

TÉRMINOS DE REFERENCIA

SERVICIO DE AGENCIA DE MARKETING DIGITAL PARA CAMPAÑA DIGITAL II DE PROMPERÚ PARA EL MERCADO COREA DEL SUR

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Departamento del Mercado Asia y Oceanía de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Contratar una agencia de marketing digital de Corea del Sur para brindar un servicio especializado con el fin de desarrollar contenido localizado para utilizarlo en activaciones de marketing en redes sociales y publicidad digital.

3. FINALIDAD PÚBLICA

La presente contratación tiene como finalidad pública fortalecer el conocimiento del Perú y promocionar una oferta diversificada del destino dentro del mercado surcoreano, utilizando canales virtuales y acciones promocionales dirigidas tanto al comercio como al consumidor final, que repercuta en el flujo turístico de Corea del Sur hacia el Perú, en esta medida se asegura cumplir con el objetivo estratégico institucional para el sector turismo de **“Recuperar los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo”**; mencionado en el Plan Estratégico Institucional de PROMPERÚ del periodo 2022 al 2025.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO

APEX: 0265.2025 Campaña Digital Corea 2

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

5. ANTECEDENTES

Es importante enfatizar en la necesidad de promocionar el destino Perú de forma apropiada, utilizando los canales que contribuirán al éxito de los propósitos de crecimiento de los mercados emisivos de Corea del Sur.

La puesta en marcha de nuestras acciones de promoción del Perú en Corea del Sur necesita también de otras acciones colaterales necesarias para incentivar al potencial viajero de Corea del Sur a visitar nuestro destino.

El uso de los canales virtuales y las plataformas digitales, que permiten interactuar con el consumidor final, no solo sirven para la difusión de información sobre el destino, sino también para influir en su decisión de compra, esto a través de acciones de marketing digital dirigidos a los públicos objetivos definidos para el mercado surcoreano.

Hemos desarrollado una estrategia digital basada en acciones específicas para el Mercado Corea del Sur. Dentro del plan operativo del mercado Corea del Sur, entre las acciones promocionales

dirigidas al consumidor final, se considera prioritario el servicio de una agencia de marketing digital local. Es importante resaltar que este servicio ha permitido el crecimiento de los visitantes a nuestro país y ha creado conciencia entre los potenciales viajeros surcoreanos para difundir los principales destinos turísticos del Perú.

El 12 de marzo de 2020, la enfermedad infecciosa “COVID 19” fue declarada pandemia mundial por la Organización Mundial de la Salud (OMS), debido a su alto nivel de contagio demostrado en las cifras de casos confirmados diariamente a nivel internacional, especialmente países en Asia y Europa.

Este evento no planificado provocó que los países de los cinco continentes tomarán progresivamente diversas medidas para prevenir y contener la enfermedad. Estas medidas incluyeron el cierre de fronteras internacionales y el aislamiento social, que, a su vez, produjeron una correlación negativa inmediata en la economía mundial y un impacto directo en el sector turístico.

Actualmente, persiste la preocupación por la recuperación financiera de los prestadores de servicios turísticos en todo el mundo debido al impacto de la pandemia.

En este contexto, dentro del plan operativo para el mercado surcoreano, se considera importante la contratación de servicios de agencia de marketing digital que trabaje la creación de contenidos AD HOC, exclusivamente dirigido al mercado surcoreano a través de los canales y herramientas digitales, que permita promocionar el destino Perú de forma apropiada, usando estos canales, que son un entorno informativo y de noticias accesible y confiable en ambos países, se contribuirán al éxito de los propósitos de crecimiento del mercado emisor Corea del Sur.

6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

Desarrollar y promocionar contenido en espacios digitales a través de la contratación de una agencia de marketing digital, encargada de diseñar e implementar una estrategia de marketing digital adaptada específicamente al mercado surcoreano, con el objetivo de maximizar el impacto y alcanzar los resultados esperados. De manera que se logre:

- ❖ Construir conocimiento y expectativa de nuestro destino (awareness) entre la audiencia Corea del Sur esa que usa masivamente las redes sociales.
- ❖ Dirigir tráfico a nuestras plataformas de tal forma que se contribuya a incrementar el conocimiento acerca de la oferta vigente.
- ❖ Generar contenido localizado para ser utilizados en acciones promocionales en el mercado surcoreano, dirigidas tanto al comercio como al consumidor final.

7. ALCANCES Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El proveedor desarrollará contenidos según el estilo de las tendencias digitales en Corea del Sur, la idea creativa basada en el siguiente concepto: Anexo 01, y realizará la producción con el fin de crear contenido personalizado en diferentes formatos. Este material será utilizado en acciones promocionales en el mercado Corea del Sur, lo que tendrá un impulso desarrollando campañas con media buy and always on en nuestras redes sociales.

