

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 ESTADOUNIDENSE

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Departamento del Mercado Anglosajón

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Contratar una agencia de marketing digital con experiencia en el mercado estadounidense 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 el mercado estadounidense.

3. FINALIDAD PÚBLICA

Recuperar los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo a través de la promoción de contenido de valor dirigido al consumidor final en el mercado Estados Unidos de manera que construya conocimiento de nuestro destino entre la audiencia norteamericana y los impulse a viajar.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO

Categoría Presupuestaria: Promoción Digital

Categoría: Gestión de Redes Sociales USA con APEX 0189.2023

Actividad Operativa del POI: Community Manager USA

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.

Mediante Resolución de Presidencia N° 225-2022-PROMPERÚ/PE fue aprobado el Presupuesto Institucional de Apertura PIA correspondiente al año fiscal 2023 de PROMPERÚ; y mediante Resolución N° 000229-PROMPERU/PE de fecha 30 de diciembre de 2022 fue oficializado el Plan Operativo Institucional 2023 de la Comisión de Promoción del Turismo para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ aprobado por Consejo Directivo en sesión ordinaria del 20 de diciembre de 2022, plan en el que se incluye esta actividad.

La Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo es la unidad orgánica encargada de proponer, ejecutar y evaluar las actividades de promoción del turismo receptivo en función a los objetivos y estrategias institucionales. Con el fin de continuar contribuyendo al cumplimiento de las metas planteadas para la reactivación del turismo receptivo, PROMPERÚ ha venido trabajando estrategias de reactivación de turismo receptivo a través de la identificación de oportunidades que permitan alcanzar las metas y estrategias establecidas en el mercado para la promoción adecuada del destino en el público de los países priorizados como lo son los mercados de Estados Unidos y Canadá.

En este contexto, la Coordinación del Mercado Anglosajón consideró pertinente establecer ciertas estrategias que permitan seguir impulsando la recuperación de ambos mercados. Entre ellas, se buscará promocionar contenido de valor dirigido al consumidor final, para lo cual, se consideró como una de las actividades principales el trabajo en redes sociales. Es así que se tendría contemplada la contratación de una empresa especializada en la implementación de estrategias de marketing en redes sociales.

Desde el año 2019, la coordinación del Mercado Anglosajón viene trabajando un plan de promoción en redes sociales en los Estados Unidos, el cual ha venido dando resultados positivos, así también, ha implementado acciones digitales para promocionar el mercado canadiense.

Actualmente, las redes sociales de PROMPERÚ, dirigidas al mercado anglosajón cuentan con 274,790 seguidores en Facebook (<https://www.facebook.com/visitperu/>), de los cuales 155,091 (56,4 %) están en los Estados Unidos.

En Twitter (<https://twitter.com/visitperu>), contamos con 67,396 seguidores. Sin embargo, la plataforma no revela un desglose demográfico por país.

En la red social Tik Tok, la cuenta <https://www.tiktok.com/@visitperu> es seguida por 303,306 seguidores, de los cuales el 1,4% pertenece a los Estados Unidos.

Finalmente, en la red social Instagram <https://www.instagram.com/peru/>, la cuenta de Perú está dirigida tanto al mercado nacional como internacional, contando en la actualidad con 764,416 seguidores. Del total, un 13,6 % (103,960 aproximadamente) pertenecen a los Estados Unidos.

6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

Realizar promoción en espacios digitales mediante la contratación de una agencia de marketing digital que implemente una estrategia en redes sociales para el mercado anglosajón, así como la creación y publicación de contenido en Estados Unidos de manera que se logre:

- Construir conocimiento de nuestro destino entre la audiencia estadounidense que hace uso de redes sociales.
- Dirigir tráfico a nuestras plataformas de tal forma que se contribuya a incrementar el conocimiento acerca de la oferta vigente.
- Generar contenido de valor e impacto en Redes Sociales para los mercados de Estados Unidos y Canadá.
- Dar seguimiento a las conversaciones que se den en redes sociales.
- Incrementar el número de seguidores de nuestras redes sociales: en Facebook un estimado mínimo de 7%; en Twitter un estimado de 5%; en Instagram un mínimo estimado de 7% y en Tik Tok se considera acercarnos al millón de seguidores creciendo un estimado del 140 % con el apoyo de la pauta publicitaria.

7. ALCANCES Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO A CONTRATAR

El proveedor deberá implementar el servicio de ejecución de una estrategia de contenido y planeamiento, creación y posteo de contenido, community management, gestión para implementar pauta digital, realización y difusión de contenido con influencers del mercado estadounidense.

