



**AGENCIA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE  
CENTROAMÉRICA (CATA, por sus siglas en  
inglés)**

**TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA LA CONTRATACIÓN DE UNA  
AGENCIA ESPECIALIZADA EN EL SERVICIO DE RELACIONES  
PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN PARA CENTROAMÉRICA Y REPÚBLICA  
DOMINICANA EN **ITALIA** – AÑO 2024**

Concepto	Propuesta del solicitante
<b>Nombre</b>	Contratación de una agencia especializada en el servicio de relaciones públicas y comunicación para Centroamérica y República Dominicana en Italia – año 2024.
Forma de Contratación	Licitación competitiva abierta.
Objeto de la Contratación	Contar con una agencia especializada en el servicio de Relaciones públicas y comunicación para Centroamérica y República Dominicana en Italia – año 2024.
Plazo	Cinco meses a partir de la orden de inicio.
Monto hasta	7200 €, para todo el contrato



## 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 instruyó al Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) a que en coordinación con la Federación de Cámaras de Turismo de Centroamérica (FEDECATUR) estableciera 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, 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 subsele 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, Países Bajos y Reino Unido. El objetivo general de CATA es lograr el posicionamiento de Centroamérica y República Dominicana 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; y, administrar y mantener una imagen positiva y segura de la región SICA en sus mercados meta.

Por tal razón, CATA precisa contar con los servicios de una Agencia especializada en los servicios de relaciones públicas y comunicación con amplia experiencia internacional y con comprobable manejo de la imagen de marcas turísticas y promoción de destinos para implementar acciones de comunicación en el mercado de Italia.

CATA ha identificado como sus principales grupos de interés 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) Cruceros
- g) Líderes de opinión
- h) Cuerpo diplomático
- i) Organismos internacionales
- j) Medios de comunicación en general
- k) Medios de comunicación especializados en viajes, incluyendo blogs
- l) Influenciadores especializados en turismo y viajes



m) Cualquier otro grupo de interés que pueda ser identificado

## **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 propuestas técnicas y económicas de Agencias especializadas localizadas en Italia interesadas en brindar los servicios de relaciones públicas y comunicación para el mercado Italiano.

## **III. OBJETIVO GENERAL:**

Dar continuidad a la estrategia de visibilidad y reputación para Centroamérica y República Dominicana en Italia, que permita mantener una imagen positiva y segura de la región como multidestino turístico ante el mercado Italiano, tomando en cuenta las nuevas tendencias de viaje que dinamizan el turismo en la actualidad.

## **IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

a) Mantener una imagen positiva y de confianza hacia Centroamérica y República Dominicana como destinos turísticos únicos, seguros y plenamente adaptados a las exigencias del turista Italiano, generando estrategias de comunicación certeras y adaptadas al nuevo escenario turístico mundial.

b) Implementar una estrategia de visibilidad que permita mantener una comunicación fluida y constante con las audiencias de interés.

c) Profundizar las relaciones y propiciar acercamientos con los actores clave en el mercado para que el multidestino centroamericano esté en el *top of mind* del turista Italiano.

d) Potenciar e incrementar las ventas de la oferta turística de Centroamérica y del producto turístico de la República Dominicana en Italia por parte de turoperadores mayoristas y agencias de viaje a través de acciones de comunicación.

e) Mantener la presencia del multidestino centroamericano y el producto turístico de República Dominicana en el mercado Italiano, a través de una efectiva estrategia comunicacional, motivacional y de aprendizaje con los principales operadores turísticos del mercado meta con el fin de favorecer su comercialización de la región y atraer a más visitantes europeos hacia los países miembros de CATA.

g) Incrementar la exposición mediática de CATA en los medios de comunicación del mercado Italiano.



h) Identificar medios de comunicación clave en el mercado Italiano para ampliar el conocimiento de los destinos de Centroamérica y República Dominicana.

#### **V. ACTIVIDADES POR DESARROLLAR:**

La Agencia de relaciones públicas y comunicación en Italia deberá de realizar las actividades que se describen a continuación -en su totalidad- en el idioma del mercado meta:

1) Redacción y distribución de al menos dos notas de prensa, con contenido de valor, por mes, para medios de comunicación en Italia, a partir del primer mes de vigencia del contrato. Durante la vigencia del contrato, las notas deberán de incluir a los siete países miembros de CATA de manera equitativa, y a su vez deberán de ser redactadas con contenido que mantenga la imagen positiva de la región.

