



Especificaciones Técnicas

ADQUISICIÓN DEL INFORME DEL ESTUDIO DE REPUTACIÓN E IMAGEN PAÍS 2024 PARA EL PERÚ

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL BIEN

La presente contratación es requerida por la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País.

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Se requiere adquirir un Informe de Reputación e Imagen País para Perú 2024 que contiene los resultados del desempeño de la reputación país de Perú, como también el análisis de la imagen país y los comportamientos de apoyo hacia Perú altamente relacionados con su reputación para la definición de estrategias que contribuyan al posicionamiento deseado de la Marca Perú.

3. FINALIDAD PÚBLICA

La presente adquisición tiene como finalidad pública obtener información que sirva de sustento estadístico para la elaboración de estrategias que contribuyan al posicionamiento de la marca Perú a través de los sectores de turismo, exportaciones e inversiones de nuestro país. Se sustenta la necesidad de adquirir un informe de Reputación e Imagen País para Perú 2024 pues sus resultados serán un insumo central para la gestión de la imagen y marca país a nivel nacional e internacional, permitiendo la generación de estrategias de comunicación para la consolidación de nuestra oferta en el mercado local e internacional.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

APEX	0649.2024
NOMBRE	Estudio de MP y MS
CATEGORÍA PRESUPUESTARIA	Actividad Operativa
TIPO DE ACTIVIDAD	Difusión de información
CENTRO DE COSTO	Oficina de Estrategias de Imagen y Marca País
FUENTE DE FINANCIAMIENTO	Recursos Ordinarios Tradicionales

5. OBJETIVO DE LA CONTRATACIÓN

a) Monitorear la Imagen País a nivel nacional e internacional, para el desarrollo de estrategias que contribuyan a incrementar el “equity” o valor marcario para el consumidor de la Marca Perú. Impactar positivamente en la demanda de los productos peruanos, focalizando recursos para la mejora de aquellos atributos de imagen que sean identificados como una debilidad en la imagen país y que tengan probabilidad de influencia por las acciones de PROMPERÚ.

b) Evaluar de manera técnica las actividades para la Promoción de la Imagen y Marca País, a través de la estimación de su impacto a nivel nacional e internacional sobre el turismo, las exportaciones e inversiones haciendo uso estadístico de los indicadores para su aplicación en distintas temáticas.

6. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DE LOS BIENES A CONTRATAR

Ítem	Descripción	Unidad de medida	Cantidad
1	<p>Informe del Estudio de reputación e imagen país 2024 para Perú que incluye:</p> <p>a) Reporte de resultados detallados para Perú con comparativo para 3 países benchmark indicados por PROMPERÚ.</p> <p>b) Archivo de excel con bases de datos de resultados para Perú</p>	Unidad	1

6.1 CARACTERÍSTICAS Y CONDICIONES

6.1.1. Características técnicas

La adquisición de un informe de Reputación e Imagen País para Perú 2024, permitirá conocer la reputación del Perú dentro y fuera del país junto con los aspectos de la imagen país que la explican. Los resultados serán útiles para desarrollar estrategias que refuercen positivamente la “reputación país” en materia de atracción de turistas, inversiones y compra de productos.

Esta adquisición incluye los derechos exclusivos sobre los resultados detallados para Perú lo cual implica que la empresa proveedora no podrá comercializar esta información en el Perú.

Los resultados incluidos en el informe de Reputación e Imagen País para Perú 2024 permitirán:

- Identificar los aspectos de la imagen país con alta probabilidad de mejora a partir de la generación de nuevos contenidos que contribuyan a la percepción positiva sobre nuestro país.
- Determinar las fortalezas reputacionales de Perú a nivel nacional e internacional y en algunos países específicos de interés.
- Conocer cuáles de los criterios internacionales para medir la reputación país representan una mayor importancia para el caso específico de Perú
- Conocer la posición de Perú en el ranking internacional de “Reputación País” 2024, con información esencial para difundir sobre nuestro país e identificar los puntos a mejorar sobre nuestra Imagen País y los contenidos para la Marca Perú.

- Identificar países que tienen mayor valoración hacia Perú a través del turismo, exportación e inversiones y con los que hay que mejorar la comunicación para mejorar su percepción sobre nuestro país.
- Identificar los mercados con mayor apertura para la llegada de las empresas, bienes y servicios de origen peruano.
- El estudio debe considerar por lo menos 100 valoraciones por cada país que forme parte de la recolección de información. Asimismo, debe ser dirigido a individuos mayores de 18 años, residentes en cada país y con acceso a internet que declaren conocimiento suficiente del país.

Contenido (El reporte debe incluir la siguiente información)	
Contenido	<p>a) El informe de Reputación e Imagen País para Perú 2024 requerido por PROMPERÚ debe incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El indicador de reputación de Perú, el cual debe reflejar el vínculo emocional de los ciudadanos del mundo hacia Perú en los distintos países que formen parte del estudio, consolidando indicadores como la admiración, respeto y confianza principalmente. • Un modelo explicativo de la reputación, que debe ser multidimensional y multivariado basado en los aspectos fundamentales de la “imagen país”. • A nivel de dimensiones o clusters de variables, estos deben representar los aspectos de calidad de vida, la ética y responsabilidad y la calidad institucional que son considerados aspectos fundamentales de la “imagen país” para PROMPERÚ. • Asimismo el modelo debe considerar entre sus variables aquellas que recojan la percepción sobre Perú primordialmente en aspectos como seguridad ante la delincuencia, el entorno natural, la oferta de ocio y cultura, el prestigio de la marcas y empresas peruanas, la calidad percibida en relación de los productos y servicios peruanos, su nivel de avance tecnológico, su legado cultural, la amabilidad y simpatía de su gente, su educación y confiabilidad, las condiciones favorables para nuevos negocios, el respeto internacional de sus líderes, la lucha contra el cambio climático, la protección del medioambiente entre sus principales, entre otras. • La información sobre la reputación de Perú y las percepciones sobre su imagen país, deben ser recolectadas necesariamente entre los ciudadanos del G7 (Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Francia, Italia, Canadá y Japón. Asimismo, el indicador de reputación interna de Perú, en base a la percepción de la población peruana sobre Perú • El ranking internacional de acuerdo al indicador de reputación país considerando las primeras 55 economías para el banco mundial. • Análisis de la reputación externa de Perú en los distintos países participantes en el estudio y sus mercados clave a nivel de reputación país, dimensiones y atributos • Análisis de la relevancia de las dimensiones y atributos de la

