

TÉRMINOS DE REFERENCIA
SERVICIO DE AGENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS PARA EL MERCADO DE ALEMANIA

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

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

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Se requiere la contratación de un proveedor que brinde el servicio de agencia de comunicaciones y relaciones públicas para llevar a cabo la elaboración y ejecución de un plan de comunicación de acuerdo a las estrategias de promoción turística planteadas por la institución para el mercado alemán.

3. FINALIDAD PÚBLICA

La presente contratación tiene por finalidad pública fortalecer el posicionamiento y reconocimiento del Perú en el mercado alemán, difundiendo la oferta del país como un destino turístico que ofrece naturaleza abierta, sostenible y poco masificada, a través de actividades de aventura, cultura y gastronomía. Además de comunicar que el país se encuentra preparado para ofrecer a los viajeros una estadía acorde a las nuevas exigencias de bioseguridad, 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 al ÁPEX 1100.2024 Public Relations Alemania II_DS Nro076-2024-EF.

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 alemán se contempló la contratación del servicio de una agencia de comunicaciones y relaciones públicas que brinde asesoría de prensa, lo cual permitirá mejorar el posicionamiento del destino Perú, fomentando la generación de mayores divisas e impacto económico en las regiones promocionadas del país.

6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

La presente contratación tiene por objetivo fortalecer la presencia de nuestro país a través de los diversos medios tradicionales y digitales en el mercado alemán, a fin de generar recordación, mantener vínculo e inspirar a los potenciales viajeros para que escojan a Perú para futuros viajes.

7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

La empresa de comunicaciones y relaciones públicas a ser contratada deberá desarrollar una estrategia de comunicaciones para la promoción de actividades turísticas en el mercado de Alemania, la cual deberá de contener como mínimo las siguientes actividades:

7.1 Plan de trabajo

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

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

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

- El plan de trabajo deberá contener la propuesta de Gestión de Crisis, detallada en el numeral 7.8 del presente documento.

- El plan de trabajo deberá incluir la propuesta para las acciones de relaciones públicas en el marco de la feria ITB Berlin 2025 que se llevará a cabo en marzo de 2025 y en la cual PromPerú participará.

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

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 alemán.

- Dicho plan deberá considerar la elaboración y distribución de notas de prensa, dossier 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 alemán, considerando las principales ciudades emisoras del país, 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 cada 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 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 objetivo de lograr los objetivos del plan de comunicaciones, el listado debe estar incluido en el primer entregable y dividido por ciudades y tipo de medio (valoramos mucho la precisión).

****Los puntos 7.1 y 7.2 se presentarán como máximo a los 10 días calendario contados a partir del día siguiente de la entrega de los recursos a ser proporcionados por Promperú, previo perfeccionamiento del contrato.***

7.3 Relacionamiento con Medios de Comunicación

- El proveedor deberá identificar a los principales medios de comunicación tradicional y digital, así como los principales líderes de opinión e influenciadores de cada 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 alemán.

- 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, influencers y líderes de opinión del mercado, para lo cual el proveedor deberá 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 a los medios de comunicación para que participen de **todas** las actividades virtuales o presenciales que podrían realizarse durante el periodo de contratación a fin de lograr que la actividad tenga la máxima convocatoria y repercusión.

- El proveedor deberá asistir presencialmente a los eventos a desarrollarse en el territorio alemán previa coordinación con Promperú.

- Gestión de un mínimo de ocho (08) entrevistas para los voceros autorizados con medios de comunicación de mayor alcance en Alemania durante el periodo de contratación.
- Gestión de un mínimo de tres (03) publicaciones especiales (exclusivas) en medios masivos o especializados en turismo, gastronomía, estilo de vida durante el periodo de contratación.
- Propuesta de medios de comunicación para participar en un viaje de prensa hacia Perú (propuesta de periodistas, no incluye la organización del viaje que correría por cuenta de PromPerú).
- Apoyo en la conceptualización, organización y desarrollo de actividades o eventos de interés periodístico en Alemania, además de realizar la convocatoria, confirmación y seguimiento de medios de comunicación.
- El proveedor deberá tener siempre una actitud proactiva para colocar al Destino Perú en las noticias, para sugerir posibles soluciones a los problemas suscitados y descubrir oportunidades para el Destino Perú.