2) Coordinación de al menos una entrevista por mes en medios de comunicación especializados de Italia con el secretario general de CATA, ministros de turismo de la región o presidentes de las cámaras de turismo de la región.

3) Atención a solicitudes de medios de prensa y mayoristas, y detalle de la gestión realizada en el mercado Italiano.

4) Manejo de comunicación estratégica y gestión de crisis, de ser necesario con medios de comunicación, para mantener la imagen positiva de la región.

5) Organización de un evento presencial en Italia pudiendo ser: Rueda de negocios, desayuno presentación, ruedas de prensa, eventos temáticos con el objetivo de resaltar la marca Centroamérica. Esta acción incluirá organización del evento, informe de resultados y *clipping*. CATA asumirá el costo de montaje, lugar del evento y alimentación.

6) Gestión de actividades en el marco de la BIT de Milano, las cuales pueden ser, pero no se limitan a:

- Gestión de al menos diez citas por Autoridad Nacional de Turismo que asista a la feria y que requiera de agenda de citas en el marco de la misma. Las citas deben ser con medios de comunicación para generar artículos, o con actores clave de la industria turística del mercado meta, pudiendo ser aerolíneas, mayoristas, organismos internacionales, entre otros de interés. Estas citas deberán estar dirigidas a los ministros de turismo, presidentes de las cámaras de turismo de la región SICA y al secretario general de CATA. Las citas con medios de comunicación deberán tener por objeto el generar contenido mediático. Es decir, no deben tener como único objetivo el ofrecer servicios de publicidad.
- Acompañamiento *in situ* para coordinar y gestionar las citas durante la feria. Los costos de ingreso a la feria deberán ser cubiertos por la empresa ofertante.

- Elaboración y distribución de una nota de prensa y distribución de *Press Kit*.
- Coordinación de un brindis de apertura del *stand* de Centroamérica durante la BIT de Milano 2025. Los costes del brindis serán asumidos por CATA.

7) Convocatoria de al menos una rueda de prensa y gestión del lugar del evento (CATA asumirá el coste del lugar del evento y alimentación) en el mercado Italiano.

8) Análisis de situación del mercado Italiano: gestión y envío de recomendaciones de mercadeo mensuales a los países miembros de CATA para la toma de decisiones.

9) Otras: la Agencia podrá recomendar acciones adicionales de relaciones públicas y comunicación dentro de su propuesta que sean innovadoras y creativas: ej. Presentaciones de destinos, acciones con medios de comunicación o segmentos específicos de interés.

10) Durante el período de vigencia del contrato la empresa no considerará las siguientes actividades como servicios que se tengan que pagar adicionalmente:

1. Envío de notas de prensa a la base de medios propuestos.

## VI. PRODUCTOS ESPERADOS

Como resultado de la contratación se espera disponer de documentos digitales que integren los siguientes atestados:

a. Propuesta de “Plan de Acción” por cinco meses, que debe incluir objetivos, estrategias, medios de comunicación, mensajes clave, audiencias meta y cronograma de trabajo.

b. Un informe por mes (digital en Italiano) que incluya los resultados alcanzados generales y por país, descripción de actividades realizadas, *clipping*, retorno de inversión, audiencias alcanzadas, gestiones con *trade* y medios de comunicación, porcentaje de apertura de las notas de prensa enviadas, reportes acerca de comportamiento del mercado, propuestas de mejora, evidencias y testigos de acciones realizadas, así como conclusiones y recomendaciones mensuales.

c. Informe resumen de gestión al finalizar el contrato que englobe el impacto de la gestión de la Agencia de relaciones públicas y comunicación en Italia y que incluya todas las actividades del literal b.

d. Se entregarán informes por productos específicos a solicitud del secretario general de CATA o de su Consejo Directivo, los cuales se anexarán al informe resumen de gestión, entre ellos: informes de resultados por la gestión de eventos, reuniones 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 para el mercado Italiano.