7.1. ACTIVIDADES

El proveedor deberá realizar las siguientes actividades:

A. PLAN Y ESTRATEGIA DE CONTENIDOS

La empresa deberá realizar una investigación y conocimiento sobre el destino Perú y sus objetivos de mercado. En base a este trabajo, creará y enviará en formato digital un plan de operaciones y principales tendencias del mercado de Corea del Sur. Para ello, se requieren las siguientes actividades:

- Plan de contenido creativo para los 03 videos.
- Plan de contenidos digitales para nuestras RRSS, piezas digitales, menciones de los kols, etc.
- Plan de contenidos digitales para la web y (cronograma) actualización

B. SHOOTING IN ICA, CUSCO & LORETO

La agencia organizará un viaje y rodaje en el destino Perú: Debe incorporar todos los costos de viaje, honorarios de agencia, honorarios de Kol, costos de producción, edición, logística, gestión y operación previos al rodaje, permisos de las locaciones.

Fecha tentativa de rodaje abril 2025.

El proyecto incluirá 01 viaje de aproximadamente 15 días, con los 2 KOL (Influencer/ Key Opinion Leader) deberá ir a 3 regiones, destinos tentativos:

Ica: Líneas de Nasca

Cusco: MachuPicchu, Montaña Palccoyo, Moray.

Loreto: Rodaje en alojamientos tipo lodges, experiencias en turismo de naturaleza, restaurante flotante

*Locaciones finales, no regiones, serán acordadas previo al viaje de shooting

La empresa debe de proporcionar lo siguiente:

- a) Lista de equipos necesarios para la creación de contenidos, los cuales deberán ser traídos a Perú.
- b) Lista del staff creativo: Al menos 5 personas: Productores (2), Video grafo (1), fotógrafo (1), Coordinador (1).
- c) Itinerario del shooting el cuál será aprobado por Promperú.

El equipo tendrá numerosas reuniones durante el período de pre-producción para revisión de itinerario de viaje, locaciones, experiencias, dirección de arte, styling, propuesta del director (guión / storyboard / referencias de estilo de edición), planificación y durante el período de postproducción y edición en Corea del Sur que se reflejarán en el Cronograma de la estrategia de desarrollo de contenido y plan Incluye los costos de permisos de filmación.

El proveedor debe entregar el material B-roll que no se utilice en los videos editados de KOL un mínimo de 50 fotos y videos en crudo los cuales serán subidos a un drive. Entregar el footage no utilizado en las versiones de vídeo editadas (material “b-roll”) .

NOTA IMPORTANTE: sobre derechos de reproducción

PROMPERÚ utilizará todo el contenido generado en acciones promocionales, incluidos proyectos de marketing en cooperación con terceros. El proveedor, en virtud del contrato, cederá los derechos de reproducción de todo el material para estos fines.

Es importante mencionar que el rodaje y la fotografía se realizarán en Perú. El resto del servicio, que constituye la mayor parte, lo llevará a cabo el equipo principal desde las oficinas del proveedor en Corea del Sur. PROMPERÚ podrá utilizar la captura b-roll en diversas actividades de marketing con fines de promoción turística del Perú, incluyendo: redes sociales, sitio web oficial, plataformas digitales, campañas comerciales con socios y otras acciones de marketing.

Trabajos de edición, efectos visuales, derechos de piezas musicales, títulos.

C. KOL: Key Opinion Leader

- El proveedor deberá enviar una preselección de al menos 6 KOL de calidad para generar interacciones positivas de su audiencia sobre nuestros destinos en este viaje.
- Los aspectos a considerar en la preselección deben ser:
 - Tamaño de la audiencia: superior a los 150 mil seguidores en Instagram.
 - Nicho: viajes, aventura, naturaleza, cultura y gastronomía.
 - Plataformas clave: Instagram, YouTube y TikTok.
 - Demografía de la audiencia: audiencia mínima del 50% del mercado sur coreano.
 - Los influenciadores propuestos podrán ser de la plataforma de Instagram, con preferencia por aquellos que tengan presencia en otras plataformas como YouTube y cuenten con los indicadores apropiados para la finalidad de este servicio. La elección final del/la influenciador(a) la da PROMPERÚ.
- Los destinos y las fechas de las visitas que tendrá el viaje a Perú se definirán en coordinación con PROMPERÚ, y el número de días en el país no será inferior a diez (10) días calendario, previa aprobación de PROMPERÚ.
- La operación y vuelos (incluido seguro) serán pagados por el proveedor a la aerolínea o al tour operador/agencia de viaje, y PROMPERÚ no tendrá ningún cargo por este concepto (esto quiere decir que la totalidad del viaje la paga el proveedor).
- El tour operador o agencia de viaje que organice el viaje deberá ser previamente validado por PROMPERÚ. Asimismo, el proveedor deberá prever los permisos por solicitar, visas, coordinaciones y pagos necesarios para el ingreso de sus equipos de filmación como drones, entre otros.
- El proveedor deberá establecer los contactos y negociaciones del/de la KOL. El costo de

- contratación o fee del/de la influenciador(a) deben ser cubiertos por el proveedor.
- Los (02) KOLs seleccionados por Promperú se comprometen a participar como protagonistas en la producción de material audiovisual promocional. Este material incluirá, pero no se limitará a:
 - Un vídeo promocional principal que destaque las experiencias del KOL en diversos destinos turísticos del Perú.
 - Fotografías, clips cortos y raw material behind-the-scenes, según se acuerden mutuamente.
 - El/la KOL elegido(a) deberá promocionar sus experiencias en el Perú y compartir la campaña de Perú en sus redes sociales.

