

TÉRMINOS DE REFERENCIA

SERVICIO DE AGENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES ESPECÍFICAS EN EL MERCADO DE CANADÁ

Centro de Costo		Sub-Dirección de Turismo Receptivo
APEX	0181.2023	Acciones de relaciones públicas Canadá

I. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

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

II. 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 Canadá.

III. FINALIDAD PÚBLICA

La presente contratación tiene por finalidad pública el desarrollo de una campaña de comunicaciones y relaciones públicas para el mercado de Canadá, a fin de retomar el posicionamiento (engagement) de 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, difundiendo la oferta de nuestro 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.

IV. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO

Centro de costo: Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo – Departamento del Mercado Anglosajón

Ápex: 0181.2023 - Acciones de relaciones públicas Canadá

V. ANTECEDENTES

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 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.

El mercado anglosajón considera de suma importancia realizar una campaña de Comunicaciones y Relaciones Públicas que contribuya a la imagen positiva del país a través de un plan de acción proactivo en un corto, mediano y largo plazo, así como consolidar nuestra presencia en dicho mercado. Cabe indicar que el mercado de Canadá, viene reactivándose en el sector turístico, mostrando con ello su recuperación progresiva después de la pandemia COVID 19. Es imprescindible que el Perú tenga una fuerte presencia en medios en el 2023 y que contribuya a generar confianza, mostrando al país como un destino seguro, a un potencial viajero que está en busca de nuevas experiencias que lo pongan en contacto con un país multitemático que siempre estará dispuesto a reinventarse.

En el año 2021, el Perú registró un total de 444,331 llegadas de turistas internacionales, de los cuales 7,872 fueron provenientes de Canadá; esto representó una disminución del -59% respecto al año 2019 (19,383). Esta baja fue debido a la continuación de la pandemia mundial del COVID-19 y a las estrictas medidas del Gobierno Canadiense respecto a los viajes al exterior. Sin embargo, en el 2022, la cifra de arribos de turistas canadienses subió a 40,662, aumentando significativamente (417 %), tras el levantamiento mundial y nacional de algunas restricciones de viaje.

El número de arribos de turistas canadienses sigue incrementándose, ya que de enero a agosto de este año 2023, Perú registró un total de 1,564,957 de llegadas de turistas internacionales, de los cuales 27,077 fueron provenientes de Canadá, lo que representó un crecimiento del 18% respecto al año 2022 (22,998). Este aumento progresivo es debido a que, en marzo de este año, el Gobierno de Canadá eliminó su advertencia de no viajar a Perú.

De acuerdo al Perfil del Turista Extranjero 2019 elaborado por PROMPERÚ, el gasto promedio del turista canadiense fue de USD 1,519 y tuvo una estadía promedio de 15 noches. Los principales turistas provienen de (Ontario, Quebec y Columbia Británica). A partir de diciembre 2023 la aerolínea Air Transat ofrecerá el vuelo directo desde Toronto dos veces por semana, los miércoles y sábados, del 20 de diciembre 2023 al 24 de abril 2024; saliendo de Montreal, la operación será una vez a la semana, los viernes, del 22 de diciembre 2023 al 26 de abril 2024. Los A321LR de Air Transat están configurados con 199 asientos, incluyendo 12 asientos en clase ejecutiva y 187 asientos en clase económica, el precio oscila desde USD 1042 dólares americanos.

Se considera de suma importancia desarrollar una campaña de Comunicaciones y Relaciones Públicas que contribuya a la imagen positiva del país a través de un plan de acción proactivo en un corto plazo. En este sentido, es necesario que el Perú tenga una fuerte presencia en medios en el 2023 y que contribuya a generar conciencia sobre el destino a un potencial viajero que está en busca de destinos para viajar en un escenario post Covid-19.

