



TERMINOS DE REFERENCIA

SERVICIO DE DESARROLLO DE CAMPAÑA ESTACIONAL PARA EL MERCADO DE CHINA EN EL MARCO DE LA CELEBRACION DEL AÑO NUEVO CHINO 2023-2024

I. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo/Departamento del Mercado Asia y Oceanía.

II. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

PROMPERÚ requiere contratar el servicio de campaña estacional el mercado chino en el marco de la celebración del Año Nuevo Chino 2023-2024. Esta actividad tiene como objetivo promocionar al Perú como destino turístico, de acuerdo con las estrategias de promoción turística de PROMPERÚ que se enfocan en el crecimiento de llegadas internacionales, gastos y pernoctaciones en el destino Perú.

III. FINALIDAD PUBLICA

La finalidad pública de este servicio es promover al Perú como destino turístico en el mercado chino.

IV. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

ÁPEX: 0191.2023 Community Manager China

Centro de Costo: Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo / Departamento de Mercado Asia y Oceanía

V. ANTECEDENTES

El mercado chino es uno de los mercados estratégicos de PROMPERÚ debido al fuerte crecimiento de viajes al exterior registrado en los últimos años, y sumando el poder adquisitivo de sus viajeros. Hasta el año 2019, China fue el mayor mercado emisor de viajes al mundo.

En el año 2019, se registraron 41 067 llegadas internacionales desde China Continental al Perú, cifra que representó un crecimiento del +9% en comparación al año 2018. Durante el período 2020-2022, las llegadas internacionales al Perú se vieron afectadas debido al COVID-19 y, a las medidas implementadas por los países para controlar la propagación del virus. Sin embargo, la pandemia está bajo control y el sector turístico ha mostrado una recuperación en muchas economías.

De enero a agosto de 2023 arribaron al Perú 11,410 turistas provenientes de China Continental, un crecimiento del 177% respecto al mismo periodo de 2022. Es importante resaltar que, China Continental fue el primer país emisor del Asia al Perú, representando 1% del total de arribos internacionales.

El 27 de enero de 2020, el Ministerio de Cultura y Turismo de China prohibió la venta de viajes grupales y combinados al exterior. Tres años después, el 20 de enero de 2023, el Ministerio de Cultura y Turismo de China anunció que las agencias de viajes y OTAS chinas podrán ofrecer viajes grupales al exterior. Perú fue incluido en la tercera lista, publicada el 10 de agosto de 2023

El gobierno chino ahora mira hacia el futuro para volver a potenciar la economía. A pesar de que la crisis del covid-19 afectó la intención de los consumidores chinos de viajar tanto a nivel nacional como al exterior, hay fuertes señales de recuperación para el sector turístico.



VI. OBJETIVO DE LA CONTRATACIÓN

Los objetivos del servicio son:

1. Re-introducir a Perú como destino de larga distancia en el mercado chino.
2. Incrementar el conocimiento del Perú como país milenario, cultural, aventura-naturaleza.
3. Educar e inspirar a potenciales viajeros chinos sobre el Perú.

VII. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Promocionar al Perú como un destino de larga distancia en Latinoamérica, un destino con una cultura milenaria, actividades de naturaleza-aventura y experiencias únicas.

VIII. ALCANCE DEL SERVICIO

PROMPERÚ requiere contratar el servicio de campaña estacional el mercado chino en el marco de la celebración del Año Nuevo Chino 2023-2024.

El proveedor debe considerar trabajar con el público objetivo determinado por PROMPERÚ, cuya información se detalla a continuación:

Público Objetivo

Grupo 1: Edad 18-25

- FIT (viajero independiente) o viajar en grupo pequeño.
- Disfruta de actividades al aire libre y experimenta la cultura local.
- Sensible al precio, pero dispuesto a gastar dinero en actividades locales auténticas.
- Influencia de las redes sociales/plataformas de vídeo/KOL.

Grupo 2: Edad 25-40

- FIT (viajero independiente) o viajar en familia.
- Altos ingresos.
- Quiere un viaje a su medida.
- Quiere ser el primero en ver lugares aventureros, especializados y únicos.

Grupo 3: Edad 40-65

- Jubilado con altos ingresos.
- Disfruta diseñando su propia experiencia de viaje única.
- Inmersión en la cultura local y experiencias únicas.
- Menos sensible al precio.

8.1. SERVICIOS SOLICITADOS

Fase 1:

Planificación de contenidos

- Crear un mínimo de 05 publicaciones que incluyan contenido breve o detallado relacionado con consejos de viaje, notas de viaje o itinerarios de viaje.



- Crear un mínimo de 05 videos cortos (00:00:30 – 00:01:00) con contenido inspirador.

Participación con el usuario

Actividades que motiven la participación de la audiencia en las plataformas digitales, durante la duración de la campaña.

Plataformas: WeChat, WeChat Channels, Weibo and Douyin.

Duración: 01 mes.