**VII. MERCADOS OBJETIVO:**

Italia.

**VIII. CONDICIONES CONTRACTUALES PARA TOMAR EN CUENTA:**

El enlace principal con la agencia de relaciones públicas y comunicación será el secretario general de CATA con sede en San Salvador, El Salvador o una persona designada por él, quien dará seguimiento y monitoreo al plan de trabajo.

CATA proveerá el contenido, imágenes, fotografías, material audiovisual, material promocional y demás elementos para la elaboración comunicados y materiales de publicidad.

Todo el contenido, programas, material audiovisual generado por el proveedor serán propiedad de CATA y deberá de ser entregado en archivo digital y editable de conformidad a las acciones que se realicen al finalizar el contrato.

La empresa contratada deberá de entregar los productos de acuerdo con el romano VI de estos términos de referencia.

Con el objeto de hacer un seguimiento a las actividades contratadas, se deberá de realizar una reunión al menos cada 15 días.

**IX. DOCUMENTOS DE SOPORTE PARA PAGO:**

1. La empresa contratada deberá presentar su respectiva factura mensual.
2. La empresa deberá elaborar y entregar un reporte ejecutivo en el idioma Italiano con el resumen de las acciones realizadas y programadas de manera mensual. Este informe ejecutivo deberá ser realizado de conformidad con el romano VI de los presentes términos de referencia. El informe deberá ser digital y enviado durante la primera semana del próximo mes, por correo electrónico, al secretario general de CATA y al enlace destinado para seguimiento.

**X. FORMA DE PAGO:**



- Los pagos se realizarán mensualmente contra la presentación de los informes mensuales correspondiente a los servicios prestados durante el período a liquidarse, y de acuerdo con 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 a la fecha del pago.

#### **XI. PLAZOS:**

La comisión calificadora tendrá hasta 30 días hábiles después de la recepción de ofertas para comunicar su resolución de adjudicación.

#### **XII. JURISDICCIÓN PARA LA RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS:**

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

#### **XIII. PREGUNTAS O CONSULTAS CON RELACIÓN A LOS TÉRMINOS DE REFERENCIA Y DOCUMENTOS:**

Las personas interesadas pueden realizar preguntas o consultas relacionadas con los términos de referencia y demás documentos únicamente vía correo electrónico a la Sra. Karina Cantó al correo [karinacanto@catacentroamerica.com](mailto:karinacanto@catacentroamerica.com), con copia a [info@catacentroamerica.com](mailto:info@catacentroamerica.com)

#### **XIV. CONTACTO PARA PRESENTAR LA OFERTA:**

Los participantes deberán presentar sus propuestas de manera digital (vía correo electrónico) dirigidas a:

Agencia de Promoción Turística de Centroamérica - CATA

Administrador de contrato, Karina Cantó, Coordinadora de Promoción y Mercadeo  
Dirección: Edificio SG- SICA – Secretaría de Integración Centroamericana. Final Bulevar Cancillería, Distrito El Espino, Ciudad Merliot, Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador.  
Teléfono: (503) 2248-6923



## XV. ESPECIFICACIONES GENERALES Y TÉCNICAS:

Para efectos de evaluación, la empresa deberá presentar una propuesta de estrategia de relaciones públicas y comunicación de noviembre de 2024 a marzo de 2025, de acuerdo con los siguientes lineamientos técnicos:

### DESCRIPCIÓN DE MERCADEO PARA LA ESTRATEGIA DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN:

#### Antecedentes:

CATA fue creada en 2002 por mandato de jefes de Estado. Tiene sede en España y una Sub-Sede en El Salvador desde el 2015. Integra los esfuerzos del sector público y privado de los siete países que conforman la Región SICA, los cuales son: Belice, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana.

El Consejo Directivo es el órgano supremo de CATA integrado por los titulares de las Administraciones Nacionales de Turismo, así como por los presidentes de las Cámaras Nacionales de Turismo adscritas a FEDECATUR.

El principal objetivo de CATA es planificar, coordinar, asistir, ejecutar y estimular la promoción turística de la Región SICA como un multidestino, ofreciendo experiencias complementarias entre los pueblos y culturas de la región con valores emocionales, simbólicos y vivenciales.

