

TÉRMINOS DE REFERENCIA

SERVICIO DE DESARROLLO Y EJECUCIÓN DE UNA CAMPAÑA TÁCTICA DE LEAD GENERATION EN ESPACIOS DIGITALES DIRIGIDA AL CONSUMIDOR FINAL DEL MERCADO ESTADOS UNIDOS

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Departamento del Mercado Anglosajón /Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo

2. DEL REQUERIMIENTO

De acuerdo a la normativa vigente en materia de contrataciones, el requerimiento no se encuentra definido en una ficha de homologación incluida en el Listado de Requerimientos Homologados, no se encuentra en una ficha técnica del Listado de Bienes y Servicios Comunes, ni en el Catálogo Electrónico de Acuerdos Marco.

3. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Contratar una empresa que realice acciones de marketing y/o publicidad con conocimiento del mercado estadounidense para que brinde el servicio de desarrollo y ejecución de una campaña táctica de lead generation en espacios digitales dirigida al consumidor final del mercado de Estados Unidos.

4. FINALIDAD PÚBLICA

Contribuir a la recuperación de los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo en Perú, a través del desarrollo y despliegue de una estrategia en mercados priorizados como el de Estados Unidos, que impacte al consumidor final estadounidense e impulse el viaje a nuestro destino.

5. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO

Centro de Costo	Departamento del Mercado Anglosajón
APEX 1037.2024	Aprovechamiento de Oportunidades B2C y B2B – USA_DS Nro 076-2024-EF

6. ANTECEDENTES

De acuerdo al Artículo 60 del Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones de PROMPERÚ, 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.

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, el gasto y diversificando la oferta.

Mediante Resoluciones de Presidencia Ejecutiva N° 000213-2023-PROMPERÚ/PE, con fecha 29 de diciembre de 2023, y N° 000219-2023-PROMPERÚ/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 Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo es la unidad orgánica encargada de proponer, ejecutar y evaluar las actividades de promoción del turismo receptivo en función a los objetivos y estrategias institucionales. Con el fin de continuar contribuyendo al cumplimiento de las metas planteadas para la reactivación del turismo receptivo, la subdirección en mención, ha venido trabajando entre sus estrategias, la promoción del destino en mercados priorizados, como lo es el mercado Estados Unidos; el cual lidera el ingreso de divisas por turismo, y es uno de los más importantes en la generación de flujo de viajes detrás de Chile.

En este contexto, la Coordinación del Mercado Anglosajón ha venido estableciendo ciertas estrategias que permitan seguir impulsando la recuperación del mercado Estados Unidos. Entre ellas, se encuentra el trabajo dirigido al consumidor final, con los que se buscaría trabajar en una campaña de promoción táctica que fomente el viaje a nuestro destino a través de un call to action y; que nos permita generar nuevos contactos de consumidores finales, a los cuales alimentar con contenido de valor en futuras comunicaciones, de manera que, genere presencia y los anime a concretar su viaje a Perú.

En la Coordinación del Mercado Anglosajón ya se han realizado este tipo de campañas. Desde el 2017 se han sumado cerca de 10 campañas de esta índole que ha logrado recopilar más de 280 mil emails únicos, motivo por el cual se buscaría trabajar en una nueva campaña.

Marketing Digital				Resultados
Año	Campaña	Objetivo	Segmento / tipo	E-mails
2015	Footsteps of the Incas	Lead generation	Adventure	82,160
2016	Peru on a Plate	Lead generation	Gastronomy	57,795
	Peru Textures of Time	Lead generation	Adventure	57,508
	Wings of Peru	Lead generation	Nature	31,722
2017	Meet me at Mistura	Lead generation	Gastronomy	51,950
	Wild Peru	Lead generation	Nature	61,420
2018	The Trek Less Traveller	Lead generation	Adventure	43,277
	Naturally Amazing	Lead generation	Nature-sustainability	57,508
	Peru Restaurant Week	Lead generation	Nature	40,316
2019	One Epic Trek	Lead generation	Adventure	25,183
TOTALES				508,839¹

Mail únicos: 285,114

7. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

Desarrollo y ejecución de una campaña táctica de lead generation en espacios digitales dirigida al consumidor final del mercado de Estados Unidos.