Para ello deberá realizar lo siguiente:

a) Estrategia de contenido y planeamiento

- Diagnóstico de las cuentas de PROMPERÚ.
- Diagnóstico del mercado de Estados Unidos en digital. Penetración de redes sociales, principales medios de consumo, horario, etc.
- Desarrollar el Buyer Persona.
- Desarrollar y presentar una propuesta de contenidos digitales en las redes sociales de PROMPERÚ. Esta deberá detallar el tipo de contenido, formato por cada red, ejes temáticos (cultura, aventura, naturaleza, gastronomía, efemérides, noticias y calendario de publicación).
- Implementación de la estrategia de contenido en las plataformas de redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram, Tik Tok y Shorts para Youtube.
- El proveedor deberá entregar un plan operativo por el plazo de la contratación del servicio, en un tiempo no mayor a los 10 días calendario de iniciado el servicio, el mismo que será revisado y aprobado por PROMPERÚ. Este plan operativo deberá incluir: el detalle de la implementación de la estrategia de contenido e incluirá un calendario de trabajo y recomendaciones.
- 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 de PROMPERÚ.
- Enviar reporte mensual, en formato PPT, donde se presente la siguiente información:
 - o Detalle de la comunidad (número de seguidores actual y nuevos seguidores)
 - o Desglose demográfico de los seguidores
 - o Alcance e impresiones totales
 - o Cantidad de interacciones (Reacciones, shares, retweets, comentarios, clics, reproducciones de video, etc.)
 - o Top 5 de las publicaciones más exitosas y Top 5 de las menos exitosas
 - o Cantidad de inbox y comentarios respondidos
 - o Conclusiones, recomendaciones y siguientes pasos.
- A fin de optimizar los recursos, PROMPERÚ podrá solicitar ajustes en el plan operativo.

b) Creación y publicación de Contenido

- Creará contenido para ser publicado en las redes sociales de PROMPERÚ: Facebook, Twitter, Instagram, Tik Tok y Shorts, de acuerdo al plan de contenidos aprobado.
- Implementación de la estrategia de contenido en las plataformas de redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram, Tik Tok y Shorts con las que cuenta PROMPERÚ.
- La distribución de los contenidos como el número de publicaciones por plataforma puede variar y se determinará en el plan propuesto.
- El proveedor deberá aplicar una línea gráfica para cada plataforma, según la propuesta aprobada en la fase de planeamiento.
- Deberá generar un mínimo de 276 posteos durante la duración del contrato (23 posteos por mes en promedio) las cuales estarán sujetas al lineamiento de marca de PROMPERÚ. Dentro de las 23 publicaciones por mes, el proveedor deberá realizar:
 - o Un mínimo de 10 publicaciones exclusivas para la red social Tik Tok / Reels de Instagram por mes.
 - o Un mínimo de 05 publicaciones de tráfico para la plataforma de Your Perfect Peru ubicada dentro del ecosistema de peru.travel (estas publicaciones deben estar acompañadas de una gráfica en formato vertical para story para llevar tráfico a la web)
 - o Un mínimo de 08 publicaciones audiovisuales de impacto (videos, stories, infografías,

carrusel, animaciones, etc.) que pueden estar enmarcadas en las campañas bimensuales por ejes de interés como: cultura, aventura, naturaleza y gastronomía. Se solicita privilegiar contenido en los siguientes formatos:

- Formato video para la red social Facebook
- Las fotografías para la red social Instagram deben ser de alto impacto, tanto para imágenes individuales como para el formato carrusel
- En Tik Tok se busca buscamos videos de alta calidad diseñados específicamente para esta red, que se ajusten al lenguaje y formato vertical característico de la plataforma, además de ir alineados a las nuevas tendencias. Estos videos deben tener una duración adaptable según las necesidades del contenido (de entre 10 a 30 segundos).
- Deberá diseñar 12 guías de turismo para Instagram durante el periodo de contratación, a razón de 1 por mes.
- El proveedor deberá realizar ediciones o retoques sobre las imágenes a ser posteadas de ser requerido.
- El proveedor deberá identificar y presentar, dentro de su grilla de contenidos, un listado de efemérides mes a mes, considerando fechas importantes del Perú a nivel internacional, así como fechas especiales de Estados Unidos y Canadá que sean aplicables para la generación de contenido relacionado con Perú.
- Presentará un manual de gestión de crisis para redes sociales. Seguimiento a las conversaciones que se den en las plataformas de Facebook e Instagram de PROMPERÚ de manera proactiva y reactiva.
- La actividad deberá incluir respuesta a comentarios de seguidores, incentivar la interacción y manejo de temas negativos.
- El proveedor deberá contar con contactos oficiales de soporte técnico en la plataforma Meta para brindar asistencia a PROMPERÚ cuando la entidad lo requiera.
- De darse algún comentario que necesite alguna atención especial, el proveedor deberá contactar a PROMPERÚ para adecuar la comunicación.