VI. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

- Desarrollo de un plan comunicacional en manejo de crisis: Monitoreo constante y acciones de recuperación de la confianza del consumidor de tal manera que se minimice el impacto de la percepción negativa de Perú como destino turístico en un momento de crisis.
- 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.

VII. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO A CONTRATAR

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

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.

VII.1. ACTIVIDADES

El proveedor a contratar en Canadá, deberá contribuir con incrementar el conocimiento del destino en el mercado canadiense: Ontario 60%, Quebec 20% y Oeste de Canadá 20%

El plazo de prestación del servicio será de 395 días calendario contados a partir de la confirmación del Departamento del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previo perfeccionamiento del contrato.

1. Producción de material escrito:

- **Producción y distribución de 06 boletines electrónicos** informativos del destino Perú dirigidos a los medios de comunicación canadiense durante la contratación del servicio (enviados a la base de datos de medios de prensa del proveedor).
- **Traducciones y adaptaciones de textos:** Del idioma español al inglés de acuerdo al mercado, documentos como discursos, notas de prensa, contenidos, entre otros hasta un máximo de 10,000 palabras; previamente coordinado con PROMPERÚ.

2. Responder consultas de los medios: La agencia debe atender las solicitudes de información turística sobre Perú proactivamente, imágenes, comprobación de datos de consulta, responder a las preguntas de los medios de prensa de Canadá, capitalizando oportunidades de impactos mediáticos en coordinación con PROMPERÚ durante el tiempo que dure la contratación del servicio.

3. Viajes con medios de prensa e influenciadores de viajes:

- **Viaje de prensa grupal**
El proveedor identificará, contactará y asegurará el interés de por lo menos cinco medios de primer nivel para visitar el Perú en temas especializados como gastronomía, cultura, arte, textiles, historia, lugares alternativos (off the beaten path destinations), vecindarios, música, etc. Realizará todas las coordinaciones con el medio para el itinerario de viaje. El proveedor deberá acompañar a los medios de prensa durante los días que dure el viaje.
*PROMPERU Cubrirá el costo total del viaje (tickets aéreos nacionales e internacionales y tour operación)

- **Viaje de prensa individual:**

Relacionamiento con tour operadores para asegurar el viaje de los periodistas, como mínimo siete (07) medios de prensa coorganizados entre tour operador canadiense y PROMPERÚ*, durante el tiempo que dure la contratación del servicio.

Deberá lograr que cada medio de comunicación participante y asegure la producción de al menos un artículo de fondo sobre Perú. Proporcionar recomendaciones de itinerarios. Dar seguimiento a lo escrito por estos periodistas, presentando la valoración y circulación de lo publicado, durante el tiempo que dure la contratación del servicio.

*PROMPERÚ se hará cargo de los pasajes aéreos internacionales y nacionales.

En caso el Tour Operador no cubra todos los servicios del viaje de prensa coorganizados con PROMPERÚ, el proveedor deberá hacerse cargo de esos gastos adicionales.

4. Viaje de influenciadores individuales:

- Relacionamiento con tour operadores para asegurar el viaje con influenciadores, como mínimo 04 influenciadores coorganizados entre tour operador canadiense y PROMPERÚ*, durante el tiempo que dure la contratación del servicio.

- Deberá lograr que cada influenciador participante asegure la producción de al menos dos publicaciones sobre Perú en sus redes sociales. Proporcionar recomendaciones de itinerarios. Dar seguimiento a las publicaciones de estos influenciadores, presentando la valoración y alcance de lo publicado, durante el tiempo que dure la contratación del servicio.

- *PROMPERÚ se hará cargo de los pasajes aéreos internacionales y nacionales.

En caso el Tour Operador no cubra todos los servicios del viaje de prensa coorganizados con PROMPERÚ, el proveedor deberá hacerse cargo de esos gastos adicionales.

5. Eventos:

- **Cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Toronto, Ontario:**

Asegurar un mínimo de 20 invitados (Tour operadores, medios de prensa e influenciadores). El evento se realizará durante el periodo del contrato.