¹ La diferencia entre la sumatoria (508,839) y los mails únicos (285,114) responde a seguidores de YPP que participaron en varias campañas, entradas múltiples de un mismo usuario y mails mal ingresados que posteriormente se depuran. Hoy se tiene 150 mil emails que decrece (sin campañas) ya que naturalmente retiran suscripción alrededor de 600-800 por envío.

- Construir conocimiento de nuestro destino entre la audiencia estadounidense con interés en Perú.
- Impulsar la toma de decisión del viaje a nuestro destino.
- Generar contactos de consumidores finales que podamos seguir impactando con acciones de promoción e incentivar el viaje a nuestro destino.

8. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO A CONTRATAR

El presente servicio tiene alcance internacional y se desplegará en territorio estadounidense de manera digital. A fin de poder llevar a cabo la campaña táctica el proveedor deberá:

8.1 ACTIVIDADES

8.1.1 Diseño de una campaña táctica de Lead Generation

- El proveedor deberá crear una campaña digital que construya conocimiento del destino en materia de naturaleza-aventura y que cuente con componentes atractivos para que el usuario pueda participar activamente e incentivar su interés en los viajes a Perú.
- En ese sentido la campaña deberá considerar los siguientes componentes:
 - o La creación de un landing donde pueda decantar la campaña con contenido informativo en materia de naturaleza-aventura.
 - o Desarrollo de piezas gráficas para la promoción a través de redes sociales y que fomente la generación tráfico al landing.
 - o Las piezas gráficas deberán desarrollarse en base al concepto e idea creativa actual de campaña para mantener el lineamiento estratégico de comunicación.
 - o Gestionar la participación de empresas relacionadas al turismo de los Estados Unidos, para amplificar el alcance de las campañas entre sus seguidores.
 - o Creación de un concurso que incluya como premio un viaje a Perú para dos personas de manera que incentive la participación y la generación de nuevos contactos de consumidor final.
- El contenido que generará el proveedor será en base a insumos ya existentes en PROMPERÚ u externos que no signifiquen ningún costo adicional para la entidad.
- PROMPERÚ brindará al proveedor los lineamientos marca y acceso a los recursos disponibles en nuestros bancos de imágenes, dentro de los 05 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio.
- El diseño del landing y creatividades se llevarán a cabo en coordinación con PROMPERÚ.
- Una vez que se tenga todo diseñado y aprobado, se lanzará la campaña, que estará visible por un tiempo no menor a 30 días calendario. La fecha exacta de inicio se coordinará con PROMPERÚ dentro del plazo de contratación.
- El proveedor deberá generar un plan de despliegue de la campaña que compartirá con PROMPERÚ a fin de poder hacer un correcto seguimiento al desarrollo.

8.1.2 Componentes de la campaña

a) Creación y gestión del Landing

- El proveedor se hará cargo del diseño, producción y mantenimiento de un landing durante el periodo de la campaña que deberá ir en línea a los manuales de marca y la web peru.travel