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

- De acuerdo a una evaluación y análisis de resultados, el proveedor en coordinación con PROMPERÚ optimizará las campañas y estrategias si fuera necesario.
- El proveedor deberá recomendar los posteos a los cuales ponerle pauta para la generación de alcance y tráfico.
- PROMPERÚ aprobará y coordinará, a través del Departamento de Gestión de Medios Tradicionales, la implementación de los posteos que lleven pauta publicitaria en base al presupuesto con el que cuente PROMPERÚ para este fin.
- Si alguno de los posteos con pauta tiene un rendimiento deficiente se coordinará con el proveedor para el ajuste correspondiente que no debe exceder los dos días calendario.
- Los posteos creados serán posteados también en orgánico en coordinación con el Departamento de Gestión de Medios Digitales.

d) Realización y difusión de contenido con influenciadores - Estados Unidos

- El proveedor deberá recomendar influenciadores de calidad (+ de 45k seguidores, buena reputación del influencer, buen nivel de engagement con su comunidad, comentarios positivos en sus cuentas) para generar interacciones positivas con las audiencias sobre nuestro destino.
- El proveedor deberá enviar una preselección de 09 KOLs, que PROMPERÚ validará y seleccionará.
- Los aspectos a considerar en la preselección deben ser:

- Tamaño de la audiencia: superior a 45K seguidores.
- Nicho: aventura suave, naturaleza, cultura y gastronomía.
- Demografía de la audiencia:
 - 03 influenciadores con audiencia mínima del 50% en Estados Unidos
- Los 03 influenciadores elegidos tendrán que ser enviados al destino en un viaje para promocionar sus experiencias en sus canales sociales a su base de fans en su país. No deberá repetirse la región visitada por cada influencer.
- Los destinos y la fecha de las visitas se definirán en coordinación con PROMPERÚ, y el número de días en el país no será inferior a cinco días calendario.
- 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).
- El producto que entregará el 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 (conservación mínima de un año), y 10 fotografías en alta resolución con derechos de autor para uso de PROMPERÚ en redes sociales y digital.
- La operación y vuelos serán cubiertos y negociados por el proveedor con diferentes Tour Operadores y PROMPERÚ no tendrá ningún cargo por este concepto.
- El proveedor monitoreará y reportará las publicaciones de los influenciadores.
- Contenido de apoyo en los canales de redes sociales de PROMPERÚ como parte del trabajo continuo de retención.
- 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. La elección final de los influenciadores la da PROMPERÚ.
- 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.

7.1. COORDINACIONES ENTRE EL PROVEEDOR Y PROMPERÚ PARA EL DESARROLLO DE CONTENIDO

- El contenido deberá ser desarrollado en idioma inglés.
- Todas las artes, creativities y contenido para propósitos digitales serán ejecutados por el proveedor con la aprobación previa de PROMPERÚ.
- El lineamiento de marca y acceso a la librería de imágenes será provisto por el Departamento de Gestión de Medios Digitales a través de un mail de comunicación sin exceder los 5 días calendarios contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
- Las regiones a ser priorizadas para la promoción serán detalladas al proveedor por parte del Departamento del Mercado Anglosajón, sin exceder los 5 días calendarios contados a partir del día siguiente de la suscripción del contrato.
- Los especialistas a cargo de nuestro mercado estén única y exclusivamente en el manejo de nuestras redes sociales.
- Los contenidos desarrollados por el proveedor deben ser publicados desde un IP que se ubique en el territorio norteamericano (Estados Unidos y Canadá) Asimismo el proveedor deberá enviar evidencias (en capturas de pantalla) del número de IP para realizar la verificación respectiva.