Para facilitar la promoción conceptual del multidestino, se han identificado cuatro grandes portafolios de productos turísticos a lo largo de la región, complementados por un elemento transversal: la gastronomía. Aunque no se limitan a ellos debido a que se puede visitar la región a partir de otros intereses y, tomando en cuenta que se pueden combinar, los cuatro portafolios de productos son:

- **El Mundo Maya:** es una región que comprende cuatro países de la región SICA (Belice, Guatemala, Honduras y El Salvador) más cinco Estados del Sur de México. CATA promueve las rutas turísticas del Mundo Maya en Centroamérica, aunque es importante acotar que tiene alianzas colaborativas con la Organización Mundo Maya, que se encarga de promover a la región del Mundo Maya en su conjunto.
- **El Caribe:** comprende el turismo de sol y playa del Mar Caribe, la cual incluye a República Dominicana, Belice, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá, además de la promoción de destinos de buceo y snorkeling en Belice y Honduras, países que comparte la segunda barrera de coral más grande del mundo.



- **Turismo de naturaleza:** invita a disfrutar del ecoturismo, el agroturismo, el turismo de aventura y el turismo comunitario. Este multidestino se puede disfrutar, sin limitarse a, las áreas naturales en La Selva Maya (Guatemala y Belice), El Trifinio (Guatemala, El Salvador, Honduras) o La Mosquitia (Honduras y Nicaragua).
- **Costa Pacífica:** Turismo náutico, turismo de surf y otros deportes acuáticos. Quizá un multidestino de referencia sea el Golfo de Fonseca que combina Nicaragua, Honduras y El Salvador.

La región ha superado en 19% los niveles de turismo prepandémicos. En 2019, la región recibió 21.2 millones de visitantes, mientras que para 2023 el número fue de 25.4 millones. Los principales mercados de interés para CATA son Europa, Asia y Norteamérica y uno de los mercados más importantes es Italia.

El objetivo de la promoción de mercadeo es aumentar la cantidad de visitantes a la región. Para lograrlo, se trabaja en dos ejes clave: posicionamiento de la marca Centroamérica y facilitación de espacios de comercialización del multidestino, principalmente en Ferias internacionales.

Dado que uno de los mercados más importantes para la región es Italia, CATA trabaja en campañas de posicionamiento de la marca y en la generación de contenido relevante sobre la región, además de participar en la BIT de Milano, la feria de turismo más importante para el mercado Italiano, y realizada en el mes de febrero de cada año en Milano. La feria está orientada a empresas turoperadoras que compran paquetes a turoperadores en Centroamérica, llamadas *buyers* o mayoristas.

Los objetivos de CATA, en cuanto a relaciones públicas y comunicación en Italia, son los siguientes:

- Generar contenido noticioso sobre Centroamérica.
- Tener presencia de la marca Centroamérica en medios de comunicación que generen *add value* importante para CATA.
- Posicionar a la región como un multidestino turístico, a través de la marca Centroamérica.

Para poder lograr estos objetivos, se solicita diseñar una propuesta de estrategia de relaciones públicas y comunicación, de acuerdo con los siguientes términos:

#### **A. ESPECIFICACIONES GENERALES DE LA EMPRESA OFERTANTE:**

Se considera necesario que la empresa concursante en el mercado Italiano cuente con las debidas credenciales que avalen su experiencia en relaciones públicas y comunicación en

turismo, por lo tanto, se espera que la empresa que concurre reúna los siguientes requisitos fundamentales:

a. Documentación Legal:

1. Escritura de constitución de la entidad (o su equivalente legal en el país de domicilio del ofertante), debidamente inscrita en el registro correspondiente del país de origen. Si no está en idioma español, se requiere una traducción.
2. Nombramiento del representante legal de la entidad (o su equivalente legal en el país de domicilio del ofertante), debidamente inscrito en el registro correspondiente del país de origen. Si no está en idioma español, se requiere una traducción.
3. Fotocopia legible y completa del pasaporte del representante legal.
4. Formulario del Registro Tributario Unificado o su equivalente en el país de origen debidamente inscrito, así como la traducción jurada si no está en idioma español.
5. Patente de comercio de la empresa y de la sociedad o su equivalente debidamente inscrito, así como la traducción jurada si no está en idioma español. De no existir este documento en el país de origen, favor adjuntar una carta que lo justifique.
6. Número de cuenta y carta del banco que demuestre que la empresa está registrada en el mismo. La carta debe estar sellada y firmada por el banco.
7. Estados financieros auditados (el 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.

