



## TÉRMINOS DE REFERENCIA

### SERVICIO DE EJECUCIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE GENERACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES Y DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN EN LAS REDES SOCIALES, PAUTA DIGITAL E INFLUENCIADORES PARA EL MERCADO ITALIANO

#### 1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

**Área Usaria:** Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo/Departamento del Mercado Europeo.

#### 2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Contratar una agencia de marketing digital con experiencia en el mercado italiano para que brinde el servicio de ejecución de una estrategia de generación de contenidos digitales y desarrollo e implementación en las redes sociales, pauta digital e influenciadores para la promoción del Perú como un destino de viaje en el mercado italiano. El proveedor será responsable de la creación y lanzamiento de la child en Italia.

#### 3. FINALIDAD PÚBLICA

El objetivo de esta contratación es promover la recuperación del turismo internacional y las divisas generadas a través de la generación y promoción de contenido de valor dirigido al mercado de Italia, con el fin de aumentar el conocimiento sobre nuestro destino entre la audiencia italiana y estimular su interés en viajar.

#### 4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

La presente contratación corresponde al ÁPEX 0271.2024 Gestor de redes sociales de Italia.  
Centro de costo: Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo – Departamento del Mercado Europeo.

#### 5. ANTECEDENTES

La Dirección de Promoción del Turismo es el órgano de línea responsable de la promoción del turismo receptivo e interno, a través de la realización de actividades de promoción del destino Perú, de fortalecimiento de la gestión comercial de las empresas y de inteligencia turística, que contribuyan con el desarrollo sostenido y descentralizado del país, en concordancia con las políticas, lineamientos, objetivos y metas sectoriales. Su gestión impacta en el objetivo general institucional de contribuir efectivamente al crecimiento sostenido y descentralizado de las divisas generadas por turismo.

Dentro del plan de actividades del mercado italiano se contempló la contratación de un proveedor que brinde el servicio de manejo de plataformas digitales y creación de contenido para redes sociales, dirigido exclusivamente al consumidor final italiano, a fin de promocionar el destino Perú eficientemente en las redes sociales en Italia.

El proveedor seleccionado llevará a cabo un diagnóstico inicial sobre los hábitos digitales del público objetivo italiano. Esto permitirá determinar qué plataformas se crearán o utilizarán para este mercado. Además, el proveedor desarrollará una estrategia de comunicación para el lanzamiento y un plan de mantenimiento continuo.

## 6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

Promocionar al Perú, como destino turístico, en canales digitales mediante la contratación de un proveedor que brinde el servicio de estrategia de generación de contenidos digitales y desarrollo e implementación en las redes sociales, pauta digital e influencers para el mercado italiano.

Para ello el proveedor determinará qué plataformas de redes sociales son las adecuadas para impactar al público objetivo en base a un análisis de la afinidad, consumo y penetración de las redes sociales en el target objetivo (millennials y generación X). Luego, se crearán cuentas en las plataformas identificadas y se lanzarán en el mercado italiano.

## 7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

El proveedor deberá estar en capacidad de desarrollar, implementar y ejecutar una estrategia de lanzamiento de la child en el mercado italiano, con todas las acciones respectivas que se genere, incluyendo lo siguiente:

### 7.1 ACTIVIDADES

#### a) Desarrollo de una estrategia de lanzamiento digital de la child de Italia

- Diagnóstico del ecosistema digital PROMPERÚ para el mercado europeo del último año.
- Diagnóstico del consumo de internet enfocado en el siguiente target:
  - Millennials, hombres y mujeres de 22 a 41 años, residentes de la ciudad Roma y Milán, interesados en viajar.
  - Generación X, hombres y mujeres de 42 a 55 años, residentes de la ciudad Roma y Milán, interesados en viajar.

El diagnóstico deberá incluir penetración de Internet, redes sociales predominantes, medios principales de consumo, horarios pico de consumo, dispositivos desde los que acceden a las redes sociales, análisis detallado del comportamiento en las 05 redes sociales principales.

El resultado de este diagnóstico debe definir las plataformas y formatos más pertinentes para este público.