- **Cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Montreal, Quebec:**

Asegurar un mínimo de 15 invitados (Tour operadores, medios de prensa e influenciadores). El evento se realizará durante el periodo del contrato.

- **Conferencia Anual - Travel Media Association (TMAC) y Marketplace - 12 al 16 de junio 2024. [Link](#)**

El proveedor deberá atender el evento mencionado y lograr el relacionamiento con al menos 20 medios de prensa durante el Marketplace.

El proveedor deberá hacerse cargo del registro e inscripción de nuestra participación.

6. Gestión de crisis y servicio de Clipping:

- El proveedor deberá monitorear y comunicar posibles coberturas negativas y brindará actualizaciones y recomendaciones de cobertura a PROMPERÚ para el mercado canadiense.
- El proveedor revisará y distribuirá comunicados de prensa (comunicaciones de crisis) escritos por PROMPERÚ, y realizará ediciones y seguimiento, si es necesario.
- El proveedor monitoreará e informará sobre las noticias canadienses y las advertencias del Gobierno de Canadá que sean relevantes para PROMPERÚ.

7. Investigación: Durante el periodo del servicio, preparar semanalmente una actualización de noticias más relevantes de la economía canadiense, noticias y tendencias de la industria turística canadiense e información de países competidores (Ecuador, Colombia, Chile, Brasil), esta información será remitida vía correo electrónico a la Coordinación del Departamento del Mercado Anglosajón.

8. Campañas en conjunto con influenciadores de viajes:

Trabajar en conjunto con cuatro (4) influenciadores de viajes canadienses que promuevan la campaña de Perú en sus redes sociales orgánicas y pagados. El objetivo de la campaña deberá ser inspirar viajes a Perú y generando confianza del destino, en el marco de la reactivación del turismo, durante el tiempo que dure la contratación del servicio.

VII.2. REQUISITOS DEL PROVEEDOR

EXPERIENCIA DEL PROVEEDOR EN LA ESPECIALIDAD:

Requisitos:

- Proveedor debe acreditar mínimamente un acumulado de 5 años de experiencia en servicios o actividades de relaciones públicas, manejo de crisis en la industria turística con empresas tales como oficinas de turismo, asociaciones de turismo, aerolíneas, hoteles o cruceros dentro de Canadá; o servicios en elaboración y ejecución de 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, lifestyle y la cadena comercial para países de Sudamérica que se dirija al mercado de Canadá.
- El proveedor deberá contar con oficina física en Toronto, Canadá, para el adecuado relacionamiento con los medios de prensa de Canadá.

Acreditación:

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

Nota: los documentos presentados para acreditar el servicio deben acumular como mínimo 5 años.

- Para la acreditación de la Oficina física en Toronto, Canadá deberá presentar una copia simple de la constancia de registros públicos o documento equivalente en Canadá para confirmar el funcionamiento de la empresa en Canadá.

DEL PERSONAL CLAVE REQUERIDO:

Requisitos

- **Un (01) Encargado de Prensa y Relaciones Públicas**

Con experiencia mínima de cinco (5) años trabajando en medios de comunicación o en gestión de relaciones públicas del sector turístico, y en la elaboración de planes de comunicación, notas de prensa, boletines, monitoreo de noticias - clipping, manejo de crisis en el mercado de Canadá.

Acreditación:

La experiencia del personal clave se acreditará con cualquiera de los siguientes documentos: (i) copia simple de contratos (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.

Importante

- *Los documentos que acreditan la experiencia deben incluir los nombres y apellidos del personal clave ofertado, 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.*

VII.3. LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

El presente servicio se realizará en su totalidad en Canadá

El plazo de prestación del servicio será de 395 días calendario contados desde el día de la firma del acta de inicio del servicio, previo perfeccionamiento del contrato.

