



## **TÉRMINOS DE REFERENCIA**

### **SERVICIO DE AGENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS PARA EL MERCADO DE COLOMBIA**

#### **1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO**

**Área Usaria:** Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo/Departamento de Mercado Latino América

#### **2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN**

Se requiere la contratación del servicio de una agencia de comunicaciones y relaciones públicas para llevar a cabo la elaboración y ejecución de un plan de comunicación para el desarrollo de actividades específicas en el mercado de Colombia.

#### **3. FINALIDAD PÚBLICA**

La presente contratación tiene por finalidad pública el desarrollo de una campaña de comunicaciones y relaciones públicas para el mercado de Colombia, a fin de retomar el posicionamiento del Perú en el exterior y alcanzar una imagen positiva del país en un corto y mediano plazo. Asimismo, fortalecer el posicionamiento y reconocimiento del Perú en Colombia, difundiendo la oferta del país como un destino seguro, cercano y accesible (conectividad aérea y terrestre), buscando la repetición de viaje. Además de comunicar que el país se encuentra preparado para ofrecer a los viajeros una estadía acorde a las exigencias de la presente coyuntura, lo cual promoverá la reactivación del turismo del país y beneficiará a los peruanos involucrados en el sector.

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

La presente contratación corresponde a APEX 1372.2024 Agencia de RRPP Colombia\_DS Nro 076-2024-EF

#### **5. ANTECEDENTES**

La gestión de la Dirección de Promoción del Turismo impacta en el objetivo general institucional de contribuir efectivamente al crecimiento sostenido y descentralizado de ingresos generados por turismo, para ello cuenta entre sus objetivos específicos posicionar el Perú como destino turístico atractivo a nivel internacional recuperando el flujo y el gasto y diversificando la oferta.

Considerando que la reactivación de la actividad turística se viene dando por el turismo interno y los países más cercanos de la región de Latinoamérica, se ha visto por conveniente centralizar los esfuerzos de promoción en países como Colombia, considerando que dicho mercado es uno de los principales emisores de turistas hacia nuestro país, agrupando a segmentos de viajeros que en esta coyuntura tienen mayor potencial para viajar y ha sido uno de los principales mercados emisores de viajeros a nuestro país en esta nueva realidad, haciendo que la promoción de destinos turísticos se

vuelva una prioridad, demandando un discurso confiable, coherente, empático y oportuno.

Es por lo antes mencionado, que ha surgido la necesidad de contratar los servicios de una agencia de comunicaciones y relaciones públicas para que nos brinde el soporte en las comunicaciones en el mercado Colombia; así como para articular las relaciones entre PROMPERÚ y los medios de prensa del país en mención.

## **6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN**

- Relacionamiento con medios de comunicación: Constante comunicación con los medios a través de boletines periodísticos, noticias positivas para generar un entendimiento de la oferta turística peruana entre sus lectores.
- Identificar oportunidades de promoción del destino en medios masivos a nivel nacional orientadas en los segmentos de aventura, naturaleza, cultura y gastronomía.
- Fortalecer la presencia de nuestro país a través de los diversos medios tradicionales y digitales en el mercado colombiano, a fin de generar recordación, recuperar la confianza en el destino, reforzar el vínculo e inspirar a los potenciales viajeros para que escojan a Perú para futuros viajes.

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

**Alcance:** El servicio está dirigido a los principales medios de prensa (consumidor final y especializado) de la industria turística colombiana.

**Descripción del servicio:** Desarrollar un programa proactivo de relaciones públicas seleccionado de acuerdo al mercado meta (target) que incremente el interés y recupere la confianza del consumidor sobre el destino Perú y refuerce su deseo de visitarlo. Esto contribuirá al incremento en un corto y mediano plazo, de arribos de turistas.

### **7.1. Plan de trabajo**

El plan de trabajo deberá contener todas las acciones que el proveedor desarrollará durante el periodo del servicio en Colombia.

El plan deberá mostrar los periodos o fechas en que el proveedor desarrollará, ejecutará las actividades y/o entregará los productos requeridos. Anexo 1.

Todas las acciones contenidas en el plan deberán contar con la aprobación de la Oficina de Comunicaciones y del Departamento de Mercado Latinoamericano antes de su ejecución.

Después de aprobado el plan de trabajo, el proveedor puede sugerir los cambios que estime conveniente a favor del servicio, así como acciones que favorezcan la promoción del Perú y no estén consideradas en el Plan de Trabajo inicialmente aprobado.