7.4 Elaboración y Distribución de productos de comunicación

- La agencia de comunicaciones y relaciones públicas deberá elaborar y distribuir notas de prensa durante el periodo de la contratación: Elaboración y distribución de por lo menos dos (02) notas de prensa cada 30 días calendarios.
- Los temas de los contenidos 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.
- El proveedor podrá distribuir las 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.
- Elaboración de (01) dossier de prensa, el cual deberá desarrollarse en coordinación con PROMPERÚ. Dicho dossier debe estar listo para su distribución en ITB Berlin 2025.
- Toda comunicación será previamente aprobada por la Oficina de Comunicaciones antes de su distribución.

7.5 Boletines de Prensa / Newsletter

- La agencia de Comunicaciones y Relaciones Públicas, elaborará el contenido y el diseño, y distribuirá al menos un (01) boletín electrónico bimestral con noticias de interés del Perú que será distribuido a medios con llegada al consumidor final y/o al canal comercial, y deberá ser validado por el área de prensa de PROMPERÚ.

7.6 Apoyos para Viajes de prensa

- La agencia de Comunicaciones y Relaciones Públicas deberá recomendar a PROMPERÚ los potenciales participantes para viajes de prensa, cuyo público objetivo se ajuste al target de la segmentación de mercados para el mercado alemán.
- Luego del viaje, la agencia de Comunicaciones y Relaciones Públicas deberá hacer seguimiento de las publicaciones que vayan apareciendo fruto del viaje de prensa organizado por PROMPERÚ. Enviará un informe de resultados que incluyan:
 - Cantidad total de impactos producto de la actividad.
 - Valorización de cada una de las publicaciones.
 - Alcance de cada una de las publicaciones.

7.7 Traducciones

La agencia de Comunicaciones y Relaciones Públicas deberá realizar las traducciones al idioma alemán y/o español y viceversa solicitadas por PROMPERÚ durante la vigencia del servicio.

7.8 Estrategia de Gestión de crisis

- La propuesta de Manejo de Crisis que se debe presentar dentro del plan de trabajo deberá contemplar la asesoría permanente ante eventuales hechos fortuitos de diversa naturaleza si se presentara una situación de crisis en el Perú (desastres naturales, disturbios sociales, situación epidémica, etc.) que afecte negativamente la imagen del país como destino turístico en el mercado de Alemania.
- La agencia de comunicaciones y relaciones públicas deberá informar de manera inmediata sobre la situación y monitorear las publicaciones (impresa o digital) que hagan referencia a la crisis.
- En caso de noticias de impacto negativo en Destino Perú, el proveedor deberá recomendar una estrategia de comunicación y plan de acción a seguir para gestionar la crisis.
- La agencia de comunicaciones y relaciones públicas deberá desarrollar material (Ej. Comunicados, notas de prensa, Q&A's) y acciones (Ej. gestión de entrevistas) que ayuden a minimizar el impacto de la percepción negativa del Perú como destino turístico en un momento de crisis. Antes de la implementación de la estrategia esta será aprobada por la Oficina de Comunicaciones.
- Atender las solicitudes de información de medios de comunicación, medios de la industria y todas las instituciones/empresas que la soliciten, con el objetivo de informar sobre la situación de manera objetiva y oportuna, reduciendo así los impactos negativos que la crisis pueda generar.
- En el caso de que se detecte alguna imprecisión o inexactitud en las publicaciones, la agencia deberá de contactar con el editor o responsable del programa o sección para solicitar la corrección respectiva, para lo cual se compartirá la información correcta para su subsanación.
- El proveedor siempre debe tener una actitud proactiva para colocar al Destino Perú en las noticias, para sugerir posibles soluciones a los problemas suscitados y descubrir oportunidades de difusión positiva del destino para generar una cobertura positiva con indicadores superiores a los negativos a fin de contrarrestar sus efectos en la percepción del público alemán.
- Todas las consultas, a través de llamadas y correos electrónicos, al proveedor con respecto a una situación de crisis en el Perú deben ser manejadas, registradas y verificadas con PROMPERÚ.
- Terminada la crisis, la agencia de comunicaciones y relaciones públicas deberá elaborar un informe dando cuenta de lo acontecido, así como de las acciones desarrolladas para controlar la crisis.