VII.4. 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 Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

La recepción de documentos externos a través de la Ventanilla Virtual se realiza durante las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

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

Producto	Información a entregar (*)	Plazo de entrega del producto	V°B y/o Conformidad según corresponda:	Porcentaje (%) a pagar
Producto 1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Producción y distribución de 06 boletines electrónicos. 2. Traducciones y adaptaciones de textos. 3. Lista de contactos sobre las consultas respondidas a los medios. 4. Resultados de viajes de prensa grupal. 5. Resultados de viajes de prensa individual. 6. Resultados de viajes de influenciadores individuales. 7. Resultados de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Toronto, Ontario. 8. Resultado de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Montreal, Quebec. 9. Resultados de Conferencia Anual - Travel Media Association (TMAC) y Marketplace. 10. Gestión de crisis y servicio de Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con los indicadores / métricas de desempeño, incluyendo su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría). 11. Investigación del mercado y países competidores hasta la fecha. 12. Campañas en conjunto con influenciadores de viajes. <p>Nota: La información a entregar será de acuerdo a las acciones que se hayan realizado hasta la fecha.</p>	Hasta 25 días calendario contados desde el día de la firma del acta de inicio del servicio, previo perfeccionamiento del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> - Sub Dirección de Turismo Receptivo. - Dpto. Mercado Anglosajón. - Oficina de Comunicaciones (OCM). 	9%
Producto 2	<ol style="list-style-type: none"> 1. Producción y distribución de 06 boletines electrónicos. 2. Traducciones y adaptaciones de textos. 3. Lista de contactos sobre las consultas respondidas a los medios. 4. Resultados de viajes de prensa grupal. 	Hasta 65 días calendario contados desde el día de la firma del acta de inicio del servicio, previo	<ul style="list-style-type: none"> - Sub Dirección de Turismo Receptivo - Dpto. Mercado Anglosajón - Oficina de Comunicaciones (OCM). 	9%

	<p>5. Resultados de viajes de prensa individual.</p> <p>6. Resultados de viajes de influenciadores individuales.</p> <p>7. Resultados de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Toronto, Ontario.</p> <p>8. Resultado de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Montreal, Quebec.</p> <p>9. Resultados de Conferencia Anual - Travel Media Association (TMAC) y Marketplace.</p> <p>10. Gestión de crisis y servicio de Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con los indicadores / métricas de desempeño, incluyendo su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</p> <p>11. Investigación del mercado y países competidores hasta la fecha.</p> <p>12. Campañas en conjunto con influenciadores de viajes.</p> <p>La información a entregar será de acuerdo a las acciones que se hayan realizado hasta la fecha.</p>	perfeccionamiento del contrato.		
Producto 3	<p>1. Producción y distribución de 06 boletines electrónicos.</p> <p>2. Traducciones y adaptaciones de textos.</p> <p>3. Lista de contactos sobre las consultas respondidas a los medios.</p> <p>4. Resultados de viajes de prensa grupal.</p> <p>5. Resultados de viajes de prensa individual.</p> <p>6. Resultados de viajes de influenciadores individuales.</p> <p>7. Resultados de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Toronto, Ontario.</p> <p>8. Resultado de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Montreal, Quebec.</p>	Hasta 95 días calendario contados desde el día de la firma del acta de inicio del servicio, previo perfeccionamiento del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> - Sub Dirección de Turismo Receptivo - Dpto. Mercado Anglosajón - Oficina de Comunicaciones (OCM). 	9%