D. CREACIÓN Y PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS EN LAS CUENTAS DE VISITPERU.KR

El proveedor deberá realizar las siguientes actividades:

1. Crear una matriz de contenido para ser publicado en las redes sociales de Visit Peru para el mercado Surcoreano: Meta (Instagram, Facebook), Naver y YouTube, de acuerdo al plan de contenidos aprobado para la campaña.
2. Dentro de los contenidos a realizar por el proveedor, se deberán generar:
 - a. Mínimo un (01) vídeo: con duración de aproximadamente 1 a 2 min (formato MP4).
 - b. Mínimo dos (02) videos cortos: deben presentarse en 3 formatos por cada uno de ellos (vertical, cuadrado y horizontal), con duración aproximada de 90 segundos cada uno (formato MP4).

Consideraciones:

- La distribución de los contenidos como el número de publicaciones por plataforma puede variar y se determinará en el plan de contenidos aprobado para la campaña.
- Las publicaciones de la matriz de contenido se deben presentar en idioma inglés para la aprobación de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo / Departamento del Mercado Asia y Oceanía y la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País (OEIM).
- La matriz final de contenido se entregará a PROMPERÚ vía correo electrónico mediante un link de Drive, con al menos 20 días calendario de anticipación al inicio de la campaña para su revisión.

E. REALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE CONTENIDO CON KOL

- El proveedor se encargará de presentar la mecánica de difusión de los (2) KOLs elegidos (número de publicaciones, plataformas de RRSS, formatos, calendario en el plan de trabajo).
- Los contenidos que realizará cada KOL en sus propias cuentas de redes sociales, debe considerar como mínimo:

Durante el viaje:

- Mínimo 1 publicación en la plataforma Instagram en su feed, ya sea video, carrusel o foto sobre su viaje a Perú. (que se mantenga en el feed durante al menos un año).
- Mínimo 10 historias por todo el viaje en la plataforma Instagram.
- Crear 1 historia destacada sobre Perú en su perfil (conservación mínima de un año), donde estén las historias que realice durante su viaje al Perú.

- Mínimo 2 publicaciones durante el viaje en las demás redes sociales que posea.
- El KOL deberá usar en todas sus publicaciones el # de campaña, así como etiquetar y mencionar a la cuenta oficial de Visit Peru KR en sus diferentes redes sociales.
- Por cada KOL, la entrega de mínimo 10 fotografías y 3 videos en alta resolución con derechos de autor y permiso de uso de su imagen para uso de PROMPERÚ en redes sociales y medios digitales. Si el/la KOL aparece en las imágenes, también otorga su permiso para que sean utilizadas en cualquier edición que realice la institución.
- Por cada KOL, PROMPERÚ seleccionará 10 fotografías de un rango de 40 fotografías realizadas por el/la KOL y elegirá 3 videos de un rango de 10 videos, los cuales pueden ser videos publicados o material bruto no registrado, para su posterior edición. El material debe ser entregado en un formato que permita su edición.

Durante la campaña:

- Mínimo 2 historias sobre su viaje a Perú, conversación con su público de la experiencia que se tuvo y sobre la campaña.
 - Mínimo 1 publicación en su feed en la plataforma Instagram, ya sea video, carrusel o foto sobre su viaje a Perú y de la campaña que ha sido parte (que se mantenga en el feed durante al menos un año).
 - Cada KOL se compromete a compartir todos los videos generados por PROMPERÚ para la campaña, participando como colaborador(a) oficial a través de la función 'Collab' en Instagram y en otras redes sociales que tenga presencia.
 - El KOL deberá usar en todas sus publicaciones el # de campaña, así como etiquetar y mencionar a la cuenta oficial de Visit Peru KR en sus diferentes redes sociales.
- El proveedor monitoreará y reportará las publicaciones de cada KOL diariamente. La agencia apoyará en revisar los contenidos y publicación que realice cada KOL y al finalizar el viaje, el proveedor deberá proporcionar un reporte con las acciones realizadas por cada KOL (a), así como un desglose de sus principales métricas alcanzadas para analizar el impacto de las mismas (Incluye la fecha, el contenido, el número de interacciones (me gusta, comentarios, compartidos y métricas de alcance e impacto).

Cláusula de Confidencialidad y Comportamiento Post-Contrato

Cada KOL se compromete a abstenerse de realizar cualquier declaración pública, comentario o publicación en sus redes sociales que pueda dañar, de manera directa o indirecta, la imagen del destino Perú durante la vigencia del contrato y por un período de 12 meses posteriores a la finalización del mismo.

