



AGENCIA DE PROMOCION TURISTICA DE CENTROAMÉRICA (CATA, por sus siglas en inglés)

TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA LA CONTRATACIÓN DE UNA AGENCIA ESPECIALIZADA EN EL SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS, MERCADEO Y COMUNICACIÓN PARA CENTROAMÉRICA Y REPÚBLICA DOMINICANA – AÑO 2020

I. Antecedentes

En el contexto de la XXII Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de Centroamérica efectuada en San José, Costa Rica el 13 de diciembre del 2002, se instruye al Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) a que en coordinación con la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR) se establezca la Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA, por sus siglas en inglés)

CATA es una organización que tiene como fin planificar, coordinar, asistir, ejecutar y estimular la promoción turística de la región centroamericana y de República Dominicana. Es una entidad de carácter técnico, que es administrada de manera que pueda responder a las actividades comerciales de la industria turística internacional. Los países miembros de CATA son: Belice, Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y República Dominicana.

Desde el año 2004 se estableció su sede permanente en Madrid, España; teniendo la facultad de abrir sucursales y filiales en otras ciudades y países. Actualmente cuenta con una subsede en Centroamérica que opera desde San Salvador, República de El Salvador.

CATA ha venido ejecutando en los últimos años una estrategia de comunicación y difusión de Centroamérica en Europa, enfocándose en sus seis mercados meta, que son: España, Alemania,



Francia, Italia, Holanda y Reino Unido. Siendo el objetivo general lograr el posicionamiento de Centroamérica como un multidestino con la capacidad y nivel de satisfacer las expectativas y demandas del potencial turista que hace multidestino hacia la región y que gusta vivir experiencias únicas y auténticas. Así como, el administrar y mantener una imagen positiva de la región SICA-RD en sus mercados meta.

Con el fin de alcanzar el objetivo antes enunciado, CATA precisa contar con una estrategia y plan de actividades de Relaciones Públicas, Comunicación y Mercadeo en Europa para:

- a) Fortalecer, mejorar y mantener una imagen positiva de Centroamérica como multidestino turístico único, así como del producto turístico de la República Dominicana ante el turista europeo.
- b) Implementar una estrategia de comunicación efectiva que permita mantener una comunicación fluida y constante con las audiencias previamente establecidas y por establecer, producto de esta contratación.
- c) Acrecentar la presencia del multidestino centroamericano y del producto turístico de República Dominicana en el mercado europeo, a través de una efectiva estrategia comunicacional, motivacional y de aprendizaje con los principales operadores en los mercados meta con el fin de favorecer su comercialización.
- d) Contar con informes reales de tendencias y comportamientos de los mercados de viajes, a través de la implementación de un eficaz sistema de inteligencia de mercado que permita a CATA formular sus estrategias de intervención de acuerdo con la particularidad de cada uno de sus mercados prioritarios.

CATA ha identificado como sus principales grupos de interés - y por ende a quienes deberán estar dirigidos con mayor potencia los esfuerzos de la estrategia de relaciones públicas, mercadeo y comunicación- a:

- a) Empresas del sector turístico en general
- b) Líneas aéreas
- c) Turoperadores mayoristas de la industria turística
- d) Agencias de viajes
- e) Hoteles
- f) Líderes de opinión



- g) Cuerpo diplomático
- h) Organismos internacionales
- i) Medios de comunicación en general
- j) Medios de comunicación especializados en viajes, incluyendo blogs
- k) Influenciadores o microinfluenciadores especializados en turismo y viajes
- l) Cualquier grupo de interés que pueda ser identificado

Para poder ejecutar esta estrategia con sus actividades, CATA precisa contar con una agencia especializada en el Servicio de Relaciones Públicas, Mercadeo y Comunicación para Centroamérica y República Dominicana orientada a sus mercados prioritarios en Europa con amplia experiencia internacional y con comprobable manejo de la imagen de marcas turísticas y promoción de destinos.