	<p>9. Resultados de Conferencia Anual - Travel Media Association (TMAC) y Marketplace.</p> <p>10. Gestión de crisis y servicio de Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con los indicadores / métricas de desempeño, incluyendo su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</p> <p>11. Investigación del mercado y países competidores hasta la fecha.</p> <p>12. Campañas en conjunto con influenciadores de viajes.</p> <p>La información a entregar será de acuerdo a las acciones que se hayan realizado hasta la fecha.</p>			
Producto 4	<p>1. Producción y distribución de 06 boletines electrónicos.</p> <p>2. Traducciones y adaptaciones de textos.</p> <p>3. Lista de contactos sobre las consultas respondidas a los medios.</p> <p>4. Resultados de viajes de prensa grupal.</p> <p>5. Resultados de viajes de prensa individual.</p> <p>6. Resultados de viajes de influenciadores individuales.</p> <p>7. Resultados de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Toronto, Ontario.</p> <p>8. Resultado de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Montreal, Quebec.</p> <p>9. Resultados de Conferencia Anual - Travel Media Association (TMAC) y Marketplace.</p> <p>10. Gestión de crisis y servicio de Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con los indicadores / métricas de desempeño, incluyendo su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</p> <p>11. Investigación del mercado y países competidores hasta la fecha.</p>	<p>Hasta 125 días calendario contados desde el día de la firma del acta de inicio del servicio, previo perfeccionamiento del contrato.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sub Dirección de Turismo Receptivo - Dpto. Mercado Anglosajón - Oficina de Comunicaciones (OCM). 	9%

	<p>12. Campañas en conjunto con influenciadores de viajes.</p> <p>La información a entregar será de acuerdo a las acciones que se hayan realizado hasta la fecha.</p>			
Producto 5	<p>1. Producción y distribución de 06 boletines electrónicos.</p> <p>2. Traducciones y adaptaciones de textos.</p> <p>3. Lista de contactos sobre las consultas respondidas a los medios.</p> <p>4. Resultados de viajes de prensa grupal.</p> <p>5. Resultados de viajes de prensa individual.</p> <p>6. Resultados de viajes de influenciadores individuales.</p> <p>7. Resultados de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Toronto, Ontario.</p> <p>8. Resultado de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Montreal, Quebec.</p> <p>9. Resultados de Conferencia Anual - Travel Media Association (TMAC) y Marketplace.</p> <p>10. Gestión de crisis y servicio de Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con los indicadores / métricas de desempeño, incluyendo su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</p> <p>11. Investigación del mercado y países competidores hasta la fecha.</p> <p>12. Campañas en conjunto con influenciadores de viajes.</p> <p>La información a entregar será de acuerdo a las acciones que se hayan realizado hasta la fecha.</p>	Hasta 155 días calendario contados desde el día de la firma del acta de inicio del servicio, previo perfeccionamiento del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> - Sub Dirección de Turismo Receptivo - Dpto. Mercado Anglosajón - Oficina de Comunicaciones (OCM). 	8%
Producto 6	<p>1. Producción y distribución de 06 boletines electrónicos.</p> <p>2. Traducciones y adaptaciones de textos.</p> <p>3. Lista de contactos sobre las consultas respondidas a los medios.</p>	Hasta 185 días calendario contados desde el día de la firma del acta de inicio	<ul style="list-style-type: none"> - Sub Dirección de Turismo Receptivo - Dpto. Mercado Anglosajón 	8%

	<p>4. Resultados de viajes de prensa grupal.</p> <p>5. Resultados de viajes de prensa individual.</p> <p>6. Resultados de viajes de influenciadores individuales.</p> <p>7. Resultados de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Toronto, Ontario.</p> <p>8. Resultado de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Montreal, Quebec.</p> <p>9. Resultados de Conferencia Anual - Travel Media Association (TMAC) y Marketplace.</p> <p>10. Gestión de crisis y servicio de Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con los indicadores / métricas de desempeño, incluyendo su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</p> <p>11. Investigación del mercado y países competidores hasta la fecha.</p> <p>12. Campañas en conjunto con influenciadores de viajes.</p> <p>La información a entregar será de acuerdo a las acciones que se hayan realizado hasta la fecha.</p>	del servicio, previo perfeccionamiento del contrato.	- Oficina de Comunicaciones (OCM).	
Producto 7	<p>1. Producción y distribución de 06 boletines electrónicos.</p> <p>2. Traducciones y adaptaciones de textos.</p> <p>3. Lista de contactos sobre las consultas respondidas a los medios.</p> <p>4. Resultados de viajes de prensa grupal.</p> <p>5. Resultados de viajes de prensa individual.</p> <p>6. Resultados de viajes de influenciadores individuales.</p> <p>7. Resultados de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Toronto, Ontario.</p> <p>8. Resultado de cena de relacionamiento con el canal</p>	Hasta 215 días calendario contados desde el día de la firma del acta de inicio del servicio, previo perfeccionamiento del contrato.	<p>- Sub Dirección de Turismo Receptivo</p> <p>- Dpto. Mercado Anglosajón</p> <p>- Oficina de Comunicaciones (OCM).</p>	8%