7.9 Monitoreo de información

- El proveedor deberá entregar un boletín de noticias simple - una vez a la semana - el cual deberá de contener las principales noticias del Perú en el mercado, tanto del ámbito general como del sector turístico (precisando si son espontáneas o generadas), en este boletín se deberá incluir las principales noticias y actividades de promoción turística de los países considerados competencia.

7.10 Informe Mensual

- El proveedor deberá elaborar un informe mensual, en el cual se relate las acciones realizadas en el mercado y los resultados obtenidos en cada periodo.
- **El informe mensual se entregará según lo especificado en el cuadro del numeral 7.15** durante el periodo de contratación, este debe incluir los siguientes puntos:
 - a) Resumen de actividades realizadas durante el mes.
 - b) Todas las notas de prensa aprobadas.
 - c) Relación de entrevistas realizadas (indicar fecha tentativa de publicación en caso no se haya realizado).
 - d) Relación de publicaciones pendientes (en caso de haberlas, indicar fecha tentativa de publicación).
 - e) Boletín bimensual.
 - f) Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con su respectiva valorización (publicity) y audiencia (rating/lectoría), según anexo 2.

**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 euros y su equivalente en dólares americanos.*

7.11 Informe Final

- El proveedor deberá elaborar un informe final, en el cual se detalle el total de las acciones realizadas en el mercado alemán y los resultados obtenidos consolidados durante todo el periodo de contratación.
- Para la aprobación del informe final, este debe incluir los siguientes puntos:
 - a) Resumen de actividades realizadas durante el periodo 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 periodo de contratación.
 - c) Todas las notas de prensa aprobadas.
 - d) Base de datos de los principales medios de comunicación atendidos durante el periodo de la contratación, indicando la lista de contactos (nombre y correo electrónico).
 - e) Relación de entrevistas realizadas en el periodo de la contratación (indicar fecha tentativa de publicación en caso no se haya realizado).
 - f) Relación de publicaciones pendientes (en caso de haberlas, indicar fecha tentativa de publicación)
 - g) Resultados del viaje de prensa.
 - h) Clipping de las publicaciones generadas durante el periodo 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 euros y su equivalente en dólares americanos.*

7.12 RECURSOS A SER PROVISTOS POR PROMPERÚ

PROMPERÚ tendrá un plazo de hasta cinco (05) días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato, para brindar al proveedor la siguiente información vía correo electrónico:

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

7.13 REQUISITOS DEL PROVEEDOR Y DE SU PERSONAL

- a) Experiencia mínima de seis (06) servicios prestados para la elaboración y ejecución de planes y estrategias de comunicación para la promoción y difusión del sector turístico a través de medios de comunicación tradicional y digital, de alcance masivo, así como en medios especializados en turismo, gastronomía, estilo de vida y la cadena comercial, con alcance en todo Alemania, en los últimos 07 años.
- b) Experiencia en la elaboración de dos (02) reportes con las métricas de medios de comunicación tradicional y no tradicional (equivalencia del valor publicitario (AVE), alcance, rating, tono de la información).
- c) El proveedor a contratar además debe contar con una oficina en Alemania.