- Análisis de 05 marcas exitosas en las redes sociales en el mercado italiano y sus mejores prácticas.
- Análisis competitivo de las redes sociales de 03 destinos competidores en el mercado italiano. El proveedor brindará una propuesta de 05 países a ser considerados como competidores, la propuesta debe estar sustentada con algún estudio/reporte.
- Desarrollo del buyer persona (considerando segmentación socio demográfica, psicográfica y conductual).
- Desarrollar e implementar un plan de comunicación digital de lanzamiento de la "Child", que abarque la definición de objetivos, identificación del público objetivo, así como la estrategia creativa y de contenido para cada red social, de acuerdo al análisis realizado.
- Desarrollar e implementar una estrategia de mantenimiento posterior al lanzamiento. Esta estrategia de contenidos deberá detallar el tipo de contenido, formato por cada red, ejes temáticos (cultura, aventura, naturaleza, gastronomía, efemérides, noticias), calendario de publicación.
- Plan anual de efemérides nacionales, locales e internacionales para el mercado de Italia.



- El proveedor deberá presentar por lo menos tres (03) propuestas de línea gráfica para las publicaciones que se realizarán en redes sociales, en todos los formatos (gráfica, videos, stories), acorde al Manual de identidad visual.
- Proyección de resultados esperados al finalizar el servicio.
- PROMPERÚ, enviará cuadro de campañas, destinos y atractivos priorizados para agregarlo a la matriz de contenidos.

#### **b) Realización y difusión de contenido con influencers**

- El proveedor deberá recomendar influencers (con más de 25k seguidores, buena reputación y alcance del influencer, buen nivel de engagement con su comunidad, comentarios positivos en sus cuentas) para generar interacciones positivas con las audiencias sobre nuestro destino.
- Los perfiles deberán seguir las mismas líneas temáticas de las campañas a realizarse y segmentos priorizados (gastronomía, aventura, viajes, turismo, etc. u otros relacionados)
- Los aspectos a considerar en la preselección deben ser:
  - Tamaño de la audiencia: superior a 25K seguidores.
  - Nicho: aventura, naturaleza, cultura y gastronomía.
  - Demografía de la audiencia: influenciadores con audiencia mínima del 50% del mercado.
- El proveedor deberá enviar una preselección de seis (06) influencers, de los cuales PROMPERÚ validará y seleccionará al menos dos (02).
- Los dos (02) influenciadores tendrán que ser enviados al destino en uno o más viajes para promocionar sus experiencias en sus canales sociales a su base de fans en su país.
- Se debe considerar hoteles de al menos 4 estrellas y restaurantes de al menos 4 tenedores. El viaje debe incluir el acompañamiento de un (01) representante de PROMPERÚ y un (01) guía para todas las visitas a realizar durante todo el viaje en el Perú.
- El viaje deberá incluir al menos dos (02) de las regiones priorizadas a promocionar del Perú y además incluir Lima, con un mínimo de nueve (09) días de duración, a coordinar previamente con PROMPERÚ. Deberá enviar el itinerario final en formato pdf con los respectivos datos de cada uno de los hoteles y restaurantes que se incluirán en el viaje.
- 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 y coordinaciones necesarias para el ingreso de equipos de filmación como drones, entre otros.
- Los destinos y la fecha de las visitas se definirán en coordinación con PROMPERÚ, y el número de días en el Perú no será inferior a nueve días.
- El proveedor deberá establecer los contactos y negociaciones de los influenciadores.
- El proveedor se encargará de presentar la mecánica de difusión de los influencers (número de publicaciones, plataformas, formatos, calendario) previa aprobación de PROMPERÚ.
- El producto que entregará cada influencer debe considerar al menos :
  - 1 publicación en una plataforma elegida por día de viaje (que se mantenga en el feed durante al menos un año),
  - 1 historia en la plataforma elegida por PROMPERÚ por día,
  - 1 historia destacada sobre Perú después del viaje, que recopile el contenido creado,(conservación mínima de un año),
  - 20 fotografías en alta resolución con derechos de autor para uso de PROMPERÚ en redes sociales y plataformas digitales.
- La operación y vuelos serán cubiertos y negociados por el proveedor con diferentes tours operadores y PROMPERÚ no tendrá ningún cargo por este concepto.