II. Institución interesada y objeto de la contratación

Con base en el objetivo general, específicos y audiencias identificadas, La Agencia de Promoción Turística de Centroamérica (CATA) desea recibir las propuestas técnicas y económicas de Agencias especializadas en Europa interesadas en brindar los servicios de Relaciones Públicas, Mercadeo y Comunicación.

III. Objetivo General:

Desarrollar una nueva estrategia de reputación y visibilidad para Centroamérica y República Dominicana, que permita posicionar el multidestino en las audiencias clave.

IV. Objetivos específicos:

- a) Fortalecer, mejorar y mantener una imagen positiva de Centroamérica como multidestino único y del producto turístico de la República Dominicana ante el turista europeo a través del desarrollo de diferentes acciones de comunicación, mercadeo y relaciones públicas y de mantenimiento de las acciones que se han implementado a la fecha.
- b) Profundizar las relaciones con los actores clave en los mercados meta para que el multidestino esté en el *top of mind*.



c) Aumentar publicaciones del multidesino centroamericano y del producto turístico de la República Dominicana en los mercados meta, a través del mantenimiento de la estrategia comunicacional enfocada en los mercados meta con el fin de favorecer su comercialización.

V. Actividades a desarrollar:

La Agencia de Relaciones Públicas deberá de realizar las actividades que se describen a continuación -en su totalidad- en el idioma de cada uno de los 6 mercados meta: España, Alemania, Francia, Reino Unido, Italia y Holanda:

- 1) Redacción y distribución de dos notas de prensa por mes para medios de comunicación -traducidas al idioma de los 6 mercados meta-.
- 2) Redacción y distribución de un newsletter bimestral para medios, trade -mayoristas-, agentes de viajes, entre otros -traducido al idioma de los 6 mercados meta-.
- 3) Gestión de oportunidades mediáticas y generación de artículos (al menos un artículo multidesino generado al mes).
- 4) Búsqueda y gestión de oportunidades y alianzas con turoperadores, agencias de viajes y empresarios del sector turístico para la comercialización de la Región SICA como multidesino.
- 5) Atención a solicitudes de medios de prensa y mayoristas.
- 6) Reporte de clipping, monitoreo de medios y audiencias alcanzadas en los 6 mercados meta.
- 7) Gestión y recomendaciones de mercadeo.
- 8) Reporte de actividades mensual, incluyendo la evidencia de todas las acciones realizadas, como: artículos publicados, ROI, alcance, gestión con medios, gestión con trade, cantidad de envíos realizados, porcentaje de apertura y cualquier evidencia que sustente el trabajo realizado mes a mes.
- 9) Reporte de actividades final, incluyendo la evidencia de todas las acciones realizadas, como: artículos publicados, ROI, alcance, gestión con medios, gestión con trade, cantidad de envíos realizados, porcentaje de apertura y cualquier evidencia que sustente el trabajo realizado durante el año.

VI. Actividades a desarrollar en el marco de FITUR 2020:

1. Gestión de reuniones y entrevistas con medios de comunicación y trade (según solicitud) para los Ministros de Turismo y la Secretaria General de CATA, (se espera que sean gestionadas entre 8 y 10 reuniones y/o entrevistas por país).



2. Apoyo en la organización de agendas.
3. Apoyo en la organización y convocatoria del brindis de inauguración del Pabellón de Centroamérica y República Dominicana y otras acciones que se deriven en el marco de la Feria para la promoción de la región, incluida la invitación a los grupos de interés.
4. Apoyo en la organización de la premiación de mayoristas y periodistas de España que promueven y comercializan el multideestino centroamericano, entre estas: la selección de artículos, impresión de diplomas y elaboración de galardones, convocatoria a los medios y mayoristas seleccionados.
5. Organización de una rueda de prensa dentro del brindis para informar sobre novedades de multideestino, de acuerdo a solicitud de CATA.
6. Apoyo en la organización de al menos un evento especial en el marco de la feria, de acuerdo a la solicitud de CATA.
7. Apoyo en la producción y distribución del material promocional de CATA.
8. Informe de resultados e impacto de la participación de Centroamérica y República Dominicana en FITUR 2020, enlistando las acciones realizadas, resultados, ROI, alcance, imágenes y cualquier evidencia que refleje el impacto obtenido.
9. Acompañamiento in-situ en las acciones vinculadas a comunicación, mercadeo y relaciones públicas de acuerdo a los requerimientos de CATA en el marco de FITUR 2020.
10. Elaboración y distribución de un kit de prensa con información trascendental que destaque a la región en el marco de FITUR 2020.

