

TÉRMINOS DE REFERENCIA

SERVICIO DE EJECUCIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE GENERACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES Y DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN EN LAS REDES SOCIALES Y PAUTA DIGITAL PARA EL MERCADO DE PAÍSES BAJOS

I. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

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

II. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Contratar una agencia de marketing digital con experiencia en el mercado de Países Bajos para que brinde el servicio de ejecución de una estrategia de generación de contenidos digitales y desarrollo e implementación en las redes sociales y pauta digital para el mercado de Países Bajos.

III. 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 neerlandés de manera que construya conocimiento de nuestro destino entre esta audiencia y los impulse a visitar el país.

IV. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO

La presente contratación corresponde al Ápex 0269.2024 Gestión de Redes Sociales en Países Bajos.

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

V. ANTECEDENTES

Mediante Resoluciones de Presidencia Ejecutiva N° 000213-2023-PROMPERU/PE, con fecha 29 de diciembre de 2023, y N° 000219-2023-PROMPERU/PE, con fecha 29 de diciembre de 2023, se aprobó el presupuesto institucional de apertura de gastos correspondientes al año fiscal 2024; y, se oficializó el Plan Operativo Institucional para el año 2024 de PROMPERÚ, aprobado por el Consejo Directivo en la Sesión del 21 de diciembre de 2023, respectivamente.

La Dirección de Promoción del Turismo es el órgano de línea responsable de la promoción del turismo receptivo e interno, a través de la realización de actividades de promoción del destino Perú, de fortalecimiento de la gestión comercial de las empresas y de inteligencia turística, que contribuyan con el desarrollo sostenido y descentralizado del país, en concordancia con las políticas, lineamientos, objetivos y metas sectoriales. Su gestión impacta en el objetivo general institucional de contribuir efectivamente al crecimiento sostenido y descentralizado de las divisas generadas por turismo.

Dentro del plan de actividades del mercado neerlandés se contempló la contratación de un gestor de redes sociales que brinde el servicio de manejo de plataformas digitales y creación de contenido para redes sociales, dirigido exclusivamente al consumidor final neerlandés, a fin de promocionar el destino Perú eficientemente en las redes sociales en los Países Bajos.

VI. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

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

- Construir conocimiento de nuestro destino entre la audiencia de los Países Bajos. Saber el consumo de redes sociales.
- Generar contenido de valor e impacto en redes sociales para el mercado neerlandés. Dar seguimiento a las conversaciones que se den en redes sociales.
- Aprovechar la analítica de datos para tomar decisiones a fin de ejecutar campañas y activaciones que contribuyan a afianzar la estrategia, ajustarla y mejorarla permanentemente.
- Incrementar el número de seguidores neerlandeses de nuestras redes sociales.

VII. 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 y gestión para implementar pauta digital.

Para ello deberá realizar lo siguiente:

a) Estrategia y planeación de contenidos

- 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 contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato, 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. Adicionalmente deberá incluir los siguientes puntos:
 - Diagnóstico de las cuentas de PROMPERÚ en las redes sociales de PROMPERÚ dirigidas al mercado neerlandés.
 - Diagnóstico del mercado neerlandés en el ámbito digital, el cual debe incluir información sobre la penetración de redes sociales, principales medios de consumo, horarios de consumo, etc.
 - Desarrollo del buyer persona.
 - Análisis competitivo de las redes sociales de 04 destinos competidores que serán validados por PROMPERÚ.
 - Análisis cualitativo y cuantitativo de 03 marcas exitosas en las redes sociales del mercado y sus mejores prácticas.
 - Desarrollo e implementación de la estrategia de contenido en las plataformas de redes sociales de Facebook, Instagram y Shorts (Youtube).
 - Desarrollar y presentar una propuesta de contenidos digitales en las redes sociales de PROMPERÚ para el mercado de Países Bajos. Este deberá detallar el tipo de contenido, formato por cada red, ejes temáticos (cultura, aventura, naturaleza, gastronomía, efemérides, noticias) y cantidades.
 - 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, etc), acorde al manual de identidad visual de PROMPERÚ. El manual será enviado por la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País (OEIM) dentro de los cinco (05) días calendarios posteriores al perfeccionamiento del contrato.
 - Calendario de efemérides locales propuestos a desarrollar.
- A fin de optimizar los recursos, el Departamento del Mercado Europeo podrá solicitar vía correo electrónico de la especialista de mercado (nvasquezc@promperu.gob.pe) los ajustes en el plan operativo.