### **7.2. Plan de comunicación**

La agencia de comunicaciones y relaciones públicas deberá presentar un plan de comunicaciones para la promoción del destino Perú que conlleve al alcance de la finalidad pública de la presente contratación, para la difusión y cobertura mediática de las actividades de promoción turística para el

mercado colombiano.

Dicho plan deberá considerar la elaboración y distribución de notas de prensa, gestión de entrevistas, envío de información y material audiovisual a los medios de comunicación tradicionales y no tradicionales, agencias de noticias internacionales, influenciadores y líderes de opinión en el mercado colombiano, además de una estrategia de comunicación para gestión de crisis que servirá de guía ante eventuales hechos fortuitos de diversa naturaleza. Tener en consideración que las principales ciudades de acción son Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla para asegurar el buen desarrollo del plan de comunicaciones y la buena ejecución del plan de trabajo.

El plan de comunicación deberá contemplar el acercamiento a medios especializados en viajes, estilo de vida, noticias y canal comercial del sector turístico con el objetivo de llegar a las audiencias claves en el mercado, de acuerdo a la segmentación indicada por PROMPERÚ.

Para incrementar el alcance de las acciones de promoción, el proveedor buscará y gestionará la participación de influenciadores y/o líderes de opinión en el mercado, que ayuden a compartir las actividades o campañas a través de medios digitales como redes sociales.

El proveedor deberá de incluir un listado de los medios de comunicación, líderes de opinión y/o influenciadores con los cuales se mantendrá un flujo de comunicación permanente con el propósito de lograr los objetivos del plan de comunicaciones. El listado debe de estar incluido en el primer entregable y dividido por ciudades y tipo de medio.

*\*Los puntos 7.1 y 7.2 se presentarán hasta 10 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o perfeccionado del contrato a través de la Ventanilla virtual de Promperú.*

### 7.3. Actividades

El plazo de prestación del servicio será de 365 días calendario, contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio o perfeccionamiento del contrato.

- **Producción y distribución de material escrito:**
  - **Producción y distribución de 06 boletines electrónicos** informativos del destino Perú dirigidos a los medios de comunicación colombiano durante la contratación del servicio (enviados a la base de datos de medios de prensa del proveedor).
  - **Producción y distribución de al menos 12 comunicados o notas de prensa.** Los temas de los contenidos vinculados al sector turístico se trabajarán de manera conjunta con el proveedor, así como la difusión de las mismas en los tiempos que indique PROMPERÚ dentro del servicio contratado. La difusión deberá realizarse entre los principales medios de comunicación, aquellos que tengan un alto impacto y gran alcance.
  - Distribución de notas de prensa elaboradas por la Oficina de Comunicaciones de PROMPERÚ, siempre y cuando dicha nota se encuentre vinculada al sector o resalte un hecho noticioso de gran relevancia para el país.
  - Toda comunicación será previamente aprobada por la Oficina de Comunicaciones antes de su distribución.

- **Responder consultas de los medios:** La agencia debe atender las solicitudes de información turística sobre el Perú proactivamente, respondiendo las preguntas de medios previa coordinación y derivación a PROMPERÚ, brindando imágenes de soporte, capitalizando oportunidades de impactos mediáticos en coordinación con PROMPERÚ durante el tiempo que dure la contratación del servicio.
- **Viajes con medios de prensa e influenciadores de viajes:**

- **Viajes de prensa grupal**

El proveedor identificará, contactará y asegurará el interés de por lo menos ocho medios de primer nivel para visitar el Perú en temas especializados que PromPerú defina en el marco de sus segmentos priorizados para el mercado en un mínimo de 02 viajes de prensa grupales. Para estos viajes de prensa, el proveedor deberá realizar todas las gestiones de convocatoria, coordinaciones y supervisión de publicaciones de los medios respecto al itinerario de viaje. El proveedor deberá acompañar a los medios de prensa durante los días que dure el viaje, en caso PROMPERÚ los considere necesario.

\*PROMPERU Cubrirá el costo total del viaje (tickets aéreos nacionales e internacionales, alojamiento y tour operación)

- **Viaje de influenciadores:**

- Relacionamento a fin de asegurar el viaje con influenciadores, como mínimo 04 influenciadores colombianos, durante el tiempo que dure la contratación del servicio.