	<p>comercial y medios de prensa en la ciudad de Montreal, Quebec.</p> <p>9. Resultados de Conferencia Anual - Travel Media Association (TMAC) y Marketplace.</p> <p>10. Gestión de crisis y servicio de Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con los indicadores / métricas de desempeño, incluyendo su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</p> <p>11. Investigación del mercado y países competidores hasta la fecha.</p> <p>12. Campañas en conjunto con influenciadores de viajes.</p> <p>La información a entregar será de acuerdo a las acciones que se hayan realizado hasta la fecha.</p>			
Producto 8	<p>1. Producción y distribución de 06 boletines electrónicos.</p> <p>2. Traducciones y adaptaciones de textos.</p> <p>3. Lista de contactos sobre las consultas respondidas a los medios.</p> <p>4. Resultados de viajes de prensa grupal.</p> <p>5. Resultados de viajes de prensa individual.</p> <p>6. Resultados de viajes de influenciadores individuales.</p> <p>7. Resultados de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Toronto, Ontario.</p> <p>8. Resultado de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Montreal, Quebec.</p> <p>9. Resultados de Conferencia Anual - Travel Media Association (TMAC) y Marketplace.</p> <p>10. Gestión de crisis y servicio de Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con los indicadores / métricas de desempeño, incluyendo su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</p>	<p>Hasta 245 días calendario contados desde el día de la firma del acta de inicio del servicio, previo perfeccionamiento del contrato.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sub Dirección de Turismo Receptivo - Dpto. Mercado Anglosajón - Oficina de Comunicaciones (OCM). 	8%

	11. Investigación del mercado y países competidores hasta la fecha. 12. Campañas en conjunto con influenciadores de viajes. La información a entregar será de acuerdo a las acciones que se hayan realizado hasta la fecha.			
Producto 9	1. Producción y distribución de 06 boletines electrónicos. 2. Traducciones y adaptaciones de textos. 3. Lista de contactos sobre las consultas respondidas a los medios. 4. Resultados de viajes de prensa grupal. 5. Resultados de viajes de prensa individual. 6. Resultados de viajes de influenciadores individuales. 7. Resultados de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Toronto, Ontario. 8. Resultado de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Montreal, Quebec. 9. Resultados de Conferencia Anual - Travel Media Association (TMAC) y Marketplace. 10. Gestión de crisis y servicio de Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con los indicadores / métricas de desempeño, incluyendo su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría). 11. Investigación del mercado y países competidores hasta la fecha. 12. Campañas en conjunto con influenciadores de viajes. La información a entregar será de acuerdo a las acciones que se hayan realizado hasta la fecha.	Hasta 275 días calendario contados desde el día de la firma del acta de inicio del servicio, previo perfeccionamiento del contrato.	- Sub Dirección de Turismo Receptivo - Dpto. Mercado Anglosajón - Oficina de Comunicaciones (OCM).	8%
Producto 10	1. Producción y distribución de 06 boletines electrónicos. 2. Traducciones y adaptaciones de textos.	Hasta 305 días calendario contados desde	- Sub Dirección de Turismo Receptivo	6%