- El proveedor monitoreará y reportará las publicaciones de los influenciadores para que estos cumplan con los Lineamientos de influencers que PROMPERÚ enviará al proveedor a los 5 días después de perfeccionado el contrato. Asimismo, dará aviso antes de la publicación de los contenidos a fin de alinear los esfuerzos en pro de la correcta ejecución. El proveedor es responsable del contenido que realicen los influencers y que este se realice dentro los parámetros establecidos por PROMPERÚ y que se mencionan en los términos de referencia numeral 7.1 letra b. De lo contrario, el servicio no se aceptará como realizado.
- Los influenciadores propuestos podrán ser de las plataformas de Instagram y/o de Tiktok, con preferencia por aquellos que tengan presencia en ambas plataformas y cuenten con los indicadores apropiados para la finalidad de este servicio. PROMPERÚ realizará la elección final de los influenciadores.
- El proveedor deberá proporcionar un reporte con las acciones realizadas por los influencers, así como un desglose de sus principales métricas alcanzadas para analizar el impacto de las mismas.

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

- El proveedor deberá enviar una propuesta de pauta publicitaria para el lanzamiento de la child, en el marco de la estrategia de lanzamiento.
- El proveedor deberá recomendar las publicaciones a las que se les agrega presupuesto para la generación de alcance y tráfico del mes.
- PROMPERÚ aprobará y coordinará a través del Departamento de Gestión de Medios Tradicionales la implementación de las publicaciones que lleven pauta publicitaria en base al presupuesto con el que cuenta PROMPERÚ para este fin.
- Si alguna de estas publicaciones (pauta) tiene un rendimiento deficiente se coordinará con el proveedor para el ajuste correspondiente que no debe exceder los dos días calendario.
- Los anuncios creados podrán ser posteados también en el feed en coordinación con el Departamento de Gestión de Medios Digitales.
- El proveedor deberá señalar la moneda en la cual realizará la inversión publicitaria y deberá coincidir con los reportes que presente según los plazos de entrega indicados en el presente documento.

**d) Administración de la comunidad**

- Gestionar proactiva y reactivamente la comunidad en las plataformas que se creará la child de acuerdo al análisis realizado en la creación de la estrategia de lanzamiento de la child.
- Monitorear el uso y derechos de contenido generado por el usuario (UGC), preferentemente de usuarios italianos, descubriendo oportunidades a partir de la gestión de la comunidad.
- Responder a las consultas y comentarios de la audiencia en las cuentas oficiales de PROMPERÚ en redes sociales dirigidas al mercado italiano en un plazo máximo de 24 horas.
- Manejar adecuadamente cualquier feedback negativo o comentario adverso que pueda surgir, y gestionar las interacciones, en coordinación con PROMPERÚ.
- Asistencia permanente para generar oportunidades de proyectos de co-marketing en redes sociales.
- El proveedor estará abierto a recibir propuestas de marcas que deseen generar alianzas tácticas con PROMPERÚ en redes sociales para Italia. Deberá analizarlas y validarlas con la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País (OEIM) para su aprobación o descarte.

- Hacer seguimiento a las etiquetas, menciones y otras actualizaciones de acuerdo a las plataformas.
- En caso de comentarios o situaciones que requieran un tratamiento particular, el proveedor deberá comunicarse inmediatamente con PROMPERÚ para coordinar la comunicación adecuada.