b) Creación y publicación de contenido

1. Creará una matriz de contenido para ser publicado en las redes sociales de PROMPERÚ: Facebook, Instagram y Shorts, de acuerdo al plan de contenidos aprobado.
2. Implementación de la estrategia de contenido en las plataformas de redes sociales de Facebook, Instagram y Shorts con las que cuenta PROMPERÚ.
3. La distribución de los contenidos como el número de publicaciones por plataforma puede variar y se determinará en el plan operativo.

4. El proveedor deberá generar un máximo de 260 contenidos durante la duración del servicio los cuales estarán sujetas al lineamiento de marca de PROMPERÚ.
5. Dentro de las publicaciones por mes, el proveedor deberá generar en promedio:
 - 20 publicaciones exclusivas para la red social Facebook en diversos formatos (video, infografías, stories, carrusel, álbum, etc).
 - 10 publicaciones exclusivas para Instagram (reels, carrusel, stories).
 - 05 publicaciones exclusivas para Youtube Shorts.
6. Proponer y desarrollar contenido in situ para las redes sociales de PROMPERÚ como parte del servicio.
7. El proveedor deberá realizar ediciones o retoques sobre las imágenes a ser posteadas de ser requerido.
8. Los contenidos se deben realizar utilizando la modalidad de 'storytelling' según las características de cada red social.
9. Los contenidos serán segmentados para el mercado neerlandés de acuerdo a los destinos priorizados.
10. La Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo indicará cuáles son los destinos priorizados para el mercado neerlandés al proveedor al día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
11. El proveedor deberá identificar y presentar, dentro de su matriz de contenidos, un listado de efemérides mes a mes, considerando fechas importantes del Perú a nivel internacional, así como fechas especiales del mercado neerlandés que sean aplicables para la generación de contenido relacionado con Perú.
12. Las publicaciones en la matriz de contenido se deben presentar en inglés para la aprobación de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo/Departamento del Mercado Europeo y la OIEM.
13. La matriz de contenido se entregará a PROMPERÚ vía correo electrónico mediante un link de Drive, con siete días calendario de anticipación al inicio de cada mes para su revisión, hasta la aprobación de las publicaciones vía correo electrónico. Después de la aprobación final, el contenido debe publicarse.
14. El proveedor deberá alertar de tendencias en las redes sociales del mercado neerlandés, a través de un correo electrónico, a fin de generar contenidos en tendencia.
15. El proveedor deberá brindar apoyo en la creación de nuevas cuentas en redes sociales y su respectiva verificación oficial por la plataforma.
16. Si hay campañas específicas para promocionar; el proveedor, en coordinación con PROMPERÚ, podrá crear contenido diferente en reemplazo del programa de contenido regular, sin que se generen costos adicionales.
17. En contenido de las publicaciones regulares siempre debe incluir un copy y un soporte multimedia (foto, banner, video, GIF, infografía, enlace, etc.).
18. El proveedor puede utilizar y editar las fotos del banco de fotos digitales de PROMPERÚ (Andén de contenidos) y proporcionará imágenes y videos a partir de su propia cuenta de un banco de imágenes, para la creación de contenido, durante la ejecución del servicio.
19. Los recursos para generar contenido en cada canal de redes sociales pueden incluir las siguientes:
 - Campañas de turismo internacional generadas por PROMPERÚ aptas para el mercado neerlandés.
 - Folletos oficiales en idioma inglés o traducidos.
 - Acciones tácticas realizadas por PROMPERÚ en los Países Bajos (ferias, seminarios, presentaciones, etc.).
 - Eventos turísticos en los Países Bajos donde PROMPERÚ o terceros promocionen al Perú como destino de ocio.
 - Las tendencias de búsqueda en línea sobre turismo en el mercado neerlandés (Google trends, Insights, entre otros).
 - La situación actual del mercado objetivo, que esté vinculada al turismo y al Perú.
 - Videos publicados en el canal de YouTube Visit Perú.
 - Publicaciones sobre el Perú en medios clave del mercado objetivo (guía de viajes, revistas, periódicos, programas de televisión).
 - Contenido generado por el usuario (UGC) en las redes sociales, los cuales pueden ser fotos o videos, siempre respetando los derechos de autor y solicitando la autorización de los autores para su uso.
 - Contenido generado con herramientas de Inteligencia Artificial (imágenes, audio, video, entre otros). El proveedor debe gestionar los accesos y permisos para la utilización de estas herramientas y los contenidos generados con ellas.
 - Publicaciones creativas con contenido ad hoc que incluyen consejos de viaje o información curiosa sobre el destino para captar el interés de los visitantes, según los destinos priorizados.