Los 02 KOLs acuerdan que cualquier comentario, imagen, vídeo u otro contenido que pudiera ser interpretado como perjudicial o negativo hacia el destino Perú deberá ser evitado, en aras de preservar la integridad de la campaña promocional y el esfuerzo de promoción turística realizado por PROMPERÚ. Este compromiso incluye la obligación de mantener un comportamiento responsable y profesional respecto a cualquier opinión o contenido que se comparta públicamente sobre el país, sus servicios turísticos o su población.

Cualquier incumplimiento de esta cláusula podrá ser considerado como una violación del acuerdo, otorgando a PROMPERÚ el derecho de tomar las acciones legales correspondientes para salvaguardar la imagen y reputación del destino Perú.

F. DERECHOS DE USO DE IMAGEN

- KOLs (04 influencers¹)
 - o Pago por el derecho de uso de imagen de PROMPERÚ por 01 año en redes sociales, medios digitales y web perutravel.co.kr. Si los KOL aparecen en las imágenes, también otorga su permiso para que sean utilizadas en cualquier edición que realice la institución.
 - o Periodo: Inicio de campaña en redes sociales por 365 días calendario.
- 02 KOLs surcoreanos para la nueva campaña
 - o Pago por el derecho de uso de imagen de los KOLs que participen en la filmación, por el periodo de 01 año.
 - o Utilización de imágenes para las RRSS y Web de PROMPERÚ.

Nota Importante:

- PROMPERÚ tendrá los derechos de uso de la imagen proporcionada por los KOLs para la nueva campaña por un período de un año a partir del 1er día de las grabaciones con los KOLs.
- Los KOLs para la nueva campaña no deberán participar durante el año de contratación para el uso de su imagen en campañas de promoción para alguno de los países limítrofes de Perú (Chile, Ecuador, Bolivia, Colombia y Brasil).

G. COMPRA DE PUBLICIDAD

La planificación de medios que entregue el proveedor a Promperú debe incluir la estrategia y la compra de medios online. Se requiere que la compra de medios para este proyecto sea por un periodo de 02 meses (alrededor de agosto septiembre del 2025) con el objetivo de generar awareness y consideración en el mercado para el segmento millennials.

El plan de medios debe incluir KPI's, objetivos (alcance/impactos/frecuencia), segmentación, formato, período, presupuesto y tipo de compra para esta campaña.

La coordinación con el actual Community Manager se debe realizar diariamente para evitar cualquier error al utilizar cualquiera de los canales de redes sociales oficiales de PromPerú para la compra de medios.

El proveedor debe enviar un (1) Informe detallando las evidencias y resultados de la compra de medios al finalizar el servicio.

Los KPI[1] a considerar para la compra de medios son las impresiones, los clics, las visualizaciones. Además, las características del segmento elegido se alinearon con el target millennial.

[1] KPI: Key performance indicator

H. LANDING perutravel.co.kr

a.DISEÑO Y CONTENIDOS

¹ Referencia: SERVICIO DE AGENCIA DE MARKETING DIGITAL PARA PAGO DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN DE INFLUENCERS Y PAGO DE ALOJAMIENTO DE HOSTING Y DOMINIO DE CAMPAÑA DIGITAL DEL MERCADO COREA DEL SUR Orden de Servicio OS2312009

a.1 Sobre el diseño de una nueva sección dentro de perutravel.co.kr

El proveedor deberá diseñar, desarrollar e implementar una nueva sección administrable dentro del minisito perutravel.co.kr que actúe como galería multimedia de los videos y contenidos generados para la campaña. La agencia deberá garantizar que esta integración sea coherente con la arquitectura de la información del sitio, diseño que vaya con la campaña y manuales de marca, optimizando la experiencia de usuario (UX) e incorporando accesos visibles en la estructura de navegación, como en el menú principal y otros puntos clave definidos por el diseño y la usabilidad del site, para lo cual se necesita que realice las siguientes actividades:

- Diseñar la estructura de la galería de videos, además de proponer wireframes o prototipos de la nueva sección para asegurar una integración fluida con el diseño existente. Estas propuestas de diseño conceptual deben ser enviadas para la aprobación de Promperú.
- La sección de videos dentro del sitio debe contemplar que el diseño sea responsivo y compatible con dispositivos móviles.
- Se debe considerar el añadir la funcionalidad de reproducción de videos y la carga optimizada para un buen rendimiento.
- Asegurar que la galería funcione como repositorio, permitiendo la fácil actualización de nuevos videos a futuro.
- Se deberá integrar un acceso directo a la nueva sección de contenido de la campaña en el menú de navegación de perutravel.co.kr, garantizando una correcta jerarquización y usabilidad dentro del flujo actual del sitio. Se deberán entregar un mínimo de dos propuestas de rediseño (desktop y mobile) en la navegabilidad para ser revisadas y aprobadas por PROMPERÚ.
- Rediseñar la página principal (home) del landing, añadiendo uno o dos módulos (dependiendo del contenido proporcionado por el área usuaria), los cuales deberán destacar parte del contenido de la campaña de manera visualmente atractiva y alineada con la estructura actual del sitio. Se deberán entregar un mínimo de dos propuestas (desktop y mobile) en el rediseño de la home para ser revisadas y aprobadas por PROMPERÚ.
- Optimización para SEO: Incluir etiquetas, descripciones y metadatos relevantes para mejorar la visibilidad de la galería en buscadores. Asegurar que la carga de los videos no afecte el rendimiento general del sitio.