El proveedor deberá gestionar al menos dos historias pre viaje, dos historias diarias que muestren su visita al Perú y tres publicaciones en el feed (publicaciones o reels) de sus cuentas en redes sociales. Asimismo, dos reels y Tik Toks que resuman su viaje en sus redes sociales. Además, deberá dar seguimiento a las publicaciones de estos influenciadores, presentando la valoración, alcance, cantidad de publicaciones, interacciones y engagement rate de lo publicado, durante el tiempo que dure la contratación del servicio.

- \*PROMPERÚ se hará cargo del servicio de tour operación, pasajes aéreos internacionales y nacionales.

#### **7.4. Relacionamento con Medios de Comunicación**

El proveedor deberá identificar, tener contacto y presentar a los ejecutivos de la Oficina de Comunicación de PromPerú con los principales medios de comunicación tradicional y digital, así como los principales líderes de opinión e influenciadores del mercado en sectores como: viajes, estilo de vida, noticias y canal comercial del sector turístico, con el objetivo de llegar a las audiencias clave del mercado Colombia.

El proveedor deberá contribuir a despertar el interés por viajar al Perú, a través de la presencia en los medios de comunicación, agencias de noticias internacionales, influenciadores y líderes de opinión del mercado, para lo cual el proveedor deberá de generar contenido/información relevante y al mismo tiempo, cubrir los intereses de los medios de prensa, coordinando con ellos la respectiva publicación

de notas de prensa previa coordinación con PROMPERÚ; así como la atención de requerimientos asociados a información turística sobre el Perú.

El proveedor deberá convocar, identificándose como agencia de relaciones públicas de PROMPERÚ y usando correo corporativo, a los medios de comunicación para que participen de todas las actividades virtuales o presenciales que podrían realizarse durante el periodo de contratación. Además, se requiere de asistencia presencial en los eventos a desarrollar en el país en mención, siendo de momento el principal la participación en la Vitrina Turística ANATO 2025 (febrero 2025) en Bogotá. No obstante, el proveedor deberá considerar el acompañamiento en una o dos ciudades adicionales de requerirse para eventos como ruedas de negocios o misiones comerciales (Cali y Medellín).

Gestión de un mínimo de veinte (20) entrevistas para los voceros autorizados con medios de comunicación masivos y dirigidos al trade de mayor alcance en Colombia durante el periodo de contratación.

Gestión de un mínimo de siete (07) publicaciones especiales (exclusivas) en medios masivos o especializados en turismo dirigidos al consumidor final, gastronomía, lifestyle durante el periodo de contratación.

Propuesta de medios de comunicación especializados en el sector turismo, gastronomía, cultura para participar en un viaje de prensa (Fecha tentativa: mayo y agosto de 2025).

Apoyo en la conceptualización de actividades o eventos de interés periodístico en Colombia, previa coordinación con PROMPERÚ. Además de realizar la convocatoria, confirmación y seguimiento de medios de comunicación e influencers. Asimismo, deberá enviar por correo electrónico a la oficina de Comunicación de PromPerú la base de datos

#### **7.5. Gestión de crisis y asesoría permanente ante eventuales hechos fortuitos de diversa naturaleza**

Si se presentara una situación de crisis en el Perú (por ejemplo, desastres naturales, disturbios sociales, situación epidémica, etc.) que afecte negativamente la imagen del país como destino turístico en el mercado de Colombia, la Agencia de Relaciones Públicas del destino deberá:

- En caso de noticias de impacto negativo en Destino Perú, la Agencia deberá elaborar y recomendar una estrategia de comunicación y plan de acción a seguir para gestionar la crisis.
- Emitir comunicados en coordinación con el área de comunicaciones de PROMPERÚ.
- Atender las solicitudes de información de medios de comunicación, medios de la industria y todas las instituciones/empresas que soliciten información, con el objetivo de brindar información sobre la situación de manera objetiva y oportuna, reduciendo así los impactos negativos que la crisis pueda generar.
- La Agencia siempre debe tener una actitud proactiva para colocar al Destino Perú en las noticias, para solucionar problemas y para descubrir oportunidades.

#### **7.6. Monitoreo de información**

Durante el periodo del servicio, preparar semanalmente una actualización de noticias más relevantes de la economía colombiana, noticias y tendencias de la industria turística de Colombia e información de países competidores (Ecuador, Argentina, México, Chile, Brasil), y de los principales países receptores del turismo colombiano. Esta información será remitida vía correo electrónico a la Coordinación del Departamento del Mercado de Latinoamérica y a la Oficina de Comunicación de PROMPERÚ.