20. El proveedor deberá actualizar los banners de portada de las redes sociales de PROMPERÚ de manera bimensual o a solicitud de PROMPERÚ.
21. Los artes y materiales creativos producidos por el proveedor durante el servicio podrán ser utilizados y publicados en las redes sociales y plataformas de PROMPERÚ.
22. En el caso de que se necesite asistencia en la traducción de contenido generado por PROMPERÚ de manera interna, el proveedor se compromete a brindar apoyo en este ámbito. El proveedor estará dispuesto a colaborar en la traducción de material proporcionado por PROMPERÚ, asegurando una transición fluida y coherente en todos los aspectos lingüísticos.
23. El proveedor incluirá los derechos de autor de las imágenes. Si la foto es de PROMPERÚ, siga el siguiente formato:
 - © Nombre del fotógrafo / PROMPERÚ, deberá sobreescribirlo en la foto.
24. La frecuencia de acciones y formatos están sujetos a cambios con el fin de aumentar el alcance y el engagement, previa aprobación de PROMPERÚ, estos cambios de modificación de fecha no incurrirán en costos adicionales.

c) Administración de la comunidad

- Administración de la comunidad de manera reactiva y proactiva a través de las redes sociales de PROMPERÚ para el mercado objetivo.
- Proyección del uso y permisos de contenido generado por el usuario (UGC), identificando oportunidades a través de la administración de la comunidad.
- Responder las consultas y comentarios de la audiencia a través de la cuenta oficial de PROMPERÚ en redes sociales dirigidas al mercado neerlandés en un lapso de 48 horas durante el horario laboral de Países Bajos.
- Manejar de manera adecuada los temas negativos que puedan surgir, así como las interacciones proactivas, en coordinación con PROMPERÚ.
- El proveedor estará abierto a recibir propuestas de marcas que deseen generar alianzas tácticas o proyectos de co-marketing con PROMPERÚ en redes sociales. Deberá analizarlas y validarlas con la Coordinación de Mercado Europeo de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo y la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País (OEIM) para su aprobación o descarte.
- Hacer seguimiento a etiquetas, menciones o interacción de cuentas destacadas como influencers, marcas reconocidas, artistas, entre otros.

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

Las acciones para efectuar en las cuentas de las redes sociales son las siguientes:

- Implementación de los contenidos que tendrán pauta publicitaria. Si alguna de estas publicaciones tiene un rendimiento deficiente durante la pauta publicitaria, se coordinará vía correo electrónico del Departamento del Mercado Europeo con el proveedor el ajuste correspondiente.
- Propuesta de patrocinio de posteos orgánicos para cada canal social y presentar un plan de medios de acuerdo a las redes sociales definidos en la estrategia de lanzamiento.
- Establecer KPI's, objetivos (alcance/impactos/frecuencia), segmentación, formato, período, presupuesto y tipo de compra para cada campaña.
- Ejecutar, controlar y realizar publicidad de manera eficaz.
- Evaluar y analizar los resultados del rendimiento de cada campaña, incluido el alcance y la confirmación de si se cumplieron los indicadores establecidos inicialmente, además de recomendaciones o aprendizajes para optimizar la campaña o mejorar futuras estrategias.
- El seguimiento y la evaluación de los resultados de pauta estarán incluidos en los reportes mensuales, además debe detallar cómo fue invertido el presupuesto en cada canal social.
- La distribución, plataforma y ejecución de la compra de medios puede cambiar si PROMPERÚ lo decide o si la empresa lo propone debido a una situación o tendencia específica en el mercado.
- Los posteos creados para pauta podrán ser publicados también en orgánico en coordinación con el Departamento de Gestión de Medios Digitales.