b. Agencias con más de cinco (5) años de experiencia comprobada en programas internacionales de comunicación y relaciones públicas:

1. Incluir portafolio de clientes:
  - ✓ Trabajos anteriores
  - ✓ 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 y comunicación, con probada relación con medios de comunicación, turoperadores o aerolíneas, que cuente con equipos

multidisciplinarios con experiencia deseable en el manejo de asuntos públicos internacionales en los países de la región, 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 tres) deberán comprobar la experiencia y contar con el criterio de evaluación del servicio prestado por la empresa, y serán verificadas por la comisión evaluadora de CATA.

c. Experiencia comprobada en la elaboración de planes estratégicos, con conocimiento del mercado, medios de comunicación generalistas, medios de comunicación especializados en turismo, y análisis del consumo de medios de comunicación especializados en turismo. La información deberá acreditarse por medio de cartas o documentos que comprueben su experiencia. Dichas cartas (mínimo tres) deberán comprobar la experiencia y contar con el criterio de evaluación del servicio prestado por la empresa, y serán verificadas por la comisión evaluadora de CATA.

e. Nacionalidad de la empresa concursante. Las empresas que participen en el proceso deberán ser de nacionalidad italiana o tener filial en este país.

f. La empresa deberá considerar en su equipo mínimo de trabajo designado para CATA personal que estará disponible cuando le sea requerido, y como mínimo comprenderá:

- Un ejecutivo de cuentas con un mínimo de tres años de experiencia en el rubro de Relaciones públicas o actividades similares.
- Un coordinador de medios con un mínimo de cinco años de experiencia en gestión de medios, coordinación de entrevistas, ruedas de prensa y actividades similares.
- Una persona designada con funciones administrativas con un mínimo de dos 2 años de experiencia en funciones similares.

## **B. PROPUESTA TÉCNICA:**

Como se señaló anteriormente, para efectos de evaluación la empresa deberá presentar una propuesta de estrategia de relaciones públicas y comunicación de noviembre de 2024 a marzo de 2025, de acuerdo con los siguientes lineamientos técnicos:

A continuación, se detallan los servicios específicos con base a producto esperado que deben ser prestados por la empresa de relaciones públicas y comunicación para efectos de evaluación de la oferta presentada. Todos deben ser elaborados en el idioma español y deberán basarse en el romano *V ACTIVIDADES POR DESARROLLAR de los presentes Términos de Referencia*.



a. “Propuesta de Visibilidad y Reputación para Centroamérica y República Dominicana”:

Desarrollar una “Propuesta de Visibilidad y Reputación para Centroamérica y República Dominicana” que ayude a fortalecer, mejorar y mantener una imagen positiva y segura de Centroamérica como multidesino y el producto turístico de la República Dominicana ante el turista Italiano.

b. Monitoreo de Medios:

Monitoreo mensual (*clipping*) de noticias de Centroamérica y República Dominicana en el mercado Italiano, incluyendo las audiencias que alcanzan y valor publicitario. Incluir análisis, propuesta y recomendaciones sobre los pasos a seguir.

c. Materiales de Prensa:

- Notas de Prensa. La empresa deberá desarrollar notas 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, visualizando a los siete países que integran CATA.

- Gestión de Alianzas con medios de comunicación. La empresa deberá identificar y contactar a diversos canales y programas de televisión, así como a la prensa, para oportunidades de exposición a nivel nacional o internacional.

- La empresa también gestionará entrevistas o reuniones con medios en el mercado Italiano y organizará conferencias de prensa a requerimiento del secretario general CATA. En actividades dirigidas al mercado Italiano dichas conferencias serán dictadas por el secretario general de CATA o por las Autoridades Nacionales de Turismo que conforman CATA.