Acreditación:

- El punto **a**, se acreditarán con copias de contratos, órdenes de servicios, facturas, o constancia de conformidad.
- El punto **b**, se acredita mínimo con dos (2) reportes con las métricas de medios de comunicación tradicional y no tradicional, en los que al menos se consideren los siguientes indicadores: AVE, alcance, rating, tono de la información.
- El punto **c**, deberá acreditarse con documento que acredite posesión o propiedad o constancia de registros públicos para acreditar el funcionamiento de la empresa en Alemania. Cabe precisar que este requisito se solicita considerando:
 - El conocimiento del mercado. (Las empresas alemanas tienen un entendimiento más profundo del mercado local, incluyendo la cultura, las tendencias, los valores y la sensibilidad del público objetivo. Esto permitirá adaptar las acciones de manera efectiva para conectar con la audiencia local.)
 - Contexto cultural: La comprensión del contexto cultural es fundamental para una comunicación efectiva. Una empresa de Alemania, está familiarizada con la cultura local, puede crear mensajes más auténticos y relevantes para el público objetivo, evitando posibles malentendidos o errores de interpretación.
 - Cumplimiento normativo y legal: Las regulaciones y normativas en materia de publicidad y comunicación pueden variar de un país a otro. Una empresa alemana estará más familiarizada con las leyes y los requisitos regulatorios específicos de

Alemania, lo que ayuda a evitar posibles problemas legales o de cumplimiento.

DEL PERSONAL CLAVE:

- Un (01) Director de Servicio

Experiencia mínima de ocho (08) años en el manejo de cuentas de países o empresas del sector turismo diseñando e implementando estrategias de comunicación para la promoción del turismo **en el mercado alemán**.

- Un (01) Encargado de Prensa y Relaciones Públicas

Mínimo tres (03) años de experiencia trabajando en medios de comunicación o en gestión de relaciones públicas del sector turístico, o en la elaboración de planes de comunicación, notas de prensa, boletines, monitoreo de noticias - clipping, manejo de crisis **en el mercado alemán**.

- Un (01) Especialista en redacción de productos de comunicación de corte periodístico

Experiencia mínima de cinco (05) años elaborando productos de difusión dirigido a medios de comunicación tradicionales (generalistas o especializados) **en el mercado alemán**.

Acreditación:

La experiencia del personal clave se acreditará con cualquiera de los siguientes documentos: (i) copia simple de contratos o su respectiva conformidad o (ii) constancias o (iii) certificados o (iv) carta de recomendación.

7.14 LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El presente servicio se realizará en su totalidad en territorio alemán, de acuerdo a lo sustentado en el punto 3. Finalidad Pública.

El plazo de ejecución del servicio será hasta los 240 días calendarios contados a partir del día siguiente de entregados los recursos por parte de PROMPERÚ, previo perfeccionamiento del contrato.

7.15 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 (03) 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
Producto 1	<ul style="list-style-type: none">• Plan de trabajo• Plan de comunicaciones	Se entregarán hasta los diez (10) días calendario contados a partir del día siguiente de entregados los recursos a ser proporcionados por parte de Promperú, previo perfeccionamiento del contrato.

Producto 2	<ul style="list-style-type: none"> Informe mensual según lo indicado en el numeral 7.10 Anexo 2 	Hasta 30 días calendario contados a partir del día siguiente de entregados los recursos a ser proporcionados por parte de Promperú, previo perfeccionamiento del contrato.
Producto 3	<ul style="list-style-type: none"> Informe mensual según lo indicado en el numeral 7.10 Anexo 2 	Hasta 60 días calendario contados a partir del día siguiente de entregados los recursos a ser proporcionados por parte de Promperú, previo perfeccionamiento del contrato.
Producto 4	<ul style="list-style-type: none"> Informe mensual según lo indicado en el numeral 7.10 Anexo 2 	Hasta 90 días calendario contados a partir del día siguiente de entregados los recursos a ser proporcionados por parte de Promperú, previo perfeccionamiento del contrato.
Producto 5	<ul style="list-style-type: none"> Informe mensual según lo indicado en el numeral 7.10 Anexo 2 	Hasta 120 días calendario contados a partir del día siguiente de entregados los recursos a ser proporcionados por parte de Promperú, previo perfeccionamiento del contrato.
Producto 6	<ul style="list-style-type: none"> Informe mensual según lo indicado en el numeral 7.10 Anexo 2 	Hasta 150 días calendario contados a partir del día siguiente de entregados los recursos a ser proporcionados por parte de Promperú, previo perfeccionamiento del contrato.
Producto 7	<ul style="list-style-type: none"> Informe mensual según lo indicado en el numeral 7.10 Anexo 2 	Hasta 180 días calendario contados a partir del día siguiente de entregados los recursos a ser proporcionados por parte de Promperú, previo perfeccionamiento del contrato.
Producto 8	<ul style="list-style-type: none"> Informe mensual según lo indicado en el numeral 7.10 Anexo 2 	Hasta 210 días calendario contados a partir del día siguiente de entregados los recursos a ser proporcionados por parte de Promperú, previo perfeccionamiento del contrato.
Producto 9	<ul style="list-style-type: none"> Informe mensual según lo indicado en el numeral 7.10 Anexo 2 Informe Final 	Hasta 240 días calendario contados a partir del día siguiente de entregados los recursos a ser proporcionados por parte de Promperú, previo perfeccionamiento del contrato.