COORDINACIONES ENTRE EL PROVEEDOR Y PROMPERÚ PARA EL DESARROLLO DE CONTENIDO

- El contenido deberá ser desarrollado y publicado en idioma neerlandés.
- Todas las artes, creatividades 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 gestionado por el Departamento de Gestión de Medios Digitales a través de un mail de comunicación sin exceder los cinco (05) días calendarios después del perfeccionamiento del contrato.
- Las regiones a ser priorizadas para la promoción serán detalladas al proveedor por parte del Departamento del Mercado Europeo, sin exceder los cinco (05) días calendarios contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
- El servicio deberá contar con un equipo que deberá estar conformado por:
 - Un community manager con mínimo tres años de experiencia.
 - Un diseñador gráfico con mínimo tres años de experiencia.
 - Un editor de videos para Reels con mínimo dos años de experiencia.
 - Un social media manager con mínimo cinco años de experiencia.
- 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 e Imagen País. Dicho cambio debe realizarse en un periodo no mayor a 15 días calendario, debiendo esta persona cumplir como mínimo el perfil del personal establecido en los Términos de Referencia. Dicho cambio no generará gastos adicionales. De la misma manera, el equipo que sea presentado deberá mantenerse hasta el término del contrato, salvo que se produzca el cese laboral de alguno de los miembros. Dicho integrante deberá ser aprobado por PROMPERÚ (mediante correo electrónico) y reunir como mínimo el perfil establecido en los Términos de Referencia.

VIII. COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

Coordinador y supervisión del Servicio:

Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo/Departamento del Mercado Europeo.

Supervisión Técnica del servicio:

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

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

IX. REQUISITOS DEL PROVEEDOR

Requisitos:

- Haber realizado al menos 05 servicios iguales o similares al objeto de la presente contratación, durante los últimos cinco (05) años anteriores a la fecha de la presentación de ofertas.

Se consideran servicios similares a los siguientes:

- Desarrollo de campañas y planes de comunicación digital en redes sociales dirigidas a consumidor final, desarrollo y gestión de contenidos para diversas plataformas (Facebook, Youtube, Instagram, TikTok, X) o
- Generación de contenidos digitales para redes sociales en el mercado neerlandés.
- 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 neerlandés o
- Servicios de community management dirigidos al mercado neerlandés.

Acreditación:

La experiencia del postor se acreditará con i) copia legible del contrato ii) copia legible de 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.

Requisitos:

- Empresa establecida con oficinas físicas en los Países Bajos.

Acreditación:

Se acreditará con copia simple del registro mercantil, u otro documento que demuestre fehacientemente la licencia de funcionamiento de la empresa en los Países Bajos.

X. LUGAR Y PLAZO DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO

El presente servicio se realizará en su totalidad en el territorio de los Países Bajos.

El plazo de ejecución del servicio será de hasta ciento noventa (190) días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato.

XI. PRODUCTOS

Los productos serán entregados en formato digital (archivo PDF) mediante la Ventanilla virtual ingresando al siguiente link: <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/> dirigidos al Departamento del Mercado Europeo de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

Los productos a entregar por parte del proveedor son:

Producto	Información a entregar (*)	Plazo de entrega del producto
Producto 1	● Plan operativo	Hasta los 10 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
Producto 2	● Reporte mensual del primer mes.	Hasta los 40 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
Producto 3	● Reporte mensual del segundo mes.	Hasta los 70 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
Producto 4	● Reporte mensual del tercer mes.	Hasta los 100 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
Producto 5	● Reporte mensual del cuarto mes.	Hasta los 130 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
Producto 6	● Reporte mensual del quinto mes.	Hasta los 160 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
Producto 7	● Reporte mensual del sexto mes. ● Reporte final de las acciones realizadas durante el periodo del contrato.	Hasta los 190 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.