a.2 Actualización de contenidos del site perutravel.co.kr:

El proveedor deberá realizar una auditoría completa del sitio web para detectar y corregir enlaces rotos, contenido desactualizado o cualquier otro elemento que pueda afectar la funcionalidad o la experiencia de usuario del landing perutravel.co.kr.

DESARROLLO

Para la nueva sección, el proveedor deberá desarrollar un módulo administrador a fin que la nueva sección sea administrable. Cabe mencionar que para todos los desarrollos contemplados en el servicio el proveedor deberá tener en cuenta las siguientes consideraciones técnicas:

Consideraciones Técnicas

- Entorno Windows Servidor Web IIS 10.
- Windows Server 2019 Standard en adelante.

- Internet Information Server (IIS) 10.
- Desarrollo en Capas. No usar enlatados.
- Soluciones en Visual Studio 2019 en adelante.
- Desarrollo sobre la base de Net Core MVC, Net Core 7 o superior y que actualmente cuente con soporte de Microsoft vigente.
- Node JS, HTML5.
- Lenguaje de programación C#. Programación Asíncrona de preferencia.
- Base de Datos Microsoft SQL.
- SQL Standard 2017.
- No usar FullText.
- No usar Entity Framework para la conexión a la Base de Datos.
- Se debe trabajar en capas y a través de procedimientos almacenados.
- Documentar los objetos creados en la Base de Datos.
- Desarrollo Responsive.
- Debe generar los log de errores del lado del servidor de aplicaciones como de la programación.
- El desarrollo debe contemplar que el puerto 80 no debe ser exclusivo. La plataforma debe convivir con otras que se publiquen en el servidor de aplicaciones, compartiendo dicho puerto.
- Restricciones para las carpetas con permisos de escritura para el Pool Identity.
- Pool Identity para cada solución (FrontEnd y BackEnd).
- El desarrollo no puede contener archivos de scripts del lado del servidor o ejecutables (solo contenido estático).
- Si en el desarrollo el proveedor utiliza alguna librería comercial, está al final del servicio pasa a nombre de PROMPERÚ con una licencia de al menos un año y con la documentación respectiva.
- El proveedor deberá considerar la creación de un módulo que permita administrar la nueva sección. El desarrollo del módulo debe estar acorde a los lineamientos (Documentos de estándares de programación y base de datos para el análisis, diseño y desarrollo web) brindados por la Oficina de Tecnologías de la Información (OTI) de PROMPERÚ y debe ser de fácil uso para el usuario. El código de Google Tag Manager o G4 Universal será proporcionado por PROMPERÚ
- Restricciones para las carpetas con permisos de escritura para el Pool Identity NO pueden contener archivos de scripts del lado del servidor o ejecutables (solo contenido estático).
- No usar Viewstate^[1]
- El aplicativo web final debe ser validado mediante los analizadores de código de la W3C.
- La web deberá ser compatible con los exploradores más usados del mercado: Mozilla Firefox, Google Chrome, Edge, Safari. También en los dispositivos iPhone y Android.
- Deberá garantizar la seguridad de la información y la base de datos. Toda aplicación para su aprobación de publicación debe contar con el informe de vulnerabilidad sin riesgos, se debe utilizar las siguientes herramientas: OWASP, Acunetix WVS Consultant, HP WebInspect o IBM AppScan. Así mismo, se debe seguir las buenas prácticas de programación: https://owasp.org/www-pdf-archive/OWASP_SCP_Quick_Reference_Guide_v2.pdf

- Metodología para el Desarrollo del software:

Todo desarrollo realizado dentro del servicio, debe ser realizado de acuerdo a las siguientes fases:

Fase 1: Análisis de los Requerimientos

En esta etapa inicial se debe realizar el análisis de los requerimientos en coordinación con PROMPERU.

El proveedor, propondrá alternativas técnicas viables, las cuales serán evaluadas de manera conjunta con los especialistas de la coordinación de Departamento de Asia y Oceanía (DMAO) y medios digitales, para ello se realizarán reuniones, de manera que se pueda elegir la solución óptima; sobre la cual el proveedor podrá continuar con la siguiente fase.

El proveedor deberá registrar los requerimientos funcionales y no funcionales en el formato de Especificación de Requerimientos los cuales deberán ser validados por PROMPERÚ.

El proveedor deberá presentar el plan de trabajo del desarrollo a realizar hasta 20 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato, el cual debe ser aprobado por PROMPERU.