7.2. COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

Coordinador y supervisión del Servicio:

Departamento de Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

Supervisión Técnica del servicio:

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

7.3. ENTREGABLES

El proveedor deberá entregar un plan operativo, reportes mensuales y un informe final Calendario de entregas

N°	PRODUCTOS	PLAZO DE ENTREGA
N° 1	Plan Operativo	Hasta los 10 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
N° 2	Reporte N° 01	Hasta los 40 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
N° 3	Reporte N° 02	Hasta los 70 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
N° 4	Reporte N° 03	Hasta los 100 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
N° 5	Reporte N° 04	Hasta los 130 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
N° 6	Reporte N° 05	Hasta los 160 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
N° 7	Reporte N° 06	Hasta los 190 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
N° 8	Reporte N° 07	Hasta los 220 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
N° 9	Reporte N° 08	Hasta los 250 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
N° 10	Reporte N° 09	Hasta los 280 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
N° 11	Reporte N° 10	Hasta los 310 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
N° 12	Reporte N° 11	Hasta los 340 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
N° 13	Reporte N° 12	Hasta los 370 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
N° 14	Reporte Final	Hasta los 380 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.

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

- **Plan Operativo:** detalle de la implementación de la estrategia de contenido y calendario de trabajo.
- **Reportes mensuales:**
 - KPIs de las redes sociales de posteos orgánicos por plataforma trabajada: alcance,

impresiones, engagement, interacciones, clics, Top 5 de las publicaciones más exitosas y el Top 5 de las menos exitosas, e incluir a manera informativa el trabajo de implementación de pauta realizado por la Central de Medios.

- Capturas de las publicaciones en redes sociales.
- Análisis del sentimiento del consumidor: comentarios de los usuarios.
- Análisis de competidores en redes sociales.
- Recomendaciones para la optimización.
- Desglose detallado con la cantidad de inbox y comentarios respondidos, clasificados en negativos y positivos.
- Acciones realizadas con influencers: capturas de las publicaciones realizadas, número de interacciones, alcance, recomendaciones y siguientes pasos.
- Conclusiones, recomendaciones y pasos a seguir.

- **Informe final:**

- Cuadro comparativo del desempeño mensual de las publicaciones incluyendo KPIs.
- Análisis de resultados y recomendaciones.

Los entregables deberán ser enviados en un documento PDF a través de la Ventanilla Virtual de PROMPERÚ: <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/Home/Index>; dentro del horario de atención que es de lunes a viernes de 9.00 am a 17.00 horas y dentro de los días laborales

7.4. REQUISITOS DEL PROVEEDOR

Experiencia del proveedor en la especialidad:

Requisitos:

- Haber realizado al menos 8 servicios iguales o similares al objeto de la presente contratación, durante los últimos ocho (8) años anteriores a la fecha de la presentación de ofertas.
- El postor debe acreditar un monto facturado acumulado equivalente a 3 veces el valor estimado por la contratación de servicios iguales o similares al objeto de la convocatoria, durante los ocho (08) años anteriores a la fecha de la presentación de ofertas.

Se consideran servicios similares a los siguientes:

- Desarrollando campañas y planes de comunicación digital en redes sociales dirigidas a consumidor final, desarrollo y gestión de contenidos para diversas plataformas (Facebook, Youtube, Instagram, Tik Tok y Twitter) o
- Generación de contenidos digitales para redes sociales y gestión de influencers para los mercados norteamericanos o
- Servicios relacionados a la construcción de marca, desarrollo de campañas de comunicación en redes sociales dirigidas al consumidor final para la industria del turismo y desarrollo de contenido, ejecución y medición de marketing digital en el mercado estadounidense o
- Servicios de community management dirigidos al mercado estadounidense.

Acreditación:

La experiencia del postor se acreditará con i) copia legible del contrato original o ii) copia legible de contratos u órdenes de servicios, o iii) Constancia de conformidad del servicio o iv) copia legible de constancia de prestación de servicios emitido y firmado por su cliente o v) comprobante de pago (facturas) o vi) con cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la

experiencia del postor en la especialidad.

Del personal clave requerido:

Requisitos:

- **Un (01) Community Manager:** con experiencia mínima de 08 servicios en la gestión de comunidades digitales de marcas dirigidas al público final en el mercado norteamericano.
- **Un (01) Diseñador gráfico:** con experiencia mínima de 08 servicios en la creación de contenidos para redes sociales de marcas internacionales y estudios en el manejo de herramientas de diseño gráfico como Adobe Creative Suite (Illustrator, Photoshop.)
- **Un (01) Editor de videos para Tik Tok:**
 - o Con experiencia mínima de 05 servicios en la edición de videos para redes sociales de marcas internacionales o estudios en el manejo de herramientas de edición de video.
 - o Con experiencia mínima de 2 años realizando contenido exclusivo para la red social Tik Tok.