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

- **Plan operativo:**

- Análisis del estado actual de las redes sociales.

- Análisis competitivo (asociado a redes sociales de destinos competidores).
- Análisis de 03 marcas exitosas en las redes sociales en el mercado neerlandés.
- Desarrollo del Buyer Persona.
- Detalle de la implementación de la estrategia de contenido para cada red social.
- Calendario de trabajo.
- Propuestas de líneas gráficas.
- Calendario de efemérides locales.

- Reportes mensuales:

- Detalle de la comunidad (número de seguidores actual y nuevos seguidores)
- Desglose demográfico de los seguidores (el desglose se debe realizar por ciudad)
- Alcance e impresiones totales de las publicaciones.
- Cantidad de interacciones (reacciones, shares, comentarios, clics, reproducciones de video, etc.) de todas las publicaciones realizadas.
- Capturas de las publicaciones en redes sociales.
- Métricas, analíticas, desempeño del contenido y recomendaciones en medios sociales. Análisis cualitativo y cuantitativo.
- Evolución de los KPI's, realizando la comparación del mes actual con periodos anteriores.
- Top 5 de las publicaciones más exitosas y top 5 de las menos exitosas.
- Cantidad de inboxes y comentarios respondidos por red social.
- Análisis competitivo (asociado a redes sociales de 04 destinos competidores o marcas que PROMPERÚ indique evaluar).
- Reporte de rendimiento de la pauta publicitaria.
- Conclusiones, recomendaciones y siguientes pasos.

- Informe final:

- Detalle de la comunidad.
- Desglose demográfico de los seguidores durante el servicio.
- Cuadro comparativo del desempeño mensual de los posteos incluyendo KPIs, por cada red social.
- Análisis de resultados y logros obtenidos.
- Conclusiones y recomendaciones.

XII. FORMA DE PAGO

Es importante detallar que la retribución que corresponde por el servicio a ejecutarse se encuentra dentro del ámbito de aplicación del **Impuesto a la Renta**, según normativa del Perú (equivalente al 30% de lo facturado).

El pago se realizará en cuatro (04) pagos parciales, en moneda extranjera (euros), por transferencia bancaria, para lo cual el proveedor deberá de haber entregado los productos según se detalla en el punto 7.5. Y deberá contar con la conformidad del Departamento del Mercado Europeo y la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previo visto bueno de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País. La emisión de la conformidad no superará de 07 días calendario luego de haberse recibido el producto correspondiente.

# Pago	Porcentaje (%) a pagar:
Primer pago	25%: tras la entrega del producto 2
Segundo pago	25%: tras la entrega del producto 4
Tercer pago	25%: tras la entrega del producto 6
Cuarto pago	25%: tras la entrega del producto 7

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

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

En caso cuente con su comprobante de pago electrónico debe de enviar el documento y especificar textualmente que se trata de “documento electrónico”.

XIII. CONFORMIDAD DEL SERVICIO

Emitirán conformidad del servicio los siguientes:

- Sub Dirección de Promoción del Turismo Receptivo
- Departamento del Mercado Europeo

Emitirán visto bueno del servicio los siguientes:

- Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País

XIV. 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.

XV. PENALIDADES

En caso el contratista no cumpla 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.

XVI. 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.

XVII. 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.

XVIII. RESOLUCIÓN DE CONTRATO

El área usuaria puede solicitar por escrito a la Oficina de Administración a través de un informe técnico, la resolución del contrato por las siguientes causales:

- a) Incumplimiento injustificado de obligaciones contractuales, legales reglamentarias a su cargo, pese a haber sido notificado para ello;
- b) Acumulación del monto máximo de la penalidad por mora o el monto máximo para otras penalidades, en la ejecución de la prestación a su cargo; o
- c) Paralización o reducción injustificada de la ejecución de la prestación, pese a haber sido notificado para corregir tal situación;
- d) Por acuerdo entre las partes
- e) Por caso fortuito o fuerza mayor, que imposibilite a la entidad de manera definitiva continuar con el contrato.

XIX. 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, 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.

XX. 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 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 a la presente contratación.