Fase 2:

Crear y desarrollar una campaña personalizada, donde los viajeros chinos potenciales se reúnen con agentes de viajes. La propuesta debe estar alineada con el concepto de la campaña de Perú “Uncover the Mysteries of Peru”, para lo cual PROMPERÚ proporcionará el brief hasta 05 días calendarios, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio. La propuesta debe estar en línea con el concepto creativo de marca para promocionar Perú entre los consumidores chinos durante el período de inspiración y ventas previo al Año Nuevo Chino, para incentivar sus viajes a Perú.

Plan de compra de medios

Este documento debe incluir target y segmentación, nombre de la plataforma, tipo de formato, plazo de ejecución, presupuesto, tipo de compra e indicadores (KPIs).

La Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País (OEIM) de PROMPERÚ coordinará y supervisará técnicamente la ejecución de los servicios con la empresa y coordinará permanentemente los temas referentes a las acciones de promoción turística con el Departamento del Mercado de Asia y Oceanía de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo (STR) de PROMPERÚ.

Supervisión general del Servicio:

Departamento de Mercado de Asia y Oceanía (DMAO) de la Subdirección de Turismo Receptivo.

Coordinación y Supervisión Técnica del servicio:

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

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

8.2. DURANTE EL DESARROLLO DEL SERVICIO

Obligaciones de la empresa

El proveedor es responsable del desarrollo y ejecución de la campaña, brindando todos los servicios enumerados en el numeral 8.1 Servicio Solicitado.

8.3. RECURSOS E INSTALACIONES A SER PROPORCIONADOS POR PROMPERÚ

- Acceso a la cuenta oficial de Perú en plataformas de redes sociales chinas
- Acceso al Banco de Imagen de PROMPERU.

8.4. REQUISITOS Y PERFIL DE LA EMPRESA

Perfil de la empresa:

- Una persona jurídica registrada en China como Agencia de Marketing Digital o Agencia de Publicidad o Desarrollador Tecnológico, con una operación mínima de cinco (05) años. La empresa debe tener una oficina física en China.
- La empresa debe tener experiencia desarrollando al menos tres (03) Campañas de Marketing Digital en el Mercado Chino en los últimos siete (07) años para Oficina de Turismo o Destinos o Marca de Viajes o Aerolíneas.

Acreditación:

- Copia del certificado de licencia comercial o documento equivalente que acredite la operación de la empresa en China.
- La experiencia del postor se acreditará con copia legible del contrato original o copia legible de órdenes de servicios, o copia legible de constancia de prestación de servicios emitido y firmado por su cliente o con cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la experiencia.

Requisitos del personal clave

(01) Gerente de proyecto

- Mínimo tres (03) años de experiencia desarrollando estrategias de marketing digital con el fin de promover destinos internacionales o marcas de viajes o aerolíneas en el mercado de China.

(01) Gerente de Redes Sociales

- Mínimo cinco (05) años de experiencia desarrollando y ejecutando campañas de marketing o activaciones de campañas digitales en plataformas de redes sociales chinas. Experiencia en estrategia de contenidos y planificación de compra de medios para la ejecución de campañas de marketing digital para destinos internacionales o marcas de viajes o aerolíneas para atraer viajeros chinos.

(01) Ejecutivo de Redes Sociales

- Mínimo cinco (05) años de experiencia en planificación y creación de contenidos para destinos internacionales o marcas de viajes o aerolíneas en plataformas de redes sociales chinas.

Acreditación:

La experiencia del personal clave se acreditará con cualquiera de los siguientes documentos: (i) copia simple de contratos o (ii) constancias o (iii) certificados o (iv) cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la experiencia del personal propuesto.

Si existe alguna experiencia laboral que se superpone a otra, tenga en cuenta que para el cómputo de la experiencia laboral el período de superposición solo se considerará una vez.

PROMPERÚ se reserva el derecho de solicitar al proveedor el cambio de cualquier miembro del



equipo de trabajo. Este cambio deberá ser una solicitud escrita de PROMPERÚ. El cambio deberá realizarse en un plazo no mayor a diez (10) días calendario, debiendo cumplir con el perfil de personal establecido en los Términos de Referencia.

IX. LUGAR Y DURACIÓN PARA LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO

El servicio se ejecutará en China.

La ejecución del servicio será de hasta 100 días calendarios, contados a partir del día siguiente de la notificación de la Orden de Servicio.

X. PRODUCTO

El informe será presentado en formato digital (archivo PDF) a través del siguiente enlace: <https://virtualventanillavirtual.promperu.gob.pe/> dirigido a la “Subdirección de Promoción Turística Receptiva – Mercado Asia y Oceanía”.

En caso de existir alguna observación al informe, PROMPERÚ las comunicará al prestador vía correo electrónico. PROMPERÚ dará no más de tres (03) días calendario para la corrección de las observaciones.