#### **e) Creación y publicación de contenido**

1. Se debe crear una matriz de contenidos utilizando la modalidad de 'storytelling' según las características propias de cada red social y aplicando una línea gráfica para cada plataforma, según la propuesta aprobada en la fase de planeamiento.
2. Los contenidos desarrollados serán publicados por el proveedor. En los casos que PROMPERÚ considere pertinente, los contenidos serán compartidos por el proveedor para que la OIEM realice su implementación.
3. Los contenidos desarrollados por el proveedor deben ser publicados desde un IP que se ubique en el territorio de Italia. El proveedor deberá enviar evidencia como capturas de pantalla y el número de IP para realizar la verificación respectiva, a solicitud de PROMPERÚ.
4. Los contenidos deben ser desarrollados y publicados en idioma italiano, con su respectiva traducción a inglés o español para la aprobación de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País (OEIM). La revisión de contenido se ejecutará y entregará a PROMPERÚ con siete días calendario de anticipación y cuatro veces al mes (semanal). La aprobación será en 7 días calendario luego de recibida la matriz de contenido. Después de la aprobación, el contenido debe publicarse en italiano en las redes sociales correspondientes según lo acordado.
5. Si hay campañas específicas para promocionar, el proveedor, en coordinación con PROMPERÚ, podrá crear contenido adicional al programa de contenido regular.
6. El contenido de las publicaciones regulares siempre debe incluir texto y un soporte multimedia (foto, banner, video, gif, infografía, enlace). PROMPERÚ podrá solicitar al proveedor piezas audiovisuales adicionales para su elaboración (infografías, gráficas, videos para redes sociales).
7. El proveedor puede utilizar y editar las fotos del banco de fotos digitales de PROMPERÚ (Andén de Contenidos) y proporcionará imágenes a partir de su propia cuenta de Shutterstock. Además, podrá utilizar fotos compartidas públicamente en redes sociales, siempre y cuando se respeten los derechos de autor correspondientes. En todo momento del servicio, el proveedor se compromete a respetar rigurosamente los derechos de autor asociados con cualquier material audiovisual utilizado para este servicio.
8. El proveedor deberá crear como mínimo 30 publicaciones mensuales entre todas las plataformas. La distribución de los contenidos, así como el número de publicaciones por plataforma se determinará de acuerdo al análisis de la audiencia realizada en la estrategia de lanzamiento de la child y con la aprobación de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País (OEIM). Esta distribución estará sujeta a cambios según las coyunturas o tendencias del mercado italiano, bajo la estrategia propuesta.
9. La cantidad de publicaciones o historias se puede aumentar durante un período de tiempo específico, debido a las campañas.
10. Los recursos para generar contenido en cada red social pueden incluir:
  - a) Campañas de turismo internacional generadas por PROMPERÚ aptas para el mercado italiano.

- b) Folletos oficiales en idioma español o traducidos
  - c) Acciones tácticas realizadas por PROMPERÚ en c. (Ferias, seminarios, presentaciones).
  - d) Eventos turísticos en Italia donde PROMPERÚ o terceros promocionen al Perú como destino de ocio o negocios .
  - e) Las tendencias de búsqueda en línea sobre turismo de Italia. (Google Trends, Tiktok trends, Insights, otros).
  - f) La situación actual de Italia, que esté vinculada al turismo y al Perú.
  - g) Efemérides locales de Italia que se puedan vincular con el turismo y el Perú.
  - h) Videos publicados en el canal de Tiktok de VISIT PERU.
  - i) Publicaciones sobre el Perú en medios claves de Italia: guía de viajes, revistas, periódicos, programas de televisión.
  - j) Publicidad compartida de contenidos de terceros (viajeros) en redes sociales y blogs.
  - k) Contenido generado por el usuario (UGS) en las redes sociales. Pueden ser fotos o vídeos, siempre y cuando se respeten los derechos de autor correspondientes.
  - l) Contenido generado con herramientas de Inteligencia Artificial (imágenes, audio, video, entre otros). El proveedor debe gestionar los accesos y permisos para la utilización de estas herramientas y los contenidos generados con ellas.
  - m) Actualizar el banner de portada en las redes sociales de la child, cuando sea requerido por PROMPERÚ.
11. Tener en cuenta para todo tipo de diseño / ajuste / adaptación el Manual digital de uso de la marca que contiene las pautas de las obras de arte. Esto será enviado por la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País (OEIM) después de la notificación de la orden de servicio.
  12. La frecuencia de acciones y formatos están sujetos a cambios con el fin de aumentar el alcance y el compromiso previa aprobación de PROMPERÚ.
  13. Publicaciones creativas con contenido ad hoc que incluyen consejos de viaje o información curiosa sobre el destino para captar el interés de los visitantes, según los destinos priorizados.
  14. Presentar propuestas de diseño alineadas a la línea gráfica de Marca Perú para los contenidos.
  15. En el caso de que se necesite asistencia en la traducción de contenido previamente generado por PROMPERÚ de manera interna, el proveedor se compromete a brindar apoyo en este ámbito. El proveedor estará dispuesto a colaborar en la traducción de material proporcionado por PROMPERÚ, asegurando una transición fluida y coherente en todos los aspectos lingüísticos.
- f) Creación de contenido enriquecido**
1. Se crearán un mínimo de 12 piezas de contenido enriquecido (ilustraciones, infografías, historias, videos animados, vídeo de motion graphic) durante la ejecución del servicio.
  2. Los contenidos enriquecidos deben ser creados con un enfoque ad hoc para las audiencias objetivas en el mercado italiano.
  3. Para la creación de contenidos enriquecidos, el proveedor puede utilizar y editar las fotos del banco de fotos digitales de PROMPERÚ, banco de imágenes propio y contenido generado por herramientas de inteligencia artificial, para lo cual se compromete a respetar rigurosamente los derechos de autor asociados con cualquier material audiovisual utilizado.