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

XXI. DE LOS DERECHOS DE AUTOR

Todos los derechos tanto intelectuales como materiales y los que deriven sobre los productos y/o piezas publicitarias resultantes de este contrato, serán propiedad exclusiva de PROMPERÚ quién dispondrá de su libre difusión.

Asimismo, TODOS los derechos tanto intelectuales como materiales y los que deriven sobre las grabaciones o ediciones de imágenes en movimiento, con o sin sonido y las fotografías que se realicen en el proceso de producción de las grabaciones audiovisuales, ediciones o avisos impresos y cualquier otra pieza publicitaria, que no se hayan utilizado en el producto final pertenecerán a la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. (PROMPERÚ).

PROMPERÚ tendrá la titularidad íntegra, exclusiva y perpetua sobre los derechos de autor de los spots, videos (incluidas imágenes y sonido) y todas las piezas publicitarias sin restricción en el ámbito y medio de todos los países mencionados en el brief. En este sentido, PROMPERÚ tendrá, entre otras prerrogativas reconocidas en la Ley sobre el Derecho de Autor aprobada por el Decreto Legislativo N° 822, el derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir sobre los spots y todas las piezas publicitarias:

- La reproducción por cualquier forma o procedimiento.
- La comunicación al público por cualquier medio.
- La distribución al público.
- La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación.
- La importación al territorio nacional de copias de la obra hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.

Cualquier otra forma de utilización que no está contemplada en la Ley antes referida como excepción al derecho patrimonial, siendo la lista que antecede meramente enunciativa y no taxativa.

Solamente en el caso de que se considere el uso de modelos o celebridades se considerará la renovación de derechos anualmente.

El contratista, en su calidad de responsable de la creación por encargo de PROMPERÚ de las piezas publicitarias, diseños o ediciones objeto del presente servicio, declara y garantiza que cuenta con todas las autorizaciones para el uso de la imagen de las personas (incluidas las celebridades peruanas y extranjeras de ser el caso, que puedan participar en la campaña) y todas las autorizaciones de las personas naturales y/o jurídicas que escribirán los textos de los avisos, banners, aplicaciones para dispositivos móviles, los guiones de los spots y videos, la música, las traducciones, así como de las personas que desarrollarán y ejecutarán el diseño gráfico y en general todas las labores necesarias o convenientes para la realización de todas las piezas publicitarias resultantes de este contrato. El contratista declara asimismo que cuenta con la autorización expresa, previa y escrita, de todas esas personas naturales y/o jurídicas para poder transferir a PROMPERÚ los derechos de autor y derechos conexos derivados de la inclusión de las mencionadas creaciones a que se refiere el presente servicio. El contratista deberá entregar a PROMPERÚ las cartas que acrediten la cesión de derechos de uso tanto de la música, video, personajes (actores y/o modelos) de todas las piezas de la campaña, incluidas las fotografías, al término de la producción.

EL PROVEEDOR se obliga a mantener indemne a PROMPERÚ contra cualquier reclamo de terceros relacionado a la prestación de servicios regulado por el presente, o de algún modo vinculado a su elaboración. De manera enunciativa más no limitativa, EL PROVEEDOR deberá mantener indemne a PROMPERU contra cualquier reclamo

relacionado con los servicios regulados por el presente, en caso hayan sido elaborados sin contar con la autorización de los autores de obras preexistentes; en contravención a norma legales o en caso la misma viole o infringe algún derecho protegido por el Derecho de Autor, derechos de marcas o cualquier otro derecho intelectual, así como los derechos a la persona, al honor, a la imagen o cualquier otro derecho fundamental de la persona; o en caso viole o afecte los derechos de terceros, y cualquier reclamo por cualquier otro supuesto.

Asimismo, teniendo en cuenta la obligación de EL PROVEEDOR de mantener indemne a PROMPERÚ ante cualquier reclamo de terceros relacionado con los servicios regulados por el presente, este último deberá informar a EL PROVEEDOR de cualquier reclamo que existiese para que pueda iniciar la defensa correspondiente, extendiéndose esta obligación hasta cinco (5) años posteriores a la culminación del presente.

XXII. 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.