(*) Véase indicación del punto 7.10 y punto 7.11

7.16 OTRAS OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

- La comunicación con PROMPERÚ será en idioma inglés o español, y todo el contenido debe ser propuesto en idioma inglés o español y en alemán.
- Coordinar con los especialistas de PROMPERÚ con los cuales deberán mantener una comunicación fluida.
- Identificar a los principales medios de comunicación de nuestro interés en el mercado alemán 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.
- 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.

7.17 FORMA DE PAGO

El pago se realizará en **cinco (05) pagos parciales**; en moneda extranjera (**euros**), por transferencia bancaria, para lo cual el proveedor deberá de haber entregado cada producto y deberá contar con la conformidad del Departamento del Mercado Europeo y la Subdirección de Promoción de Turismo Receptivo, previo visto bueno de la Oficina de Comunicaciones. La emisión de la conformidad no superará de 07 días calendario luego de haberse recibido cada producto.

Primer pago: el 25% del monto total contratado a la entrega y conformidad de los productos 1 y 2

Segundo pago: el 20% del monto total contratado a la entrega y conformidad de los productos 3 y 4

Tercer pago: el 20% del monto total contratado a la entrega y conformidad de los productos 5 y 6

Cuarto pago: el 20% del monto total contratado a la entrega y conformidad del producto 7 y 8

Quinto pago: el 15% del monto total contratado a la entrega y conformidad del producto 9

Asimismo, el proveedor enviará su comprobante de pago a la dirección de correo electrónico comprobantepago@promperu.gob.pe indicando en el asunto el **número de la Orden de Servicio** conteniendo los siguientes datos:

- Nombre: PROMPERÚ
- RUC: 20307167442
- Dirección: Calle Uno Oeste N° 50, Edificio MINCETUR, Piso 14, Urb. Corpac, San Isidro, Lima
- N° de orden de servicio:

En el caso de que cuente con su comprobante de pago electrónico, debe enviar el documento indicando que es factura electrónica.

7.18 CONFORMIDAD DEL SERVICIO:

Deberá contar con la conformidad de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo y del Departamento de Mercado Europeo, previo visto bueno de la Oficina de Comunicaciones. La emisión de la conformidad no superará los 07 días calendario de haberse recibido cada producto.

7.19 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:

Penalidad diaria = $0.10 \times \text{monto}$

F x plazo en días

Donde F tiene los siguientes valores:

- o Para los plazos menores o iguales a sesenta (60) días, para bienes, servicios en general y consultorías: F=0.40.
- o 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) Cualquiera de las partes puede resolver el Contrato por caso fortuito, fuerza mayor o por hecho sobreviniente al perfeccionamiento del Contrato que no sea imputable a las partes y que imposibilite de manera definitiva la continuación de la ejecución del Contrato.

La ULOG evaluará el informe técnico del área usuaria para determinar la procedencia de la resolución. Con los informes favorables correspondientes la OAD adoptará la decisión pertinente y comunicará la resolución al contratista.

12. SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN CONTRATACIONES CON PROVEEDORES

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, según corresponda.

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.

[illegible]

Anexo 2:

CUADRO PARA CLIPPING

Medio	Fecha	Título	Tipo de Medio	Audiencia	Valorización (€)	Valorización (\$)	Acción (PR/Media support/Espontánea)	Enlace