VII. Actividades a desarrollar en el marco de ITB 2020:

1. Gestión de reuniones y entrevistas con medios de comunicación y trade (según solicitud) para los Ministros de Turismo y la Secretaria General de CATA, (se espera que sean gestionadas entre 8 y 10 reuniones y/o entrevistas por país).
2. Apoyo en la organización de agendas.
3. Apoyo en la organización del brindis de inauguración del Pabellón de Centroamérica y República Dominicana y otras acciones que se deriven en el marco de la Feria para la promoción de la región, incluida la invitación a los grupos de interés.
4. Apoyo en la organización de la premiación de mayoristas y periodistas de Alemania que promueven y comercializan el multideestino centroamericano, entre estas: la selección de artículos, impresión de diplomas y elaboración de galardones, convocatoria a los medios y mayoristas seleccionados.
5. Organización de una rueda de prensa dentro del brindis para informar sobre novedades de multideestino, de acuerdo a solicitud de CATA.



6. Apoyo en la organización de al menos un evento especial en el marco de la feria, de acuerdo a la solicitud de CATA
7. Apoyo en la producción y distribución del material promocional de CATA.
8. Informe de resultados e impacto de la participación de Centroamérica y República Dominicana en ITB 2020, enlistando las acciones realizadas, resultados, ROI, alcance, imágenes y cualquier evidencia que refleje el impacto obtenido.
9. Acompañamiento in-situ en las acciones vinculadas a comunicación, mercadeo y relaciones públicas de acuerdo a los requerimientos de CATA en el marco de ITB 2020.
10. Elaboración y distribución de un kit de prensa con información trascendental que destaque a la región en el marco de ITB 2020.

VIII. Actividades a desarrollar en el marco de WTM 2020:

1. Gestión de reuniones y entrevistas con medios de comunicación y trade (según solicitud) para los Ministros de Turismo y la Secretaria General de CATA, (se espera que sean gestionadas entre 8 y 10 reuniones y/o entrevistas por país).
2. Apoyo en la organización de agendas.
3. Apoyo en la organización del brindis de inauguración del Pabellón de Centroamérica y República Dominicana y otras acciones que se deriven en el marco de la Feria para la promoción de la región, incluida la invitación a los grupos de interés.
4. Apoyo en la organización de la premiación de mayoristas y periodistas del Reino Unido que promueven y comercializan el multideestino centroamericano, entre estas: la selección de artículos, impresión de diplomas y elaboración de galardones, convocatoria a los medios y mayoristas seleccionados.
5. Organización de una rueda de prensa dentro del brindis para informar sobre novedades de multideestino, de acuerdo a solicitud de CATA.
6. Apoyo en la organización de al menos un evento especial en el marco de la feria, de acuerdo a la solicitud de CATA.
7. Apoyo en la producción y distribución del material promocional de CATA.
8. Informe de resultados e impacto de la participación de Centroamérica y República Dominicana en WTM 2020, enlistando las acciones realizadas, resultados, ROI, alcance, imágenes y cualquier evidencia que refleje el impacto obtenido.
9. Acompañamiento in-situ en las acciones vinculadas a comunicación, mercadeo y relaciones públicas de acuerdo a los requerimientos de CATA en el marco de WTM 2020.



10. Elaboración y distribución de un kit de prensa con información trascendental que destaque a la región en el marco de WTM 2020.