4. El formato, la cantidad y temas deben ser aprobados por PROMPERÚ. Estos contenidos pueden ser publicados en las diversas cuentas oficiales con las que cuenta PROMPERÚ.

#### **NOTA IMPORTANTE: DE LOS DERECHOS DE AUTOR**

EL PROVEEDOR se obliga a mantener indemne a PROMPERÚ contra cualquier reclamo de terceros relacionado a la prestación de servicios regulado por el presente, o de algún modo vinculado a su elaboración. De manera enunciativa más no limitativa, EL PROVEEDOR deberá mantener indemne a PROMPERU contra cualquier 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 norma 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 los derechos a la persona, al honor, a la imagen o cualquier otro derecho fundamental de la persona; o en caso viole o afecte los derechos de terceros, y cualquier 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 reclamo que existiese para que pueda iniciar la defensa correspondiente, extendiéndose esta obligación hasta cinco (5) años posteriores a la culminación del presente.

## **7.2 DASHBOARD EN TIEMPO REAL**

Presentar un dashboard para el monitoreo en tiempo real de la data. El cual debe contener como mínimo la siguiente información:

1. Detalle de la comunidad (número de seguidores)
2. Desglose demográfico de los seguidores
3. Alcance e impresiones totales
4. Cantidad de interacciones (Reacciones, shares, retweets, comentarios, clics, reproducciones de video, etc.)
5. Evolución mensual de los KPI's (desde la apertura de la cuenta).
6. Listar las cinco publicaciones con el mayor y menor performance en Facebook (alcance/engagement) para obtener insights, buenas prácticas, identificar cuáles no están funcionando y generar una propuesta de mejora.

La herramienta para crear el dashboard será coordinada entre el proveedor y PROMPERÚ.

## **7.3 MEDIA BUY**

Proponer una estrategia de pauta publicitaria en el marco del plan de comunicación digital de lanzamiento de la child.



Propuesta de patrocinio de posteos orgánicos para cada canal social y presentar un plan de medios de acuerdo a las redes sociales definidos en la estrategia de lanzamiento.

Las acciones para efectuar en las cuentas de las redes sociales son las siguientes:

- a. Implementación de los contenidos que tendrán pauta publicitaria.
- b. Establecer KPI's, objetivos (alcance/impactos/frecuencia), segmentación, formato, período, presupuesto y tipo de compra para cada campaña.
- c. Ejecutar, controlar y realizar publicidad de manera eficaz.
- d. Evaluar y analizar los resultados del rendimiento de cada campaña, incluido el alcance y la confirmación de si se cumplieron los indicadores establecidos inicialmente, además de recomendaciones o aprendizajes para optimizar la campaña o mejorar futuras estrategias.
- e. El seguimiento y la evaluación de los resultados de pauta estarán incluidos en los reportes, además debe detallar cómo fue invertido el presupuesto en cada canal social.
- f. La distribución, plataforma y ejecución de la compra de medios puede cambiar si PROMPERÚ lo decide o si la empresa lo propone debido a una situación o tendencia específica en el mercado.

#### 7.4 RECURSOS QUE PROPORCIONARÁ PROMPERÚ

Para la ejecución del servicio se tomarán en cuenta las siguientes consideraciones:

- PROMPERÚ brindará al proveedor los lineamientos del uso de la marca país y el gestionará el acceso al banco de imágenes de PROMPERÚ (Andén de Contenidos) vía email en un plazo de 5 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio.