El proveedor deberá realizar un monitoreo mensual de los países que realizan acciones de promoción turística relevante en el mercado colombiano dirigidos al canal B2B/B2C; analizando su despliegue en términos de acciones de relaciones públicas y comunicacionales. Esta información será agregada al informe mensual de resultados.

### **7.7. Informe del periodo**

El proveedor deberá elaborar un informe del periodo, en el cual se relatan las acciones realizadas en el mercado y los resultados obtenidos en cada periodo.

Para la aprobación del informe, éste debe incluir los siguientes puntos.

- a) Resumen de actividades realizadas durante el período
- b) Todas las notas de prensa aprobadas
- c) Estatus del boletín bimestral
- d) Relación de entrevistas realizadas (indicar fecha tentativa de realización y difusión en caso no se haya realizado).
- e) Relación de publicaciones pendientes (en caso de haber, indicar fecha tentativa de difusión y publicación).
- f) Clipping de las publicaciones generadas durante el período con su respectiva valorización (publicity) y audiencia (rating/lectoría).
- g) Oportunidades detectadas durante el período de reporte.
- h) Monitoreo mensual de países que realizan acciones de promoción en el mercado.

*\*En el clipping se deberán considerar las publicaciones que hagan referencia al Perú en Colombia y las publicaciones que hayan surgido a partir de la presente contratación.*

*\*La valorización deberá de estar expresada en dólares americanos.*

### **7.8. Informe Final**

El proveedor deberá elaborar un informe final, en el cual se detalle el total de las acciones realizadas en el mercado Colombia y los resultados obtenidos consolidados durante todo el período de contratación.

Para la aprobación del informe final, éste debe incluir los siguientes puntos.

- a) Resumen de actividades realizadas durante el período de la contratación.
- b) Breve análisis sobre los temas de interés de los periodistas sobre el destino Perú, así como de las oportunidades detectadas durante el período de contratación.
- c) Todas las notas de prensa aprobadas.
- d) Base de datos de los principales medios de comunicación atendidos durante el período de la contratación, indicando la lista de contactos (nombre y correo electrónico), así como los

principales indicadores del medio de acuerdo a la información del formato SIMI.

- e) Relación de entrevistas realizadas en el período de la contratación (indicar fecha tentativa de publicación en caso no se haya realizado).
- f) Relación de publicaciones pendientes (en caso de haber, indicar fecha tentativa de publicación).
- g) Resultados del viaje de prensa (clippings, valorización y alcance).
- h) Clipping de las publicaciones generadas durante el período de contratación con su respectiva valorización (publicity) y audiencia (rating/lectoría).

*\*En el clipping se deberán considerar las publicaciones que hagan referencia a Perú y las publicaciones que hayan surgido a partir de la presente contratación.*

*\*La valorización deberá de estar expresada en dólares americanos.*

### **7.9. Formato SIMI**

Se trata de un documento (Excel) que será provisto por PROMPERÚ para que el proveedor pueda rellenarlo con los datos generados y recopilados a partir de su desarrollo de su trabajo. Anexo 2.

### **7.10. Recursos a ser provistos por PROMPERÚ**

- Asignar a dos representantes de PROMPERÚ para las coordinaciones del servicio.
- Entregar información necesaria que sirva como insumo para generar notas de prensa, artículos, pitches, responder entrevistas escritas.
- Brindar acceso al banco de imágenes de PROMPERÚ.
- Designar los voceros para las entrevistas generadas por la empresa contratada.

### **7.11. Requisitos del proveedor y de su personal**

#### EXPERIENCIA DEL PROVEEDOR EN LA ESPECIALIDAD:

##### Requisitos:

- Proveedor debe acreditar mínimamente un acumulado de 5 servicios en relaciones públicas y/o manejo de crisis en la industria turística con empresas tales como oficinas de turismo, asociaciones de turismo, aerolíneas, hoteles, cruceros u otras empresas relacionadas al sector turismo dentro de Colombia, o servicios en elaboración y ejecución de estrategia de comunicación para promoción y difusión del sector turístico a través de medios de comunicación tradicional y digital, de alcance masivo, así como en medios especializados en la industria turística, gastronomía, lifestyle y la cadena comercial en el mercado de Colombia.