IX. Apoyo en la organización de viajes de prensa:

1. Organización de viajes de prensa con al menos 30 periodistas y/o influenciadores provenientes de 6 mercados meta de CATA.
2. Mapeo de medios de comunicación especializados en turismo en los 6 mercados meta.
3. Selección de periodistas, medios de comunicación y/o influencers.
4. Recolección de la información de periodistas (pasaportes, formularios, confirmación de itinerarios).
5. Informe de resultados, incluyendo clipping, audiencias, ROI, evidencia de los artículos generados por los periodistas, engagement rate, likes, shares, entre otros.

X. Productos Esperados

Como resultados de la contratación se espera disponer de documentos impresos y digitales que integren los contenidos siguientes:

- a. Propuesta de “**Plan de Acción**” por 12 meses, se deberán identificar los mensajes clave, las audiencias adecuadas, objetivos y estrategias a implementar con presupuesto y línea de tiempo.
- b. 12 informes mensuales (digital en español) que incluyan los resultados alcanzados, descripción de actividades realizadas en los seis mercados durante el período detallado que incluya: clipping, retorno de inversión, audiencias alcanzadas, gestiones con trade y medios de comunicación, porcentaje de apertura con sus respectivas evidencias por cada actividad realizada, evidencia de las publicaciones generadas, así como las conclusiones y recomendaciones por mercado de acuerdo a la planificación anual.
- c. Informe anual - final con materiales de prensa elaborados y distribuidos – media kits, comunicados de prensa, monitoreo (clipping), registro y resultado de las gestiones con medios de comunicación, trade, alianzas gestionadas, recomendaciones, conclusiones, artículos generados, de entrevistas generadas, ROI, audiencias alcanzadas, evidencias de todas las publicaciones, recomendaciones y conclusiones que resuman el impacto de la gestión de la Agencia de Relaciones Públicas en Europa.
- d. Se entregarán informes por productos específicos a solicitud de la Secretaria General de CATA y de su Consejo Directivo, los cuales se anexarán al informe anual, entre ellos:



informes de participación en ferias de turismo, viajes de prensa y cualquier otra actividad que incluya análisis de los resultados, ROI, clipping, audiencias, evidencia de los artículos generados como multidesino y por país, recomendaciones y conclusiones por mercado.

XI. Plazo de la contratación: 1 de enero al 31 de diciembre de 2020 (12 meses)

XII. Mercados Objetivo:

- Europa, con especial énfasis en sus seis mercados prioritarios:
 - a. Alemania
 - b. España
 - c. Reino Unido
 - d. Francia
 - e. Italia
 - f. Holanda

XIII. Especificaciones Generales y Técnicas

Las especificaciones generales y técnicas que deben reunir las agencias son las siguientes:

A. Especificaciones Generales:

Se considera necesario que la entidad cuente con especialidad en turismo, que cuente con un equipo de expertos en relaciones públicas y mercadeo, relación con medios de comunicación, tour operadores y aerolíneas, equipo con experiencia en el manejo de asuntos públicos internacionales (manejo de marca país del destino Centroamérica y República Dominicana), manejo de crisis, manejo de medios especializados en turismo. Asimismo, que reúnan las siguientes características y especificaciones fundamentales:

- a. Agencias extranjeras con más de siete (7) años de experiencia comprobada en programas internacionales de comunicación y relaciones públicas:
 - Credenciales de la empresa
 - Incluir portafolio de clientes:
 - Casos de éxito
 - Datos de contacto (Teléfono, correo electrónico, puesto)
 - Estrategias generales de trabajo

