los viajes a Perú.
- Generar tráfico a la página web de birdwatching dentro del peru.travel. (www.peru.travel/birdwatching)

7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

PROMPERÚ requiere de la contratación de una agencia de comunicaciones y estrategia con experiencia en el sector turismo para que pueda crear y desarrollar la estrategia de contenidos digitales en turismo de naturaleza enfocado en aves para el mercado de Estados Unidos.

Para ello el proveedor deberá:

- Crear un plan de contenidos acorde a los intereses del mercado estadounidense en materia de Aviturismo en torno alguna de las Rutas de Aves Norte o Sur.
- Articular con agentes clave para el segmento de Aviturismo en Estados Unidos, tales como un tour operador especializado y un perfil de influencer para que documente un viaje a una ruta del Perú (norte o sur) relacionada al turismo de naturaleza con enfoque en aves.
- Generar contenido de valor para el aviturista estadounidense, de uso en plataformas digitales como Redes Sociales y página web.
- Desarrollo de una estrategia de contenidos digitales.

² Perfil del Observador de Aves 2013

³ Conociendo al Vacacionista Birdwatcher 2019

7.1 ACTIVIDADES

a) Diseño y Gestión de la Estrategia de Contenidos

- El proveedor presentará una propuesta de estrategia de contenidos y acciones digitales. Esto detallarán las plataformas como los formatos que se utilizarán, junto a un Gantt con fechas clave.
- Articulará la participación de un tour operador e influencer para la grabación de un viaje al destino de Perú en una ruta relacionada a la observación de aves.
- Se hará cargo del desarrollo del contenido producto del viaje realizado y coordinará con las áreas técnicas la implementación de contenido digital en las diferentes plataformas.
- El proveedor gestionará la campaña por el periodo de un mes, en dos fases:

Primera fase

Mediante la realización de un viaje, donde se realizarán posteos en redes sociales documentando la experiencia.

Segunda fase

Con la generación de contenido a manera de posteos (imágenes y videos) y notas web producto del viaje, que buscará generar tráfico a la website de Birdwatching de PROMPERÚ y fomentar la compra de paquetes especializados a través del tour operador participante.

- Entregará los 3 videos generados por el viaje con todos los derechos de uso a PROMPERÚ.
- Realizará el reporte de resultados en torno a las visitas a la página web de Birdwatching de PROMPERÚ, alcance e interacciones en las publicaciones orgánicas realizadas y compra o intención de compra a la oferta publicada por el tour operador participante.

b) Convocatoria y gestión de participantes

- El proveedor identificará un tour operador y un influencer relacionado al Aviturismo en los Estados Unidos para que participen de la acción táctica en la generación de contenido.
- El proveedor enviará una propuesta de al menos 3 perfiles. Los perfiles serán validados por PROMPERÚ. Para el caso del influencer, este deberá contar con una audiencia no menor a 45 mil seguidores.
- El tour operador extranjero participante deberá tener dentro de su oferta al menos 3 paquetes de viajes enfocados en aventura-naturaleza a Perú, y alguno de ellos específicamente al turismo de naturaleza que incluya observación de aves.
- El influencer deberá tener un perfil enfocado en la observación de aves ó relacionado.
- El proveedor se hará cargo del contacto y negociación con la tour operación e influencer, acerca de la generación del descuento de un paquete relacionado a Aviturismo durante la campaña, así como, la difusión del contenido desarrollado, en sus canales propios.
- El presupuesto con relación a la realización del viaje es a todo costo, por lo que todo gasto por este concepto correrá a cargo del proveedor. Este deberá estar relacionado a un destino de naturaleza enfocado en aves por un tiempo no menor a 7 días.