#### 7.5 PRODUCTOS

Los productos serán entregados en formato digital (archivo PDF) mediante la Ventanilla virtual ingresando al siguiente link: <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/> dirigidos al Departamento del Mercado Europeo de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

De existir observaciones, PROMPERÚ las comunicará al proveedor, las veces que sean necesarias, por correo electrónico, otorgándole un plazo para subsanar no mayor a tres (3) días calendario contados a partir de la notificación de las observaciones.

Los productos a entregar por parte del proveedor son:

Producto	Información a entregar(*)	Plazo de entrega del producto	Porcentaje (%) a pagar
Producto 1	Plan estratégico	Hasta los 15 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato .	0%
Producto 2	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Reporte mensual del primer mes.</li></ul>	Hasta los 30 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato .	12%
Producto 3	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Reporte mensual del segundo mes.</li></ul>	Hasta los 60 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato .	8%

Producto 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reporte mensual del tercer mes.</li> </ul>	Hasta Los 90 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato .	8%
Producto 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reporte mensual del cuarto mes.</li> </ul>	Hasta los 120 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato .	8%
Producto 6	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reporte mensual del quinto mes.</li> </ul>	Hasta los 150 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato .	8%
Producto 7	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reporte mensual del sexto mes.</li> </ul>	Hasta los 180 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato .	8%
Producto 8	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reporte mensual del séptimo mes.</li> </ul>	Hasta los 210 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato .	8%
Producto 9	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reporte mensual del octavo mes.</li> </ul>	Hasta los 240 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato .	8%
Producto 10	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reporte mensual del noveno mes.</li> </ul>	Hasta los 270 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato .	8%
Producto 11	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reporte mensual del décimo mes.</li> </ul>	Hasta los 300 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato .	8%
Producto 12	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reporte mensual del décimo primer mes.</li> </ul>	Hasta los 330 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato .	8%
Producto 13	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reporte mensual del décimo segundo mes.</li> <li>▪ Reporte final de las acciones realizadas durante el periodo del contrato.</li> </ul>	Hasta los 365 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato .	8%

● **La información a consignar en entregables:**

**Plan estratégico:** (01 durante toda la contratación)

- Análisis del ecosistema digital de PROMPERÚ para el mercado europeo.
- Diagnóstico del consumo de internet enfocado en Millennials y Generación X.
- Análisis de 05 marcas exitosas en las redes sociales en el mercado italiano.
- Análisis competitivo de las redes sociales de 03 destinos competidores en el mercado italiano.
- Desarrollo del buyer persona.
- Plan de comunicación digital de lanzamiento de la child en el mercado italiano.
- Estrategia de mantenimiento posterior al lanzamiento.
- Propuesta de influencers y otros programas recomendados.



- Proyección de resultados.
- Plan anual de efemérides
- Propuesta de líneas gráficas

### **Reportes mensuales**

- Métricas, analíticas, desempeño del contenido y recomendaciones en medios sociales (Facebook, Instagram, Tiktok).
- Evolución de los KPI, realizando la comparación del mes actual con periodos anteriores. Si PROMPERÚ requiere cambiar los KPI, PROMPERÚ debe notificar al proveedor al menos 02 días calendario antes del final del periodo del análisis.
- Top 5 de publicaciones efectivas e ineficaces (alcance/compromiso) para obtener información valiosa y mejores prácticas, identificar cuáles no funcionan y hacer una propuesta para mejorar el rendimiento.
- Detalle de la comunidad (número de seguidores y nuevos seguidores)
- Desglose demográfico de los seguidores
- Cantidad de inbox y comentarios respondidos
- Análisis de los gráficos.
- Análisis comparativo de las redes sociales de 03 destinos competidores, acorde a la elección de PROMPERÚ.
- Detallar qué acciones tenemos que implementar para optimizar los resultados para el próximo mes.
- Análisis cuantitativo y cualitativo.
- Captura y/o evidencia de todas las publicaciones por cada red social.
- Desempeño de los videos, de aplicar.
- Observaciones y recomendaciones para la optimización de la actividad.