	3. Lista de contactos sobre las consultas respondidas a los medios. 4. Resultados de viajes de prensa grupal. 5. Resultados de viajes de prensa individual. 6. Resultados de viajes de influenciadores individuales. 7. Resultados de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Toronto, Ontario. 8. Resultado de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Montreal, Quebec. 9. Resultados de Conferencia Anual - Travel Media Association (TMAC) y Marketplace. 10. Gestión de crisis y servicio de Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con los indicadores / métricas de desempeño, incluyendo su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría). 11. Investigación del mercado y países competidores hasta la fecha. 12. Campañas en conjunto con influenciadores de viajes. La información a entregar será de acuerdo a las acciones que se hayan realizado hasta la fecha.	el día de la firma del acta de inicio del servicio, previo perfeccionamiento del contrato.	- Dpto. Mercado Anglosajón - Oficina de Comunicaciones (OCM).	
Producto 11	1. Producción y distribución de 06 boletines electrónicos. 2. Traducciones y adaptaciones de textos. 3. Lista de contactos sobre las consultas respondidas a los medios. 4. Resultados de viajes de prensa grupal. 5. Resultados de viajes de prensa individual. 6. Resultados de viajes de influenciadores individuales. 7. Resultados de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Toronto, Ontario.	Hasta 335 días calendario contados desde el día de la firma del acta de inicio del servicio, previo perfeccionamiento del contrato.	- Sub Dirección de Turismo Receptivo - Dpto. Mercado Anglosajón - Oficina de Comunicaciones (OCM).	6%

	<p>8. Resultado de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Montreal, Quebec.</p> <p>9. Resultados de Conferencia Anual - Travel Media Association (TMAC) y Marketplace.</p> <p>10. Gestión de crisis y servicio de Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con los indicadores / métricas de desempeño, incluyendo su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</p> <p>11. Investigación del mercado y países competidores hasta la fecha.</p> <p>12. Campañas en conjunto con influenciadores de viajes.</p> <p>La información a entregar será de acuerdo a las acciones que se hayan realizado hasta la fecha.</p>			
Producto 12	<p>1. Producción y distribución de 06 boletines electrónicos.</p> <p>2. Traducciones y adaptaciones de textos.</p> <p>3. Lista de contactos sobre las consultas respondidas a los medios.</p> <p>4. Resultados de viajes de prensa grupal.</p> <p>5. Resultados de viajes de prensa individual.</p> <p>6. Resultados de viajes de influenciadores individuales.</p> <p>7. Resultados de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Toronto, Ontario.</p> <p>8. Resultado de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Montreal, Quebec.</p> <p>9. Resultados de Conferencia Anual - Travel Media Association (TMAC) y Marketplace.</p> <p>10. Gestión de crisis y servicio de Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con los indicadores / métricas de desempeño, incluyendo su</p>	Hasta 365 días calendario contados desde el día de la firma del acta de inicio del servicio, previo perfeccionamiento del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> - Sub Dirección de Turismo Receptivo - Dpto. Mercado Anglosajón - Oficina de Comunicaciones (OCM). 	6%

	<p>respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</p> <p>11. Investigación del mercado y países competidores hasta la fecha.</p> <p>12. Campañas en conjunto con influenciadores de viajes.</p> <p>La información a entregar será de acuerdo a las acciones que se hayan realizado hasta la fecha.</p>			
Producto 13	<p>1. Producción y distribución de 06 boletines electrónicos.</p> <p>2. Traducciones y adaptaciones de textos.</p> <p>3. Lista de contactos sobre las consultas respondidas a los medios.</p> <p>4. Resultados de viajes de prensa grupal.</p> <p>5. Resultados de viajes de prensa individual.</p> <p>6. Resultados de viajes de influenciadores individuales.</p> <p>7. Resultados de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Toronto, Ontario.</p> <p>8. Resultado de cena de relacionamiento con el canal comercial y medios de prensa en la ciudad de Montreal, Quebec.</p> <p>9. Resultados de Conferencia Anual - Travel Media Association (TMAC) y Marketplace.</p> <p>10. Gestión de crisis y servicio de Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con los indicadores / métricas de desempeño, incluyendo su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</p> <p>11. Investigación del mercado y países competidores hasta la fecha.</p> <p>12. Campañas en conjunto con influenciadores de viajes.</p> <p>La información a entregar será de acuerdo a las acciones que se hayan realizado hasta la fecha.</p>	<p>Hasta 395 días calendario contados desde el día de la firma del acta de inicio del servicio, previo perfeccionamiento del contrato.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sub Dirección de Turismo Receptivo - Dpto. Mercado Anglosajón - Oficina de Comunicaciones (OCM). 	6%