c) Grabación de un tour de aves

- A fin de generar interés en el destino, el proveedor desarrollará 3 videos de 2 minutos aproximadamente producto de la realización de un tour de naturaleza con enfoque en observación de aves en Perú por parte de un influencer con llegada en los Estados Unidos. Estos videos deberán contar con adaptaciones para las plataformas de Tik Tok y Reels.
- El tour será documentado por una segunda persona que acompañe al perfil seleccionado para realizar el viaje e incluirá un asistente de soporte para la grabación de ser necesario.
- El tour no tendrá una duración menor a 7 días, en torno a un destino de Perú, con una oferta de turismo de naturaleza con enfoque en observación de aves.
- La selección del destino será definida por PROMPERÚ en coordinación con el proveedor.
- El proveedor se hará cargo de coordinar y llenar los formatos de cesión de uso e imágenes de las personas que aparezcan en el contenido desarrollado.
- Los gastos y gestión de permisos producto del viaje y grabación estarán cubiertos dentro de la campaña y PROMPERÚ no pagará adicional alguno.
- El proveedor deberá subir los videos e imágenes en crudo en un drive para ser compartida con el equipo de PROMPERÚ.

d) Desarrollo de Contenido

- Producto de la grabación del tour, el proveedor generará contenido para exposición y tráfico en redes sociales, de manera que, se fomente las visitas a la página web de PROMPERÚ y a la oferta del paquete especializado del tour operador participante.
- Las creatividades podrán ser a manera de foto, videos cortos, reels o stories en alguna de las Redes Sociales donde PROMPERÚ mantiene cuentas activas como Facebook, Instagram y Tik Tok.
- Las creatividades serán desarrolladas bajo la supervisión y aprobación del Departamento de Gestión de Medios Digitales.
- Para ello se generará contenido en:

➤ Redes Sociales

Durante el tour:

- Un mínimo de 9 posteos de parte del influencer participante que documente el día a día de su experiencia de viaje. Con opción a realizarlo post actividad en caso no haya buena conectividad en el destino visitado.
- El influencer dependiendo de la plataforma a ser utilizada, deberá taggear @peru en Instagram, @visitperu en TikTok y Facebook y colocar el hashtag #birdwatchingperu en sus publicaciones.
- PROMPERÚ de su lado, dará seguimiento al viaje para poder aprovechar el contenido y comunicarlo a nuestra audiencia.

Post tour:

- El proveedor gestionará durante tres semanas, contenido en las redes sociales de PROMPERÚ con el contenido generado del viaje.
- Creará 3 videos de 2 minutos cada uno acerca de: Aspectos resaltantes del tour, entrevista o testimonio al participante, entrevista o testimonio a un guía local que se alojarán en la plataforma de birdwatching de PROMPERÚ. En el caso de ser entrevistas deberá contar con la aprobación de uso de imágenes.
- Creará 3 videos cortos para redes sociales de alrededor de 30 segundos cada uno, editados de los videos largos de 2 minutos. En formato vertical y cuadrado.

- Realizarán 12 posteos relacionados al Aviturismo en Perú que genere tráfico a la página de Birdwatching de PROMPERÚ y a la URL donde se encuentre alojado el paquete con descuento del tour operador participante.

➤ **Web de Birdwatching**

- Generará 5 notas relacionadas al viaje a realizarse por parte del influencer, las cuales serán alojadas en la página web de Birdwatching de PROMPERÚ.
- El idioma a usarse para los artículos será el inglés.
- Cada artículo deberá tener un número no menor a 600 palabras si es escrito y no menor de 200 palabras si incluye un video.
- Los temas propuestos serán validados con PROMPERÚ.
- Se realizarán 8 posteos para dirigir tráfico a:
 - Los 5 artículos que se publicarán en la web de Birdwatching de PROMPERÚ.
 - La sección de videos de la página de birdwatching de PROMPERÚ donde se alojarán los 3 videos creados durante la campaña.

e) Coordinación para la implementación de pauta publicitaria/ patrocinio de los posteos orgánicos

- PROMPERÚ destinará recursos para pauta. El monto será variable de acuerdo a su disponibilidad.
- El proveedor deberá enviar una propuesta de publicaciones y recomendar los posteos a los cuales ponerle pauta para la generación de alcance y tráfico.
- PROMPERÚ aprobará y coordinará a través del Departamento de Gestión de Medios Tradicionales la implementación de los posteos que lleven pauta publicitaria en base al presupuesto con el que cuente PROMPERÚ para este fin.
- Si alguno de los posteos con pauta tiene un rendimiento deficiente se coordinará con el proveedor para el ajuste correspondiente que no debe exceder los dos días calendario.
- Los posteos creados serán posteados también en orgánico en coordinación con el Departamento de Gestión de Medios Digitales.
- La inversión y calendarización de la pauta la determinará PROMPERÚ en coordinación con el proveedor.