##### Acreditación:

- La experiencia del proveedor en la especialidad se acreditará mediante la presentación de copias de contratos u órdenes de servicio o facturas o certificados o constancias de prestación de servicio o cualquier otro documento que acredite de manera fehaciente la experiencia requerida.

## DEL PERSONAL CLAVE REQUERIDO:

### Requisitos

- **Un (01) director de servicio:**

Con experiencia mínima de seis (06) años en el mercado colombiano, realizando labores de manejo de cuentas de países o empresas del sector turismo, exportaciones, inversiones o marca país, o diseñando o implementando estrategias comunicación.

- **Un (01) encargado de prensa y relaciones públicas:**

Con experiencia mínima de tres (03) años en el mercado colombiano, realizando labores vinculadas a medios de comunicación o en gestión de relaciones públicas, o elaboración de planes de comunicación, o notas de prensa, o boletines, o monitoreo de noticias - clipping, o manejo de crisis del sector turismo, o exportaciones, o inversiones o marca país.

- **Un (01) especialista en comunicaciones:**

Con experiencia mínima de tres (03) años elaborando productos de comunicaciones como artículos o editoriales o columnas dirigidos a medios de comunicación tradicionales (generalistas o especializados) en el mercado Colombia.

### Acreditación:

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

## **7.12. LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO**

El presente servicio se realizará en su totalidad en territorio colombiano

El plazo de ejecución del servicio será de hasta 365 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o perfeccionamiento del contrato

## **7.13. 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 Latinoamericano 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 cinco (5) días calendario contados a partir de la notificación de las observaciones.

Los productos deberán presentarse de acuerdo al siguiente detalle:



Producto	Información a entregar(*)	Plazo de entrega del producto	Conformidad	Porcentaje (%) a pagar
Producto 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plan de Trabajo</li> <li>Plan de Comunicaciones</li> </ul>	Hasta 10 días calendario contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio o perfeccionamiento del contrato	<ul style="list-style-type: none"> <li>Subdirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamericana</li> <li>Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	15 %
Producto 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe del período*</li> <li>Formato SIMI del período*</li> </ul>	Hasta 30 días calendario contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio o perfeccionamiento del contrato		
Producto 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe del período*</li> <li>Formato SIMI del período*</li> </ul>	Hasta 60 días calendario contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio o perfeccionamiento del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Subdirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamericana</li> <li>Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	7 %
Producto 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe del período*</li> <li>Formato SIMI del período*</li> </ul>	Hasta 90 días calendario contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio o perfeccionamiento del contrato	<ul style="list-style-type: none"> <li>Subdirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamericana</li> <li>Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	7 %
Producto 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe del período*</li> <li>Formato SIMI del período*</li> </ul>	Hasta 120 días calendario contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio o perfeccionamiento del contrato	<ul style="list-style-type: none"> <li>Subdirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamericana</li> <li>Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	7 %

Producto 6	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Informe del período*</li> <li>● Formato SIMI del período*</li> </ul>	Hasta 150 días calendario contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio o perfeccionamiento del contrato	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Subdirección de Turismo Receptivo</li> <li>- Dpto. Mercado Latinoamericana</li> <li>- Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	7 %
Producto 7	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Informe del período*</li> <li>● Formato SIMI del período*</li> </ul>	Hasta 180 días calendario contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio o perfeccionamiento del contrato	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Subdirección de Turismo Receptivo</li> <li>- Dpto. Mercado Latinoamericana</li> <li>- Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	7 %
Producto 8	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Informe del período*</li> <li>● Formato SIMI del período*</li> </ul>	Hasta 210 días calendario contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio o perfeccionamiento del contrato	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Subdirección de Turismo Receptivo</li> <li>- Dpto. Mercado Latinoamericana</li> <li>- Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	7 %

Producto 9	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Informe del período*</li> <li>● Formato SIMI del período*</li> </ul>	Hasta 240 días calendario contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio o perfeccionamiento del contrato	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Subdirección de Turismo Receptivo</li> <li>- Dpto. Mercado Latinoamericana</li> <li>- Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	7 %
Producto 10	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Informe del período*</li> <li>● Formato SIMI del período*</li> </ul>	Hasta 270 días calendario contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio o perfeccionamiento del contrato	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Subdirección de Turismo Receptivo</li> <li>- Dpto. Mercado Latinoamericana</li> <li>- Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	7 %