- Capacidad de ejecución comprobada (presentar ejemplo exitoso de cronograma estratégico ejecutado para una empresa, desglosando actividades ordinarias por mes - firmado y sellado por la empresa contratante).
- b. Experiencia comprobada en relaciones públicas especializada en turismo, relación con medios de comunicación, equipos multidisciplinarios con experiencia en el manejo de asuntos públicos internacionales, manejo de crisis y manejo de medios especializados en turismo. La información debe acreditarse por medio de cartas o documentos que comprueben su experiencia. Dichas cartas (mínimo 3) deberán comprobar la experiencia y contar con el criterio de evaluación del servicio prestado por la empresa; las cuales serán verificadas por la comisión evaluadora de CATA.
- c. Experiencia comprobada en la elaboración de planes estratégicos, promoción y comercialización, estudios de mercados, diagnósticos sobre percepciones del destino, análisis de perfiles y segmentos potenciales de mercado. La información debe acreditarse por medio de cartas o documentos que comprueben su experiencia. Dichas cartas (mínimo 3) deberán comprobar la experiencia y contar con el criterio de evaluación del servicio prestado por la empresa; las cuales serán verificadas por la comisión evaluadora de CATA.

B. Especificaciones Técnicas con base a producto esperado

La empresa deberá realizar acciones específicas y eficientes que permitan mantener informada a la prensa e incentivar una cobertura positiva sobre la oferta multidesino de Centroamérica y sobre el producto turístico de la República Dominicana, así como mantener una acción proactiva ante las publicaciones que pudieran tener repercusiones negativas en el quehacer turístico de la región.

A continuación, se detallan los servicios específicos con base a producto esperado que deben ser prestados por la empresa de relaciones públicas. Todos deben ser elaborados en **idioma inglés y español y presentado en el idioma del mercado meta.**

A. “Estrategia de Reputación y Visibilidad para Centroamérica y República Dominicana”:

Desarrollar una “Estrategia de Reputación y Visibilidad para Centroamérica y República Dominicana” que considere los alcances obtenidos durante los años previos, y además busque nuevos elementos y nichos de trabajo.



B. “Plan de Implementación” de la Estrategia:

Desarrollar la propuesta de implementación para CATA de la nueva estrategia de reputación y visibilidad para Centroamérica y República Dominicana, con base al análisis de los resultados obtenidos durante los años previos.

C. Monitoreo de Medios:

Monitoreo mensual (clipping) de noticias de Centroamérica y República Dominicana en los mercados seleccionados, incluyendo las audiencias que alcanzan. Incluir análisis, propuesta y recomendaciones sobre los pasos a seguir.

Soporte continuo y asesoría en relaciones públicas y relaciones con los medios, a requerimiento de la Secretaria General de CATA y el enlace destinado para seguimiento.

D. Materiales de Prensa:

- **Comunicados de Prensa (2 notas de prensa mensuales).** La empresa deberá desarrollar comunicados de prensa con contenidos estratégicos para Centroamérica y República Dominicana, integrando noticias de relevancia para diversas audiencias, temas de vanguardia, lanzamientos y eventos en el destino, entre otros.

- **Desarrollo de Artículos Editoriales (1 Newsletter bimestral).** La empresa deberá realizar artículos de interés que destaquen los atractivos del multidestino centroamericano y el producto turístico de la República Dominicana, que posicionen a CATA (sector público y privado) como expertos voceros en la industria turística de la región.

- **Gestión de Alianzas con medios de comunicación (al menos 20 en un año, en los 6 mercados meta).** La empresa deberá identificar y contactar a diversos canales y programas de televisión, así como a la prensa escrita para oportunidades de exposición a nivel nacional o internacional.

- La empresa también gestionará y concretará **al menos 20 entrevistas y/o reuniones con medios** en cada mercado y organizará conferencias de prensa a requerimiento de la Secretaria General de CATA; además, se espera que la Agencia apoye en el marco de Ferias y/u otros espacios en los que pudiese representar a CATA.

E. Viajes de Prensa:

- Pre - selección y Convocatoria a principales medios de comunicación para realización de viajes de prensa. La Administración Nacional de Turismo (ANT) de cada país y miembros de CATA correrán con el costo de los viajes a través de sus planes y programas operativos, y la



Agencia de Promoción Turística de Centroamérica - CATA cubrirá únicamente los boletos aéreos. La empresa deberá gestionar toda la documentación e información necesaria para el perfecto concurso de los viajes de prensa.