\*El reporte del primer mes incluirá las actividades llevadas a cabo hasta ese momento y los ítems que sean aplicables.

### **Reporte final:**

- Tabla comparativa mensual con las métricas, gráficos y análisis (qué meses tuvieron mejor desempeño y porqué).
- Desglose demográfico de los seguidores anual
- Comentarios y retroalimentación con la finalidad de mejorar el servicio

Los productos serán entregados en formato digital (archivo PDF) mediante la Ventanilla virtual ingresando al siguiente link: <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/> dirigidos al Departamento del Mercado Europeo de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

## 7.6 LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El presente servicio se realizará en su totalidad en territorio de Italia.

El plazo de ejecución del servicio será de hasta 365 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato .

## 7.7 REQUISITOS DEL PROVEEDOR Y DE SU PERSONAL

Con experiencia mínima de ocho (08) servicios prestados relacionados a la creación de estrategia de contenido para redes sociales o generación de contenidos para marcas italianas, instituciones estatales italianas, o marcas internacionales con presencia en el mercado italiano en los últimos tres (3) años.

### **Acreditación del proveedor:**

La experiencia del postor se acreditará con copia de contratos u órdenes de servicios o constancia de prestación de servicios emitido y firmado por su cliente o con cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la experiencia.

### **Del personal requerido:**

- **Social Media Manager:** con experiencia mínima de 08 servicios creando estrategias digitales o desarrollo de campañas de comunicación en redes sociales para público final en el mercado italiano; o desarrollando servicios en marketing digital, análisis de métricas y KPI's; o con experiencia en herramientas de gestión y monitoreo de redes sociales para marcas internacionales.

- **Community Manager:** con experiencia mínima de 08 servicios en la gestión de comunidades digitales de marcas dirigidas al público final en el mercado italiano.

- **Diseñador Gráfico:** con experiencia mínima de 8 servicios en la creación de contenidos para redes sociales de marcas internacionales o marcas italianas con presencia en el extranjero.

- **Editor de Videos:** con experiencia mínima de 8 servicios en la edición de videos para redes sociales de marcas internacionales o marcas italianas con presencia en el extranjero.

Se requiere una persona para el perfil de editor de videos, una persona para el perfil de diseñador gráfico, una persona para el perfil Social Media Manager y una persona para el perfil Community Manager. Es decir, dos perfiles solicitados no pueden ser realizados por la misma persona.

### **Acreditación del personal requerido:**

La experiencia del personal clave se acreditará con cualquiera de los siguientes documentos: contratos, constancias, conformidad o cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la experiencia del personal propuesto.

De presentarse experiencia ejecutada paralelamente (traslape), para el cómputo del tiempo de dicha experiencia sólo se considerará una vez el periodo traslapado.

PROMPERÚ se reserva el derecho de solicitar el cambio de cualquier integrante del equipo a cargo de la cuenta, a simple requerimiento escrito por parte del Mercado Europeo. Dicho cambio debe realizarse en un periodo no mayor a 15 días calendario, debiendo esta persona cumplir como mínimo el perfil del personal establecido en los Términos de Referencia.

De la misma manera, el equipo que sea presentado deberá mantenerse hasta el término del contrato, salvo que se produzca el retiro de un personal. Dicho integrante deberá ser aprobado por PROMPERÚ (mediante correo electrónico) y reunir como mínimo con el perfil establecido en los Términos de Referencia.

**Importante:**

- Al calificar la experiencia del personal, se debe valorar de manera integral los documentos presentados por el postor para acreditar dicha experiencia. En tal sentido, aun cuando en los documentos presentados la denominación del cargo o puesto no coincida literalmente con aquella prevista en los términos de referencia, se deberá validar la experiencia si las actividades que realizó el personal corresponden con la función propia del cargo o puesto requerido en los términos de referencia.

## **7.8 OTRAS OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA**

El contratista es el responsable directo y absoluto de las actividades que realizará, sea directamente o a través de su personal, debiendo responder por el servicio brindado.