	<p>“imagen país” antes mencionados sobre la reputación de un país.</p> <ul style="list-style-type: none">• Dimensiones y atributos de imagen país que explican la reputación del Perú para distintas actividades como compra de productos, turismo e inversiones principalmente.• Análisis comparativo de las fortalezas y debilidades del Perú en relación a otros países de referencia, de acuerdo al set de competencia indicado por Promperú que será conformado por México, Colombia y Chile para este 2024.• Análisis de la reputación interna del Perú por dimensiones, variables y en relación a la percepción externa.• Análisis de la recomendación hacia el país: ranking y evolución del último año según ciudadanos G7 y valoración interna de Perú.• Análisis de la intención de compra de productos peruanos, intención de visitar el Perú y la intención de invertir en el Perú entre los ciudadanos del G7 y entre los propios peruanos.• Puntaje de Perú por países de todo el listado de atributos• Histórico reputación Perú: puntuación y posición según el indicador de reputación, dimensiones y atributos según G7 y percepción interna. Incluye el comparativo versus el año anterior.• Segmentación en los resultados de la variable visitó o no visitó Perú, dentro de los comportamientos de apoyo (recomendaría visitar Perú).• Base de datos en formato de Excel con toda la información sobre la reputación de Perú, incluyendo los puntajes por indicador de reputación, dimensiones y atributos en G7 y reputación interna.• Resumen ejecutivo de los resultados principales en inglés, adicional al reporte castellano.• Incluye el cuestionario utilizado para la recolección de la información en formato “word”
--	--

6.2 REQUISITOS DEL PROVEEDOR

El proveedor deberá contar con experiencia en la entrega de informes, base de datos o reportes para medir la reputación de países o marca país o desarrollo de estrategias de marcas país en el mercado internacional.

Acreditación:

La experiencia del proveedor se acreditará mediante la presentación de contratos u órdenes de compra o comprobante de pago o publicaciones o cualquier otro documento que acredite de manera fehaciente la experiencia requerida.

6.3 LUGAR Y PLAZO DE ENTREGA DEL BIEN

El bien (1 archivo PDF) debe ser entregado a través de ventanilla virtual de PROMPERÚ con atención al responsable de almacén, Jorge Postigo (jpostigo@promperu.gob.pe), además con copia al área usuaria, a la siguiente persona: Daniel Caveró (dcavero@promperu.gob.pe), incluyendo la orden de compra.



Especificaciones Técnicas

En cuanto al plazo de la prestación del bien será de hasta sesenta (60) días calendario contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.

6.4 OTRAS OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

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

6.5 FORMA DE PAGO

Se realizará un (01) pago único en moneda extranjera (dólares americanos), por transferencia bancaria, para lo cual debe haberse recibido el bien y contar con la conformidad emitida por la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País y el vb° de los departamentos de Estrategias de Imagen País (DEIP) y de Gestión de Marca (DGMA). La emisión de la conformidad no superará los siete (07) días calendario de haberse ingresado los bienes en el almacén.

Asimismo, para que proceda el pago el proveedor deberá enviar el comprobante de pago, con atención a la Unidad de Finanzas vía correo electrónico a: comprobantepago@promperu.gob.pe, con copia a jbernado@promperu.gob.pe, indicando en el asunto el número de la Orden de Compra conteniendo los siguientes datos:

- Nombre de PROMPERÚ
- RUC: 20307167442.
- Dirección : Calle Uno Oeste No 50, Edificio MINCETUR, Piso 14, Urb. Corpac, San Isidro, Lima
- N° de orden de compra

Además, el proveedor debe adjuntar en formato "pdf" lo siguiente

- Orden de Compra notificada por PROMPERU.
- Correo de confirmación del registro del entregable emitido por Ventanilla Virtual de PROMPERÚ.

6.7 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.

6.8 RESPONSABILIDAD POR VICIOS OCULTOS

El contratista será responsable por la calidad ofrecida y por los vicios ocultos de los bienes ofertados por el periodo de un (01) año contado a partir de la conformidad otorgada.

7. CONFORMIDAD

La conformidad será emitida por la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País (OEIM) y el visto bueno de los departamentos de Estrategias de Imagen País (DEIP) y de Gestión de Marca (DGMA).

Asimismo, el Departamento de Estrategias de Imagen País, como área usuaria, emitirá el Informe de cumplimiento de las Especificaciones Técnicas, según el formato Anexo N.º 6 de la Directiva N.º 001- 2022-PROMPERÚ/GG/OAD.

8. 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.

9. 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.

10. RESOLUCIÓN DEL 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.

11. SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN CONTRATACIÓN 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.

12. 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.

13. 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.