- Se espera que la Agencia de RRPP presente previamente los perfiles de los medios de comunicación y/o de influencers previstos exponiendo los beneficios concretos (alcance potencial de audiencia y oportunidad para la región) que podría generar su visita a Centroamérica y República Dominicana.

F. Presentaciones de Destino, Capacitaciones y Ferias:

- La empresa deberá de brindar apoyo a CATA en la coordinación de la participación de Centroamérica y República Dominicana en las ferias de turismo FITUR, ITB y WTM 2020, este apoyo incluirá la gestión de reuniones con medios y trade, gestión de agendas, elaboración de comunicados de prensa, save the date, la organización del brindis de apertura, organización de la premiación a mayoristas y periodistas, y otras actividades que se generen en el marco de las ferias, deberá presentarse un reporte de las citas, asistencia y seguimiento de la cobertura editorial con ROI y con clippings.

Ferias seleccionadas:

- **FITUR, Madrid España**
- **ITB, Berlín, Alemania**
- **WTM, Londres, Inglaterra**

XIV. INFORMES:

- La empresa deberá elaborar y entregar un reporte ejecutivo en el idioma español con el resumen de las acciones realizadas y programadas de manera mensual. Este informe ejecutivo recopilará todas las actividades realizadas en los seis mercados meta de CATA - no se aceptarán informes por mercado. El informe deberá ser digital y enviado durante la primera semana del próximo mes, por correo electrónico a la Secretaria General de CATA y el enlace destinado para seguimiento.

El informe deberá estructurado de la siguiente manera:

- Introducción y contexto
- Objetivos de la Asistencia Técnica

- Resultados alcanzados de acuerdo a los objetivos generales y específicos, así como con las metas e indicadores planteados por CATA.
 - Resultados alcanzados de acuerdo a los objetivos generales y específico planteados
 - Actividades realizadas de conformidad a las establecidas en estos TDR
 - Clipping, retorno de inversión, audiencias, evidencias
 - Propuestas de mejora
 - Conclusiones
 - Anexos
- Cada informe mensual deberá contener en sus anexos: las gestiones realizadas con trade y medios de comunicación, clippings de todas las noticias, el retorno de inversión obtenido, porcentajes de apertura, oportunidades mediáticas y los resultados alcanzados, evidencia de todas las publicaciones generadas. Inteligencia de Mercados para definir países y segmentos objetivo.
 - Generación de propuestas, coordinación de agendas con líneas aéreas para mejora de la competitividad.
 - Organización de viajes de prensa
 - Un plan de relaciones públicas anual: boletines, visitas a medios de comunicación, atención a periodistas, líderes de opinión, entre otros.
 - Ruedas de Prensa
 - Se presentarán informes por producto al final de cada año y los cuales se han especificado en **“Productos Esperados”** que resumen las actividades y resultados logrados.
 - Se deberán de presentar informes de resultados siempre y cuando sean requeridos por CATA a fin de ser presentados ante el Consejo Directivo de CATA.
 - Otras consideraciones que la empresa considere relevantes para medir el impacto de su gestión de acuerdo con lo establecido en estos términos de referencia.

XV. REQUISITOS

Las empresas que participen en el proceso deberán de ser de nacionalidad de uno de los países de los mercados meta de CATA o tener filiales en ellos.

La jurisdicción aplicable a esta contratación será la española, en donde CATA posee su sede.