## **7.9 FORMA DE PAGO**

Es importante detallar que la retribución que corresponde por el servicio a ejecutarse se encuentra dentro del ámbito de aplicación del **Impuesto a la Renta**, según normativa del Perú.

El pago se realizará en **pagos parciales**, en moneda extranjera (euros), por transferencia bancaria, para lo cual el proveedor deberá de haber entregado los productos según se detalla en el punto 7.5. Y deberá contar con la conformidad del Departamento del Mercado Europeo y la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previo visto bueno de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País. La emisión de la conformidad no superará de 07 días calendario luego de haberse efectuado el servicio.

Asimismo, el proveedor enviará su comprobante de pago a la dirección de correo electrónico [comprobantepago@promperu.gob.pe](mailto: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:

En caso cuente con su comprobante de pago Electrónico debe de enviar el documento.

## **7.10 CONFORMIDAD DEL SERVICIO**

La conformidad será emitida por el Departamento del Mercado Europeo y la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previo visto bueno de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País, en un plazo que no superará de 7 días calendario de entregado el producto correspondiente.

## **7.11 ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD**

Información confidencial (en adelante LA INFORMACIÓN) es toda información de tipo turístico, económico, laboral, financiero, técnico, comercial, estratégico, accesos y permisos a sistemas de información, entre otra, de propiedad de PROMPERÚ, y cuya divulgación o uso no autorizado podría



ocasionar riesgos o pérdidas a la organización.

El proveedor deberá mantener estricta reserva y absoluta confidencialidad sobre LA INFORMACIÓN de

PROMPERÚ a la cual tendrá acceso en el marco de ejecución del servicio contratado, debiendo abstenerse de divulgar a terceros, de forma total o parcial, ya sea de forma directa o indirecta, bajo ningún medio o procedimiento (oral, escrito, electrónico, imágenes y video), salvo autorización anticipada, expresa y por escrito de PROMPERÚ. Esta obligación seguirá vigente incluso luego de la culminación del vínculo contractual.

Toda información y materiales de propiedad de PROMPERÚ, a los que tenga acceso el proveedor, así como su personal, es estrictamente confidencial. Al suscribir el Contrato el proveedor y su personal, se comprometen de manera tácita, a mantener las reservas del caso y están impedidos de transmitir dicha información, a ninguna persona (natural o jurídica) o cualquier medio de comunicación sin la autorización expresa y por escrito de PROMPERÚ. Asimismo, deberá devolver todos los documentos que le hayan sido entregados, al término del presente contrato. Esto incluye tanto material impreso como grabado en medios magnéticos u ópticos.

## 8. PENALIDADES

En caso el contratista no cumpla con la ejecución de las prestaciones objeto del contrato dentro del plazo establecido, la Entidad aplicará una penalidad por mora por cada día de atraso. La penalidad se aplicará automáticamente y se calculará de acuerdo a la siguiente fórmula:

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

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 DE 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 podrá solicitar por escrito a la OAD 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, aspectos vinculados al pago, intereses por mora en el pago, u otros supuestos que surjan de la ejecución del Contrato, la OC u OS, se resolverán mediante acuerdo entre las partes o conciliación.

Toda controversia que no pueda ser resuelta por acuerdo entre las partes o conciliación, se resolverá mediante arbitraje de derecho, según el reglamento y las normas del Estado Peruano, salvo excepción. Dicho arbitraje será realizado en la ciudad de Lima (Perú) y en idioma español por un Tribunal Arbitral conformado por tres árbitros, nombrando cada una de las partes a un árbitro y éstos a su vez designarán al tercer árbitro, quien ejercerá la presidencia del Tribunal Arbitral. Las partes acatarán el laudo arbitral emitido como fallo definitivo de cualquier desacuerdo o controversia.

## **13. ANTICORRUPCIÓN**

El contratista declara y garantiza no haber, directa o indirectamente, o tratándose de una persona jurídica a través de sus socios, integrantes de los órganos de administración, apoderados, representantes legales, funcionarios, asesores o personas vinculadas a las que se refiere el artículo 7 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, ofrecido, negociado o efectuado, cualquier pago o, en general, cualquier beneficio o incentivo ilegal en relación 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. 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).

#### **15. 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.

FIRMA Y SELLO  
(Área Usuaría)