## **XVI. CRITERIOS POR EVALUAR:**

Esta sección es de especial importancia para los ofertantes, quienes deberán poner especial atención al cumplimiento de los criterios de evaluación, ya que dichos criterios y los puntajes obtenidos serán la base de discusión del Panel de Evaluación de Ofertas, para efectos de recomendar la adjudicación del proceso.

Los documentos que conforman la oferta técnica serán presentados en la forma requerida en este apartado de las bases de licitación.

A continuación, se presentan los criterios y parámetros de evaluación del contenido de la oferta técnica:

La comisión evaluadora procederá a calificar 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.

### **XVII. ASPECTOS POR EVALUAR Y PUNTEO**

<b>No.</b>	<b>Descripción</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Ponderación</b>
1	Documentación legal	100 puntos	5%
2	Experiencia demostrada	100 puntos	25%
3	Propuesta técnica	100 puntos	40 %
4	ROI estimado	100 puntos	30 %
<b>Total</b>		<b>100 puntos</b>	<b>100%</b>

### **XVIII. PRESENTACIÓN DE DOCUMENTACIÓN PARA PARTICIPAR EN LA LICITACIÓN:**

El oferente deberá presentar una carta de intención debidamente firmada y sellada por el representante de la entidad. Además, se deberán entregar los siguientes documentos en digital y en el orden que se especifican a continuación:

#### **1. Documentación legal:**

<b>Criterio</b>	<b>Hasta Puntos</b>
<b>a)</b> Escritura de constitución de la entidad (o su equivalente legal en el país de domicilio del ofertante), debidamente inscrita en el registro correspondiente del país de origen. Si no está en idioma español, se requiere una traducción.	20
<b>b)</b> Nombramiento del representante legal de la entidad (o su equivalente legal en el país de domicilio del ofertante), debidamente inscrito en el registro	10

correspondiente del país de origen. Si no está en idioma español, se requiere una traducción.	
<b>c)</b> Fotocopia legible y completa del pasaporte del representante legal.	10
<b>d)</b> Formulario del Registro Tributario Unificado o su equivalente en el país de origen debidamente inscrita, así como la traducción jurada si no está en idioma español.	10
<b>e)</b> Patente de comercio de la empresa y de la sociedad o su equivalente debidamente inscrito, así como la traducción jurada si no está en idioma español. De no existir este documento en el país de origen, favor adjuntar una carta que lo justifique.	20
<b>f)</b> Número de cuenta y carta del banco que demuestre que la empresa está registrada en el mismo. La carta debe estar sellada y firmada por el banco.	10
<b>g)</b> Estados financieros auditados (el 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.	20

## 2. Experiencia demostrada:

<b>Criterio</b>	<b>Hasta puntos</b>
<b>a)</b> Incluye portafolio de clientes de acuerdo con lo solicitado en la sección de “especificaciones generales”.	20
<b>b)</b> Experiencia comprobada en relaciones públicas y comunicación, con probada relación con medios de comunicación, turoperadores o aerolíneas, que cuente con equipos multidisciplinarios con experiencia deseable en el manejo de asuntos públicos internacionales en los países de la región, 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 tres) deberán comprobar la experiencia y contar con el criterio de evaluación del servicio prestado por la empresa, y serán verificadas por la comisión evaluadora de CATA.	30
<b>c)</b> Experiencia comprobada en la elaboración de planes estratégicos, que cuente con conocimiento del mercado, medios de comunicación generalistas, medios de	20

comunicación especializados en turismo, y análisis del consumo de medios de comunicación especializados en turismo. La información deberá acreditarse por medio de cartas o documentos que comprueben su experiencia. Dichas cartas (mínimo tres) deberán comprobar la experiencia y contar con el criterio de evaluación del servicio prestado por la empresa, y serán verificadas por la comisión evaluadora de CATA.	
<b>d)</b> Ejecutivo de cuentas- Hoja de vida, con sello de la empresa, que acredite que la experiencia en el cargo de la persona propuesta para ejecutivo de cuentas sea de al menos tres años a lo largo de su carrera profesional.	10
<b>e)</b> Coordinador de medios- Hoja de vida, con sello de la empresa, que acredite que la experiencia en el cargo de la persona propuesta para coordinador de medios sea de al menos cinco años a lo largo de su carrera profesional.	10
<b>f)</b> Ejecutivo administrativo- Hoja de vida, con sello de la empresa, que acredite que la experiencia en el cargo de la persona propuesta para ejecutivo administrativo sea de al menos dos años a lo largo de su carrera profesional.	10