PRODUCTO	Información a entregar (*)	Tiempo de entrega	% de pago
Producto 1	<p>Un informe en PDF con la siguiente información:</p> <p>Fase 1</p> <ol style="list-style-type: none">1. Objetivos y estrategias2. Producción de contenidos3. Actividades de la UCG4. Plan de compra de medios5. Criterio de orientación de anuncios <p>El Plan de Compra de Medios debe enviarse en formato Excel, incluyendo target y segmentación, nombre de la plataforma, tipo de formato, periodo de ejecución, presupuesto, tipo de compra y KPIs.</p>	Hasta 15 días calendarios, contados a partir del día siguiente de la notificación de la Orden de Servicio.	30%
Producto 2	<p>Informe – Fase 1</p> <p>Este informe debe incluir los primeros resultados de la ejecución de la campaña, incluidos los resultados de cada</p>	Hasta 30 días calendarios, contados a partir del día siguiente de la notificación de la Orden de Servicio	30%

	plataforma de redes sociales y el informe de compra de medios.		
Producto 3	Informe Complementario – Fase 1 Este informe debe incluir los resultados de la primera etapa de la campaña, incluidos los resultados de cada plataforma de redes sociales y el informe de compra de medios.	Hasta 80 días calendarios, contados a partir del día siguiente de la notificación de la Orden de Servicio	20%
Producto 4	Reporte Final Este informe debe incluir resultados, análisis y recomendaciones de la primera y segunda etapa de la campaña, incluyendo resultados para cada plataforma de redes sociales e informe de compra de medios.	Hasta 100 días calendarios, contados a partir del día siguiente de la notificación de la Orden de Servicio.	20%

XI. 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.

XII. FORMAS DE PAGO

El pago se realizará cuatro (04) pagos parciales, en moneda extranjera (Dólares Americanos), por transferencia bancaria para lo cual el proveedor deberá de haber entregado los productos. La emisión de la conformidad no superará de 7 días calendario de entregado y aprobado el producto.

Producto	Porcentaje de pago
Producto 1	30%
Producto 2	30%
Producto 3	20%
Producto 4	20%

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

XIII. CONFORMIDAD DEL SERVICIO

Emitirán conformidad del servicio:

- Coordinación de Mercados de Asia y Oceanía (DMAO) de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo
- Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo (STR).

Emitirá V°B° del servicio:

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

XIV. 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.

XV. 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:

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

Donde F tiene los siguientes valores:

1. Para los plazos menores o iguales a sesenta (60) días, para bienes, servicios en general y consultorías: $F=0.40$.
2. 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.

XVI. MODIFICACIONES DEL CONTRATO

Cualquier modificación acordada del contrato no implicará incrementos en el importe del contrato y deberá estar vinculada al objeto y fin del contrato.

XVII. 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.

XVIII. RESOLUCIÓN DE CONTRATO

El área usuaria puede solicitar por escrito a la Oficina de Administración a través de un informe técnico, la resolución del contrato por las siguientes causales:

- Incumplimiento injustificado de obligaciones contractuales, legales reglamentarias a su cargo, pese a haber sido notificado para ello;
- 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
- Paralización o reducción injustificada de la ejecución de la prestación, pese a haber sido notificado para corregir tal situación;
- Por acuerdo entre las partes
- Por caso fortuito o fuerza mayor, que imposibilite a la entidad de manera definitiva continuar con el contrato.

XIX. 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.

XX. 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 efectuar, cualquier pago o, en general, cualquier beneficio o incentivo ilegal en relación al contrato.

Asimismo, el CONTRATISTA se obliga a conducirse en todo momento, durante la ejecución del contrato, con honestidad, probidad, veracidad e integridad y de no cometer actos ilegales o de corrupción, directa o indirectamente o a través de sus socios, accionistas, participacionistas, integrantes de los órganos de administración, apoderados, representantes legales, funcionarios, asesores y personas vinculadas a las que se refiere el artículo 7 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado.

Además, EL CONTRATISTA se compromete a i) comunicar a las autoridades competentes, de manera directa y oportuna, cualquier acto o conducta ilícita o corrupta de la que tuviera conocimiento; y ii) adoptar medidas técnicas, organizativas y/o de personal apropiadas para evitar los referidos actos o prácticas.

XXI. BIOSEGURIDAD

El proveedor del servicio debe contar con los implementos de protección necesarios para prevenir el contagio del COVID-19 (mascarilla, alcohol, otros de acuerdo a las disposiciones del sector salud), bajo su costo y responsabilidad: Implementos que deben ser continuamente reemplazados, garantizando el uso adecuado de los mismos (en forma y estado), con el fin de salvaguardar la salud en la ejecución del servicio.

El proveedor es responsable de cumplir con las medidas de seguridad, tales como: limpieza y desinfección de su área de trabajo (mesas, escritorios, teclados, etc.), mantener la distancia de seguridad entre personas (1.5 metros), lavado de manos, entre otras, diseñadas para prevenir el contagio del COVID-19.

Dada la propagación del COVID-19, el proveedor para la realización del servicio no debe pertenecer al grupo de personas vulnerables (adultos mayores y los grupos de cualquier edad con afecciones subyacentes graves).

XXII. 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.