7.2 RECURSOS Y FACILIDADES A SER PROVISTOS POR LA ENTIDAD

El lineamiento de marca y acceso a la librería de imágenes será provisto por el Departamento de Gestión de Medios Digitales a través de un email de comunicación sin exceder los 5 días calendarios contados a partir del día siguiente de la notificación del servicio.

7.2 REQUISITOS DEL PROVEEDOR Y DE SU PERSONAL

Se requiere la contratación de una agencia de estrategia y comunicaciones con experiencia como se describe a continuación:

- a) Empresa registrada en Estados Unidos.
- b) El proveedor deberá contar con experiencia de mínimo 07 servicios relacionados al desarrollo campañas de comunicaciones y promoción dirigidas al mercado Estados Unidos, para oficinas de turismo, aerolíneas, tour operadores o empresas relacionadas sector de viajes y turismo o campañas de comunicaciones y promoción relacionadas al turismo de naturaleza y/o aves, en los últimos 10 años.

Acreditación:

- La experiencia de la empresa se acreditará mediante la presentación copias de contratos u órdenes de servicio, constancias de prestación de servicios o comprobante de pago o cualquier otro documento que acredite de manera fehaciente la experiencia.
- Deberá presentar una constancia de constitución de empresa que acredite la existencia de la misma en Estados Unidos.

7.3 LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Lugar: Desde las instalaciones del proveedor.

El plazo de prestación del servicio será hasta 60 días calendarios, contados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio.

7.4 PRODUCTOS

El contratista deberá entregar los siguientes productos:

Producto	Contenido del Producto	Fecha Límite de Entrega del Producto
1	Diseño de la Propuesta de Estrategia de Contenidos: <ul style="list-style-type: none"> - Información de la propuesta de estrategia de contenidos y acciones digitales, que detalle las plataformas, como los formatos que se utilizarán, junto a un Gantt con fechas clave. - Detalle del Tour Operador participante. - Lista de influencers propuestos para ser validados. - Información del detalle de la ruta de viaje a llevar a cabo para la grabación del contenido. 	Hasta 20 días calendarios contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio.
2	Informe de la Campaña: <ul style="list-style-type: none"> - Capturas de pantalla de los posteos realizados durante la campaña. - Resultados del tráfico en la web de birdwatching durante la campaña, que incluya: visitas, tasa de rebote, promedio de tiempo de permanencia, top de notas web visitadas y fuentes de tráfico. - Información de la difusión adicional que se pueda haber dado por parte de 	Hasta 60 días calendarios contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio.

	los participantes (tour operador y influencer).	
--	---	--

Los productos serán entregados en formato digital (archivo PDF) mediante la Ventanilla virtual de PROMPERÚ ingresando al siguiente link: <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/>

Los productos deberán estar dirigidos a la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, adjuntando la orden de servicio y el correo de notificación de la orden de servicio.

De existir observaciones, PROMPERÚ las comunicará al proveedor, por correo electrónico, otorgándole un plazo para subsanar no mayor a siete (7) 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 dos pagos parciales e iguales por transferencia bancaria y en moneda extranjera (dólares americanos), para lo cual el proveedor deberá haber entregado los productos según lo indicado en el numeral 7.4 de los términos de referencia. La emisión de la conformidad no superará los 7 días calendarios luego 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:

La retribución que corresponde por la parte del servicio que se ejecutará solamente en el territorio peruano se encuentra dentro del ámbito de la aplicación del Impuesto a la Renta, según normativa de Perú.

7.7 CONFORMIDAD DEL SERVICIO

Emitirá conformidad del servicio:

Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo

Emitirá VB° del servicio:

Departamento de Gestión de Medios Digitales de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País.

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 divulgar 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:

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

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 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

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 DEL CONTRATO

El área usuaria puede solicitar por escrito 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 a la presente contratación.

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 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.