Así mismo, deberá realizar una propuesta de diseño de wireframes del desarrollo a realizar y enviarla vía correo electrónico, además de presentarlo de acuerdo al plan de trabajo para su aprobación hasta 30 días desde la presentación del plan

Fase 2: Análisis y Diseño de Sistemas

En base a la versión validada del formato de Especificación de Requerimientos, el contratista deberá actualizar los siguientes documentos previa coordinación con la Oficina de Tecnologías de la Información (OTI).

- Diccionario de Datos que incluye: Diagrama Entidad Relación (modificaciones) y Diccionario de Datos (modificaciones), incluir script de base de datos.(Si se ha realizado alguna modificación a nivel de BD)

El proveedor deberá realizar el diseño de mockups estilo prototipo navegable para la web en cual deberá ser aprobado para el inicio del desarrollo

Fase 3: Desarrollo

El contratista deberá desarrollar las funcionalidades solicitadas; para ello, accederá a las fuentes de los programas a través del repositorio de código fuente y respetará los estándares proporcionados por PROMPERÚ. Al finalizar, deberá validar las funcionalidades en sus ambientes.

Todos los cambios realizados en las fuentes deberán ser registrados en el repositorio de PROMPERÚ, los cuales serán revisados a fin de que cumplan con el estándar de desarrollo proporcionado por PROMPERÚ.

Las funcionalidades desarrolladas deberán ser entregadas de acuerdo con el cronograma establecido en el Plan de Trabajo.

Análisis de Vulnerabilidad

El análisis de vulnerabilidades debe realizarse paralelamente al desarrollo, para evitar incurrir en errores que posteriormente generen retrabajos de programación.

Concluida la fase de desarrollo, se deberá entregar los códigos fuentes y documentación del software desarrollado a PROMPERÚ para el respectivo pase a producción, mediante un contenedor web seguro (Drive, Dropbox, Mega o Azure).

Asimismo, deberá entregar al día siguiente de validar las funcionalidades, un reporte de escaneo realizado, el cual certifique la inexistencia de vulnerabilidades. El reporte será enviado por correo electrónico.

Análisis de Pruebas de Estrés

Se debe realizar los análisis de rendimiento para determinar la solidez de la aplicación y pruebas de carga en condiciones de sobrecarga de solicitudes de la aplicación.

Ninguna página creada u optimizada debe cargar en más de 3 segundos. Se validará este requerimiento usando la herramienta PageSpeed Insights de Google y deberá conseguir un puntaje mínimo de 80 puntos.

Fase 4: Pruebas y Gestión de la Calidad

Es una fase que se ejecuta transversalmente, en la cual el proveedor deberá realizar las pruebas unitarias en su ambiente de pruebas; luego documentarlas y enviarlas por correo electrónico al especialista del área usuaria, coordinación de Departamento de Asia y Oceanía (DMAO) , de manera que se garantice la menor cantidad de errores posibles durante el proceso de revisión por parte de los Especialistas de PROMPERÚ.

Una vez finalizado el desarrollo el proveedor deberá entregar las fuentes y la documentación técnica correspondiente para realizar el despliegue en los ambientes de QA de PROMPERÚ. El proveedor deberá en todo momento apoyar a la Oficina de Tecnologías de la Información a realizar el despliegue en los ambientes de PROMPERÚ.

Se deberán planificar y realizar pruebas y validaciones en el ambiente de PROMPERÚ de QA por parte de los Especialistas de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País (OEIM) y la coordinación de Departamento de Asia y Oceanía (DMAO), de manera que garanticen el cumplimiento de todos los requerimientos solicitados.

La Oficina de Tecnologías de la Información (OTI) realizará las validaciones técnicas del desarrollo entregado, de encontrarse observaciones estas deberán ser resueltas por el proveedor antes del pase a producción.

Fase 5: Pase a Preproducción y Producción

Concluida la fase de pruebas (técnicas y funcionales), el proveedor en coordinación con los Especialistas de la Oficina de Tecnologías de la Información (OTI), coordinará el pase del software desarrollado hacia los ambientes de PROMPERÚ, para ello el proveedor previamente debe haber entregado las fuentes finales y la documentación correspondiente para realizar los despliegues.

Para ello deberá entregar por ventanilla virtual:

- Código fuente de los programas desarrollados.
- Archivo de Script de base de datos.
- Manual de despliegue.
- Informe de vulnerabilidad.
- Informe de pruebas de estrés.
- Documentación relacionada al desarrollo.
- Toda la documentación deberá ser entregada en español

Con esta documentación, la Oficina de tecnologías de la Información realizará la instalación en los ambientes de preproducción, realizará las validaciones y emitirá la conformidad a nivel técnico; luego, la coordinación de Departamento de Asia y Oceanía (DMAO) y la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País (OEIM) revisará la documentación y emitirá la conformidad funcional. Con ambas aprobaciones se procederá a realizar el pase a producción, para lo cual se seguirán los mismos procedimientos que el pase a preproducción.