Informe final de todo el servicio	<p>Informe final debe contener:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Base de datos total de contactos obtenidos proactivamente. 2. Lista de contactos sobre las consultas respondidas a los medios, a raíz del acercamiento previo del proveedor con los medios. 3. Clipping de las publicaciones generadas durante los 13 meses de la contratación con los indicadores / métricas de desempeño, incluyendo su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría). 4. Envío de las noticias enviadas semanalmente sobre Perú en Canadá generadas durante los 13 meses de la contratación. 5. Investigación del mercado y países competidores generadas durante los 13 meses de la contratación. 6. Envío de boletines a los medios de prensa generadas durante los 13 meses de la contratación. 7. Traducciones y/o adaptaciones de textos generadas durante los 13 meses de la contratación. 8. Visita de los medios de prensa generadas durante los 13 meses de la contratación. 9. Resultado de visitas de los medios influenciadores generadas durante los 13 meses de la contratación. 10. Resultado campaña con influenciadores generadas durante los 13 meses. 11. Investigación del mercado y países competidores hasta la fecha. 12. Resultados de Conferencia Anual - Travel Media Association (TMAC) y Marketplace. 			
-----------------------------------	--	--	--	--

VII.5. FORMA DE PAGO

El pago se realizará en 13 pagos parciales (pago 1 al 4 mes, equivalente al 9% cada uno; del 5 al 9 mes, equivalente al 8% cada uno y del 10 al 13 mes, equivalente al 6% 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 VII.4. y deberá contar con la conformidad de la Subdirección de Turismo Receptivo, Departamento del Mercado Anglosajón y visto bueno de la Oficina de Comunicaciones (OCM). La emisión de la conformidad no superará de 7 días calendario de entregado y aprobado cada producto.

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

VII.6. CONFORMIDAD DEL SERVICIO

Emitirán conformidad del servicio los siguientes:

- Subdirección de Turismo Receptivo (STR)
- Departamento del Mercado Anglosajón (DMAN)

Emitirá visto bueno del servicio:

- Oficina de Comunicaciones (OCM)

VII.8. ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD

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

El proveedor deberá mantener estricta reserva y absoluta confidencialidad sobre LA INFORMACIÓN de PROMPERÚ a la cual tendrá acceso en el marco de ejecución del servicio contratado, debiendo abstenerse de 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.

VIII. 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.

IX. MODIFICACIONES DEL CONTRATO

Cualquier modificación pactada del contrato no implicará incrementos en el monto del contrato y deberá guardar vinculación con el objeto y la finalidad del contrato

X. SUSPENSION 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.

XI. RESOLUCIÓN DE CONTRATO

El Departamento de Anglosajón 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

XII. 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, 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.

XIII. 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.

Finalmente, EL CONTRATISTA se compromete a no colocar a los funcionarios públicos con los que deba interactuar, en situaciones reñidas con la ética. En tal sentido, reconoce y acepta la prohibición de ofrecerles a éstos cualquier tipo de obsequio, donación, beneficio y/o gratificación, ya sea de bienes o servicios, cualquiera sea la finalidad con la que se lo haga.

XIV. 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.