### 3. Propuesta Técnica

Criterio	Hasta Puntos
<p>a) Presentar una “Propuesta de Visibilidad y Reputación para Centroamérica y República Dominicana” que ayude a fortalecer, mejorar y mantener una imagen positiva y segura de Centroamérica como multidestino y el posicionamiento del producto turístico de la República Dominicana ante el turista Italiano. Se evaluará:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Propuesta de manejo de imagen. <b>Hasta 10 puntos.</b></li> <li>• Propuesta de posicionamiento en la opinión pública. <b>Hasta 10 puntos.</b></li> <li>• Propuesta de medios. <b>Hasta 5 puntos.</b></li> <li>• Valor publicitario estimado con base a los medios propuestos. <b>Hasta 5 puntos.</b></li> <li>• Propuesta de agenda para el secretario general en el marco de la BIT de Milano. <b>Hasta 5 puntos.</b></li> <li>• Cronograma de trabajo. <b>Hasta 5 puntos.</b></li> </ul>	40 puntos
<p>b) Presentar un monitoreo de medios de noticias de Centroamérica y República Dominicana en el mercado Italiano. Se evaluará:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de <i>clipping</i> que deberá de incluir, fecha de publicación, medio de publicación, título de la nota, países mencionados, valor publicitario, valor informativo, audiencias alcanzadas, enlace a la nota</li> </ul>	20 puntos

y otros elementos que la empresa considere necesarios para análisis de <i>clipping</i> .	
<p>c) Propuesta de redacción de una nota de prensa con contenido estratégico para posicionar a Centroamérica y República Dominicana, integrando noticias de relevancia para diversas audiencias. Se evaluará:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contenido propuesto. <b>Hasta 10 puntos.</b></li> <li>• Lista de medios a los que se distribuirá la nota. <b>Hasta 5 puntos.</b></li> <li>• Valor publicitario estimado con base a los medios propuestos. <b>Hasta 5 puntos.</b></li> </ul>	20 puntos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Propuesta de <i>Publicity</i>, se evaluará:</li> <li>• Propuesta para publicidad no pagada (<i>publicity</i>). <b>Hasta 5 puntos.</b></li> <li>• Lista de medios propuestos. <b>Hasta 5 puntos.</b></li> <li>• Valor publicitario estimado con base a los medios propuestos. <b>Hasta 10 puntos.</b></li> </ul>	20 puntos

Nota 2: Para poder ser elegibles, las empresas deberán tener al menos 80 puntos en la evaluación técnica.

#### 4. ROI estimado:

El ROI deberá de demostrarse con base en el valor publicitario detallado en la propuesta de relaciones públicas y comunicación versus el valor contratado. Los valores de la tabla deberán permitir la siguiente fórmula:

$$\text{ROI} = (\text{valor publicitario} - \text{valor contratado}) / \text{valor contratado}.$$

Se revisará el ROI propuesto por cada ofertante y se clasificarán de mayor a menor. El puntaje máximo para obtener en esta sección es de hasta 100 puntos, los cuales luego se ponderarán por 30%.

Los puntos obtenidos por ROI se analizan con base a históricos recabados por CATA y se clasifican de la siguiente manera:

ROI	Puntaje
Más de 400%	100 puntos
Entre 300% y 400%	90



Entre 200% y 300%	50
Entre 100% y 199%	0

Puntaje oferta a evaluar = Puntos obtenidos X 0.30

Las personas interesadas pueden realizar preguntas o consultas relacionadas con los términos de referencia y demás documentos únicamente vía correo electrónico a la Sra. Karina Cantó, [karinacanto@catacentroamerica.com](mailto:karinacanto@catacentroamerica.com) con copia a [info@catacentroamerica.com](mailto:info@catacentroamerica.com).

El límite para la presentación de ofertas son las 23:59 del día 12 de agosto de 2024 (hora CST). No se recibirán propuestas después del día y hora señalados.

**XXI. 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 efectos en El Salvador de conformidad con la ley.