De encontrarse errores en los documentos y archivos recibidos, se notificará al contratista para la corrección respectiva en un plazo máximo de 7 días calendarios.

7.2. PERFIL DEL PROVEEDOR

Requisitos:

- La agencia deberá contar con experiencia comprobada en al menos tres (03) servicios similares al objeto de esta contratación, realizados en los últimos cinco (05) años contados a partir de la presentación de ofertas.
- Empresa legalmente establecida en Corea del Sur, en funcionamiento durante 5 años como mínimo.

Se consideran servicios similares a los siguientes:

- Desarrollo de campañas digitales (orgánicas y pagadas) y planes de comunicación digital en redes sociales dirigidas a consumidor final, desarrollo y gestión de contenidos para diversas plataformas (Instagram, YouTube, Facebook y Naver), o
- Generación de contenidos digitales para campañas en redes sociales y gestión de influencers para el mercado de Corea del Sur, o
- Servicios relacionados al desarrollo de campañas de comunicación en redes sociales dirigidas al consumidor final para la industria del turismo y desarrollo de contenido, ejecución y medición de marketing digital en el mercado surcoreano.

Acreditación:

- Se acreditará con copia simple del registro mercantil o constancia de registros públicos, que demuestre fehacientemente la licencia de funcionamiento de la empresa en Corea del Sur.
- La experiencia del postor con copia legible de: (i) contratos o (ii) órdenes de servicio o (iii) constancia de conformidad del servicio o (iv) constancia de prestación de servicios emitido y firmado por sus clientes, que demuestre la experiencia requerida del postor en la especialidad.

Nota: La documentación para la acreditación deberá ser enviada a PROMPERÚ con su respectiva traducción simple en idioma inglés.

7.3. LUGAR Y PLAZO DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Lugar: Corea del Sur y filmación en Perú

El plazo de ejecución será a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato hasta 280 días calendario.

7.4. PRODUCTOS

Se deben entregar 06 productos, los cuales deberán ser enviados de manera digital a Ventanilla virtual <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/> dirigido a Departamento de Mercado de Asia y Oceanía (DMAO) de PROMPERÚ de acuerdo al siguiente detalle:

<u>Producto</u>	<u>Descripción</u>	<u>Tiempo límite</u>
Nº 1	<ol style="list-style-type: none">1. Propuesta de KOLs (Key Opinion Leaders) propuestos con métricas detalladas mínimo.2. Análisis sobre el cual se desarrolló la ideación del plan de marketing.3. User Persona basada en el objetivo propuesto, destacando el tipo de usuario que se dirigirá con la campaña.4. Proyección de resultados y plan de campaña en curso.5. Especificaciones de formatos a utilizar en la campaña a nivel creativo (dimensiones, resolución, formato y otros detalles necesarios).6. Plan de producción para la campaña.7. Carta de derechos de uso de imagen de los	Hasta 20 días calendario a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato.

	<p>KOLs referencia OS2312009 por un año.</p> <p>8. Carta de uso de imagen para la asistencia de los KOLs en la grabación 2025.</p>	
N° 2	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategia y plan de compra de medios. El plan debe incluir lo solicitado en el punto F. COMPRA DE PUBLICIDAD. - Plan de contenido digital para nuestras redes sociales, piezas digitales, menciones de los KOLs, etc. - Plan de contenido digital para la actualización del sitio web (cronograma). <p>Sobre la web:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Formato de Análisis de requerimientos. ● Wireframes (Fuentes del diseño) 	Hasta 60 días calendario a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato.
N° 3	<p>Sobre la web:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Mockups (UX) en prototipo navegable y archivo editable. (Fuentes). ● Diccionario de Datos. ● Modelo de datos (físico y lógico) 	Hasta 80 días calendario a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato.
N° 4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lista del staff creativo 2. Lista de los equipos que trajeron a Perú para la creación de contenidos 3. Itinerario del shooting confirmado con reservas de hotel, tren, tickets aéreos nacionales e internacionales pagados. 4. Plan de contenidos digitales de 	Hasta 100 días calendario a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato.

	los 02 KOLs para la campaña.	
Nº5	<p>1. Reporte de material audiovisual entregado el punto 7 / 7.1 / D. CREACIÓN Y PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS EN LAS CUENTAS DE VISITPERU.KR (02 videos de 90 segundos y 01 video de entre 1 y 2 minutos)</p> <p>2. Un mínimo de 50 fotos y videos en crudo los cuales serán subidos a un drive.</p> <p>3. Entregar el footage no utilizado en las versiones de vídeo editadas (material “b-roll”) .</p> <p>4. Mínimo 10 fotografías y 3 videos en alta resolución entregadas por cada KOL.</p> <p>5. Informe de contenidos realizados por el proveedor para las cuentas de VisitPeru.kr, de acuerdo con lo señalado en el punto 7 / 7.1 / D. CREACIÓN Y PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS EN LAS CUENTAS DE VISITPERU.KR</p> <p>6. Informe de contenidos realizados por el KOL, de acuerdo con lo señalado en el punto E. REALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE CONTENIDO CON KOL</p> <p>Sobre la web:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Código fuente del Software, con los componentes utilizados incluir recurso multimedia (imágenes, videos, etc). - Backup de la DB (Estructura, datos, funciones y 	Hasta 180 días calendario a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato.