Se deberán entregar los siguientes documentos en original:

1. Propuesta Técnica y económica: Presentar debidamente firmada y sellada en todas sus hojas por el representante de la entidad oferente.
2. Propuesta de cronograma estratégico de resultados que se piensan alcanzar, desglosando la distribución de presupuesto en medios digitales, plan de medios y los mercados.
3. Incluir las acciones detalladas para cada mercado prioritario.
4. Papelería legal completa en copia simple, la cual deberá ser incorporada como anexo a la oferta técnica.
5. La propuesta técnica y la oferta económica deberán ser enviadas en español, por vía electrónica identificado con el nombre y datos de contacto del remitente.
6. Se deberá enviar la propuesta técnica y económica en la fecha y hora establecida en la invitación enviada.
7. Designar un equipo especializado para atender la cuenta en su sede principal (un ejecutivo con al menos 7 años de experiencia y una persona de apoyo con al menos 3 años de experiencia), así como contar con oficinas y personal idóneo en los mercados de Europa considerados prioritarios y mencionados anteriormente. Presentar hoja de vida del equipo.
8. Evidencias de casos de éxitos y trabajo realizados, carta de recomendaciones y otros antes mencionados.

XVI. OBSERVACIONES Y CONDICIONES:

- El enlace principal con la agencia de relaciones públicas será la Secretaria General de CATA con sede en San Salvador, El Salvador y quien dará seguimiento y monitoreo al plan de trabajo anual en conjunto con un segundo enlace designado, siendo este el técnico en promoción y mercadeo de CATA.
- CATA proveerá de contenido, imágenes, fotografías, material audiovisual, material promocional, y demás elementos con los respectivos derechos de propiedad intelectual para la elaboración comunicados y publicidad respectiva.
- Todo el contenido, programas, material audiovisual generado por el proveedor serán propiedad de CATA.



Enviar desglose mensual de las actividades a ejecutarse de conformidad con el cronograma presentado.

- La copia simple de la documentación legal deberá de ser enviada debidamente identificada.
- Al final de la contratación y de forma anual se deberá presentar un informe y análisis general en el que se consoliden los reportes mensuales que se desarrollaran, el mismo deberá contener inteligencia de mercados, recomendaciones, conclusiones, y anexar los informes por producto, así como las evidencias de cada acción realizada.

XVII. Criterios a Evaluar

La comisión evaluadora procederá a calificar con las propuestas recibidas con el total de puntos por renglón al oferente que mejor cumpla con las especificaciones generales y técnicas solicitadas. La comisión penalizará a los oferentes restando puntos de cada renglón por incumplimiento a las especificaciones solicitadas. La comisión adjudicará al oferente que consiga el mayor puntaje total en la propuesta; siempre y cuando el precio no exceda de la asignación presupuestaria autorizada por la Institución.

XVIII. Aspectos a evaluar y puntaje:

- Documentación Legal 5%
- Experiencia Demostrada 35%
- Propuesta Técnica 40%
- Propuesta Económica 20%

XIX. Forma de pago:

Los pagos se realizarán mensualmente contra la presentación de los informes mensuales con evidencia original correspondiente a los servicios prestados durante el período a liquidarse y de acuerdo a la aceptación de conformidad por parte de CATA.

- Los pagos se realizarán mensualmente contra la presentación de facturas originales a nombre del CATA.

- Se realizarán pagos mensuales, iguales y consecutivos por servicios prestados hasta la finalización del plazo contractual.
- La moneda aplicable a esta contratación es Euros, sin embargo, podrán realizarse pagos por el monto equivalente en dólares americanos.