Producto 11	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Informe del período*</li> <li>● Formato SIMI del período*</li> </ul>	Hasta 300 días calendario contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio o perfeccionamiento del contrato	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Subdirección de Turismo Receptivo</li> <li>- Dpto. Mercado Latinoamericana</li> <li>- Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	7 %
Producto 12	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Informe del período*</li> <li>● Formato SIMI del período*</li> </ul>	Hasta 330 días calendario contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio o perfeccionamiento del contrato	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Subdirección de Turismo Receptivo</li> <li>- Dpto. Mercado Latinoamericana</li> <li>- Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	7 %
Producto 13	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Informe del período*</li> <li>● Informe final consolidando los indicadores de todo el periodo de contratación (**)</li> <li>● Formato SIMI consolidado (**)</li> </ul>	Hasta 365 días calendario contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio o perfeccionamiento del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Subdirección de Turismo Receptivo</li> <li>- Dpto. Mercado Latinoamericana</li> <li>- Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	15 %

*Véase indicación del punto 7.6 y 7.7*

*(\*) Informe del periodo y formato SIMI incluye todas las acciones realizadas a partir de iniciado el servicio*

*(\*\*) El proveedor tendrá un plazo no mayor a cinco (5) días calendario, para subsanar observaciones en el informe final y el formato SIMI.*

#### **7.14. OTRAS OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR**

- Coordinar con los especialistas de PROMPERÚ con los cuales deberán mantener una comunicación fluida. La comunicación se realizará en idioma español.
- Identificar a los principales medios de comunicación de nuestro interés en el mercado Colombia con alcance nacional, dígame diarios, revistas, radios, televisión, así como medios digitales.
- Registro de contactos de prensa generados a partir de la presente contratación, en la cual se deberá especificar el nombre del medio, el nombre del periodista, datos de contacto, los temas que se abordaron.
- Monitoreo de la información publicada sobre la participación de Perú en cada una de las acciones, así como la recopilación, digitalización y valorización de todas las notas publicadas o emitidas en relación a las fechas establecidas inicialmente.
- Elaboración de informe de resultados obtenidos respecto a las publicaciones generadas en relación a cada uno de los eventos señalados inicialmente.
- Completar el Formato SIMI, dicho formato (Excel) será entregado por PROMPERÚ.
- Es obligación del proveedor prever que el servicio a brindar sea a todo costo, es decir que todos los gastos que se generen por el desplazamiento, estadía, materiales, impuestos, entre otros gastos necesarios para la ejecución del servicio se encuentran contemplados en su cotización, y serán asumidos por él.

#### **7.15. FORMA DE PAGO**

El pago se realizará en 12 pagos parciales (pago 1 y 12, equivalente al 15% cada uno; y los pagos del 2 al 11, equivalente al 7% cada uno), en moneda extranjera (dólares americanos), por transferencia bancaria, para lo cual el proveedor deberá de haber entregado los productos según se detalla en el punto 7.12. y deberá contar con la conformidad de la Sub Dirección de Turismo Receptivo, Departamento Mercado Latinoamérica y el visto bueno de la Oficina de Comunicaciones. La emisión de la conformidad no superará de 7 días calendario de entregado cada producto.

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:

#### **7.16. CONFORMIDAD DEL SERVICIO:**

Emitirán conformidad del servicio los siguientes:

- Subdirección de Promoción de Turismo Receptivo (STR)
- Departamento Mercado Latinoamérica (DMLA)

Emitirá visto bueno del servicio:

- Oficina de Comunicaciones (OCM).

#### **7.17. 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 divulgarla 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 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 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. OTRAS DISPOSICIONES**

El proveedor se sujetará a las disposiciones contenidas en la Ley de Contrataciones del Estado y/o la Directiva que regula las Contrataciones con proveedores no domiciliados en el País - PROMPERU y demás normas complementarias.

## ANEXO 1

[illegible]



**Anexo 2**

Sistema de medición de indicadores – SIMI				
Nombre del evento	Servicio de xxxxxxxx			
Fecha inicio				
Fecha fin				
INDICADORES AGENCIA DE RELACIONES PÚBLICAS				
Mercado	Tipo de Publicación	Cant. Publicaciones	Alcance (personas)	Valorización (\$)
Colombia	Radio			
	Televisión			
	Online			
	Escrita			
	<b>Total</b>	0	0	USD -
<b>Total General</b>		0	0	USD -