	<p>procedimientos)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Script de base de datos - Actas de las pruebas realizadas por el proveedor y los resultados obtenidos comparados con los esperados, en el ambiente del proveedor. - Manuales de Usuario - Manual de despliegue con el detalle técnico para realizar los pases a los ambientes de PROMPERÚ - Informe de los resultados de escaneo de Vulnerabilidades, estrés y las correcciones realizadas en el ambiente del proveedor. 	
N°6	<ol style="list-style-type: none"> 1. Informe de evidencias y resultados de la campaña: en términos de KPI, insights, conclusiones y recomendaciones. Incluir estadísticas obtenidas en el landing de campaña. 2. Reporte de las publicaciones de los KOLs y métricas alcanzadas. Conclusiones y recomendaciones. 	Hasta 280 días calendario a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato.

7.5. OTRAS OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

El contratista es 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 moneda extranjera (dólares estadounidenses) mediante transferencia bancaria en (06) pagos parciales como se indica; para lo cual, el proveedor deberá haber entregado los productos correspondientes, luego será emitida la conformidad.

N°	Producto	Porcentaje (%)
N° 1	Producto 1	20%
N° 2	Producto 2	20%
N° 3	Producto 3	10%
N° 4	Producto 4 * ²	20%
N° 5	Producto 5*	20%
N° 6	Producto 6*	10%

Nota:

Según Directiva 001-2022-/PROMPERU/GG-OAD, NUMERAL 5.2. se indica lo siguiente:

(...) “la retribución que corresponde por la parte del servicio que se ejecutará solamente en el territorio peruano se encuentra dentro del ámbito de aplicación del impuesto a la renta, según normativa del Perú”

Los servicios digitales se encuentran afectos a la retención del impuesto a la renta (30%) para proveedores no domiciliados en territorio nacional.

Asimismo, el proveedor enviará su comprobante de pago a la dirección de correo electrónico

² * Pagos se encuentra dentro del ámbito de aplicación del impuesto a la renta

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

7.7. CONFORMIDAD DEL SERVICIO

La conformidad será emitida por la coordinación del Departamento del Mercado de Asia y Oceanía (DMAO) y la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo (STR); previamente debe contar con el visto bueno de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País (OEIM) y de la Oficina de Tecnologías Informáticas (OTI), en un plazo que no superará los 7 días calendario de recibido el entregable.

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:

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

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 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:

- 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 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.

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.

15. INDEMNIDAD POR CONFLICTOS POR DERECHOS DE AUTOR

EL PROVEEDOR se obliga a mantener indemne a PROMPERÚ, de manera integral, incondicional y exclusiva, contra cualquier denuncia, queja, demanda y/o reclamo de terceros relacionado a la prestación de servicios regulado por el presente, de algún modo vinculado a su elaboración. De manera enunciativa mas no limitativa, EL PROVEEDOR deberá mantener indemne a PROMPERÚ contra cualquier denuncia, queja, demanda y/o reclamo relacionado con los servicios regulados por el presente, en caso hayan sido elaborados sin contar con la autorización de los autores de obras preexistentes; en contravención a normas legales; o en caso la misma viole o infringe algún derecho protegido por el Derecho de Autor, derechos de marcas o cualquier otro derecho intelectual, así como derechos a la persona, al honor, a la

imagen o cualquier otro derecho fundamental de la persona; o en caso viole los derechos de terceros, y cualquier denuncia, queja, demanda y/o reclamo por cualquier otro supuesto.

Asimismo, teniendo en cuenta la obligación de EL PROVEEDOR de mantener indemne a PROMPERÚ ante cualquier reclamo de terceros relacionado con los servicios regulados por el presente, este último deberá informar a EL PROVEEDOR de cualquier denuncia, queja, demanda y/o reclamo que existiese para que pueda iniciar la defensa correspondiente.

Si a pesar de lo anterior, cualquier autoridad o titular afectado imputara responsabilidad a PROMPERÚ y se decidiera la imposición de sanciones pecuniarias o indemnizaciones, éstas serán pagadas por EL PROVEEDOR. En caso fueran pagadas por PROMPERÚ, serán reembolsadas por EL PROVEEDOR, sin perjuicio de la responsabilidad que pudiera corresponderle por cualquier daño o perjuicio ulterior causado a PROMPERÚ, o sus funcionarios y/o servidores. En todos los casos señalados anteriormente, EL PROVEEDOR se obliga a asumir todos los gastos en que hubiera tenido que incurrir PROMPERÚ por tales situaciones, incluyendo gastos de patrocinio legal, judiciales, policiales y administrativos que correspondan.