Del personal complementario requerido:

- **Un (01) Social Media Manager:**
 - o Con experiencia mínima de 08 servicios creando estrategias digitales de alto impacto y desarrollo de campañas de comunicación en redes sociales para público final en el mercado norteamericano; o desarrollando servicios en marketing digital, análisis de métricas y KPI's; o con experiencia en herramientas de gestión y monitoreo de redes sociales.

Acreditación del personal clave y complementario requerido:

La experiencia del personal **clave y complementario** requerido se acreditará con cualquiera de los siguientes documentos: i) copia simple de contratos u orden de servicio; o ii) conformidad de prestación del servicio; o iii) constancias o iv) certificados o v) cualquier otra documentación que, de manera fehaciente, demuestre la experiencia del personal propuesto.

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

Importante

- *Los documentos que acreditan la experiencia deben incluir los nombres y apellidos del personal clave, el cargo desempeñado, el plazo de la prestación indicando el día, mes y año de inicio y culminación, el nombre de la Entidad u organización que emite el documento, la fecha de emisión y nombres y apellidos de quien suscribe el documento*
- *En caso los documentos para acreditar la experiencia establezcan el plazo de la experiencia adquirida por el personal clave en meses sin especificar los días se debe considerar el mes completo.*
- *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 las bases, se deberá validar la experiencia si las actividades que realizó el personal corresponden con la función propia del cargo o puesto requerido en las bases.*

Nota:

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 de la Oficina de Estrategias de Imagen y Marca País. Dicho cambio debe realizarse en un periodo no mayor a 15 días calendario, debiendo estar persona cumplir como mínimo el perfil del personal establecido en los Términos de Referencia.

7.5. PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El plazo de prestación de este trabajo será de 380 días calendario, contabilizados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.

7.6. LUGAR DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La totalidad del servicio se realizará de manera virtual con un proveedor que brinde un servicio de desarrollo de contenido, ejecución y medición de marketing digital especializado en el mercado estadounidense y canadiense, a excepción por el punto “e)” del numeral “7. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO”.

7.7. CONFORMIDAD DEL SERVICIO

La conformidad será otorgada por el Departamento de Mercado Anglosajón y la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previo visto bueno del Departamento de Gestión de Medios Digitales, la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País y la Oficina de Comunicaciones.

7.8. FORMA DE PAGO

El pago se realizará en cuatro partes, por transferencia bancaria y en moneda extranjera (dólares estadounidenses), para lo cual, el proveedor debe haber entregado los productos correspondientes y contar con la conformidad del servicio. La emisión de la conformidad no superará los 7 días calendario de haberse recibido el producto correspondiente.

- Primer pago: 40% del monto total contratado, luego de la entrega y conformidad de los productos N° 1 y 2.
- Segundo pago: 20% del monto total contratado, luego de la entrega y conformidad de los productos N° 3, 4, 5 y 6.
- Tercer pago: 20% del monto total contratado, luego de la entrega y conformidad de los productos N° 7, 8, 9 y 10.
- Cuarto pago: 20% del monto total contratado, luego de la entrega y conformidad de los productos N° 11, 12, 13 y 14.

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:

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

Quando 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 Departamento de Mercado Anglosajón emitirá un informe técnico a la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo informando acerca de la situación de incumplimiento de las obligaciones contractuales y esta última podrá solicitar por escrito a la Oficina de Administración, 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 de 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.ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD

Toda la información proporcionada al proveedor del servicio, relativa al objeto principal del servicio, será tratada con estricta confidencialidad, por lo que queda obligado a no divulgar a terceros la información proporcionada por PROMPERÚ. El incumplimiento de este punto por parte del proveedor del servicio lo hará acreedor a las sanciones civiles y penales correspondientes.

Asimismo, PROMPERÚ tendrá todos los derechos de propiedad intelectual, respecto a los productos entregados y otros que guarden una relación directa con la ejecución del servicio.

14.ANTICORRUPCIÓN

EL PROVEEDOR 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 art. 7 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, ofrecido, negociado o efectuado, cualquier pago o cualquier beneficio o incentivo ilegal en relación al contrato.

Asimismo, el PROVEEDOR 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, 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 PROVEEDOR 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; ii) adoptar medidas técnicas, organizativas y/o de personal apropiadas para evitar los referidos actos o prácticas.

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.