XX. DOCUMENTOS Y EVIDENCIAS QUE SE DEBEN PRESENTAR PARA CADA UNO DE LOS PAGOS:

- Mensualmente se presentará un informe de actividades de conformidad con el cronograma de ejecución presentado en la oferta técnica, con respaldo documental de las actividades ejecutadas que deberán demostrarse, tales como fotografías, ROI, audiencias, documentos publicados, tarjetas de presentación, y cualquier otro documento que acredite la realización de la actividad. (informes se podrán recibir de manera digital).
- Se entregarán informes por productos específicos a solicitud de la Secretaria General de CATA y de su Consejo Directivo, los cuales se anexarán al informe anual, entre ellos: informes de participación en ferias de turismo, viajes de prensa y cualquier otra actividad que incluya análisis de los resultados, ROI, clipping, audiencias, evidencia de los artículos generados como multidestino y por país, recomendaciones y conclusiones por mercado.
- Para el último pago adicional a los puntos establecidos anteriormente se deberá presentar:
 - a. Informe Final - anual: el cual incluirá los materiales de prensa elaborados y distribuidos – media kits, comunicados de prensa, monitoreo (clipping), registro y resultado de las gestiones con medios de comunicación, trade, alianzas gestionadas, recomendaciones, conclusiones, artículos generados, de entrevistas generadas, ROI, audiencias alcanzadas, evidencias de todas las publicaciones, recomendaciones y conclusiones que resuman el impacto de la gestión de la Agencia de Relaciones Públicas en Europa.
 - b. Durante el informe anual se deberá incluir la estrategia de comercialización de CATA en los mercados prioritarios, con conclusiones y recomendaciones.

XXI. PLAZOS

La comisión calificadora no excederá los 30 días hábiles en presentar su resolución de adjudicación.



XXII. PREGUNTAS O CONSULTAS CON RELACIÓN A LOS TÉRMINOS DE REFERENCIA Y DOCUMENTOS:

Las personas interesadas pueden efectuar preguntas o consultas relacionadas con los términos de referencia y demás documentos del evento solamente vía correo electrónico al Sr. Rafael Valiente al correo electrónico: rvaliente@catatourismagency.org con copia a info@catatourismagency.org

XXIII. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR EN LA OFERTA:

Los participantes deberán presentar sus propuestas dirigidas a:

1. Agencia de Promoción Turística de Centroamérica - CATA

Carolina Briones, Secretaria General

Dirección: Edificio SG- SICA – Secretaria de Integración Centroamericana. Final Bulevar Cancillería, Distrito El Espino, Ciudad Merliot, Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador.

Teléfono: (503) 2248-6924

Los oferentes deberán presentar con la propuesta técnica, la siguiente documentación en copia simple (vía digital):

- a) Escritura de constitución de la entidad (o su equivalente), debidamente inscrita en el registro correspondiente del país de origen, así como la traducción jurada si no está en idioma español.
- b) Nombramiento del representante legal de la entidad (o su equivalente), debidamente inscrito en el registro correspondiente del país de origen, así como la traducción jurada si no está en idioma español.
- c) Fotocopia legible y completa del pasaporte del representante legal.
- d) Formulario del Registro Tributario Unificado o su equivalente en el país de origen debidamente, así como la traducción jurada si no está en idioma español.
- e) Patente de comercio de la empresa y de sociedad o su equivalente debidamente, así como la traducción jurada si no está en idioma español, de no existir este documento en el país de origen adjuntar una carta que lo justifique.
- f) Número de cuenta y Carta del Banco que demuestre que la empresa está registrada en el mismo, debe estar sellada y firmada por el banco.



- g) Estados Financieros auditados (más reciente que se posea) con el Informe del Auditor Externo que incluya: a) Dictamen de los Estados Financieros, b) Estados Financieros Básicos y c) Notas a los Estados Financieros.

Enviar su propuesta organizada y por carpetas al correo electrónico rafael.valiente@sica.int con copia a info@catatourismagency.org con atención a la Secretaria General.

El límite para la presentación de ofertas son las 23:59 horas del día 22 de noviembre de 2019 (Hora CST).
No se recibirán propuestas después del día y hora señalados.

XXIV. CONSIDERACIONES POSTERIORES A LA ADJUDICACIÓN:

- a) El oferente que resulte elegido deberá tomar en cuenta que tendrá que presentar (previo a la suscripción del contrato correspondiente) la documentación detallada anteriormente, debidamente legalizada y con pases de ley, traducida por traductor jurado en español o en su defecto legalizada por un Notario en ejercicio en el extranjero y traducida por traductor jurado salvadoreño, debidamente protocolizada, a efectos de que esta surta en El Salvador de conformidad con la Ley.