- El landing deberá estar alojado en el entorno de Peru.travel.
- El contenido deberá desarrollarse en idioma inglés.
- El landing deberá contar con:
 - o Información turística en materia de naturaleza y aventura con textos, fotos o video de los lugares a promover durante el periodo de la campaña.
 - o Información complementaria de las empresas participantes en la campaña, así como un link que redirecciona a sus respectivas webs.
 - o Links a nuestras redes sociales y página principal de Peru.travel.
 - o Una sección de paquetes de viajes dentro del landing donde se señale detalles principales del paquete, la oferta, la vigencia y los términos y condiciones y los cuales puedan ser comprados a través del tour operador participante con un link de redireccionamiento.
 - o Una sección para la inscripción al concurso con un botón de registro e información del detalle de los términos y condiciones del concurso.
- Los lugares a promover serán definidos en coordinación con PROMPERÚ.
- El diseño y contenido del landing debe ser revisado y aprobado por las áreas involucradas en PROMPERÚ, que son el Departamento de Medios Digitales y el Departamento del Mercado Anglosajón. El diseño debe adaptarse a mobile y tabletas.
- El proveedor deberá entregar un Mockup de diseño a nivel Figma en la entrega del primer producto detallado en el punto 8.4
- El proveedor tendrá hasta 60 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio para entregar el landing listo, para ser revisado a través de un correo electrónico. Enviará el enlace de prueba.

b) Piezas gráficas para redes sociales e emailing.

- A fin de dirigir tráfico al landing, se deberá diseñar y coordinar la implementación de ocho (08) creatividades con sus respectivos textos en las plataformas de redes sociales de PROMPERÚ durante el periodo que dure la campaña promocional.
- Diseño, redacción, producción y distribución de 2 correos para ser dirigidos a la base de datos de consumidor final que se maneja con la plataforma de Your Perfect Perú a fin de incentivar la compra de paquetes de viajes y alcanzar la información del concurso.
- Las piezas gráficas serán desarrolladas bajo la supervisión y aprobación del Departamento de Gestión de Medios Digitales.
- Los envíos de los correos correrán por cuenta del proveedor, quienes deberán contar con una plataforma para envío de mails masivos.

c) Gestión de empresas participantes

- El proveedor gestionará la participación de empresas relacionadas al turismo de los Estados Unidos, para amplificar el alcance de las campañas entre sus seguidores.
- Deberá sumar a la campaña al menos 5 empresas desde tour operadores, aerolíneas, medios de prensa especializados, proveedores de equipos para viajes, entre otros que puedan tener relación a la industria del turismo.
- Las empresas participantes serán validadas previamente por PROMPERÚ
- Dentro de las empresas participantes deberá haber al menos un tour operador que participe con la oferta de tours a Perú durante el periodo de la campaña.
- Las empresas participantes deberán asegurar su participación en la campaña mediante la difusión de la misma a través de sus canales de redes sociales o boletines de envíos a sus contactos de consumidor final.

- La base de datos de consumidor final de las empresas participantes no deberá ser menor a 150,000 usuarios.
- En el caso de la participación de empresas relacionadas a equipos de viajes su participación incluirá productos o vestimenta que ellos producen y la entrega de los mismos correrá por cuenta de la empresa participante en coordinación con el proveedor. PROMPERÚ en ese sentido no tendrá responsabilidad sobre la entrega de los productos.

d) Registro, desarrollo e implementación de un concurso

- En el marco de la campaña digital, a fin de generar interés y nuevos contactos de consumidores finales el proveedor deberá desarrollar un concurso.
- El proveedor se hará cargo del registro, desarrollo e implementación del concurso en el mercado de Estados Unidos.
- El proveedor registrará y vinculará el concurso a una agencia legal de concursos que se encuentre autorizada para que dé validez y se lleve a cabo el sorteo.
- Este concurso que deberá incluir como premio principal un viaje a Perú para dos personas y podrá incluir premios adicionales que podrían provenir de las empresas participantes en la campaña.
- Los premios adicionales podrán ser tanto físicos como virtuales (ej: beneficios, membresías etc).
- La entrega de todo premio físico (de darse el caso) tendrá que ser gestionada por el proveedor junto con las empresas participantes.
- Tanto el registro como los premios del concurso que incluyen el viaje a Perú correrán por cuenta del proveedor y no generará ningún gasto adicional a PROMPERÚ.
- El premio del viaje a Perú deberá tener las siguientes características:
 - o Un paquete viaje para dos (02) ganadores a Perú por un periodo no menor a 07 días que incluye tanto tours, alojamiento, comidas y vuelos de ida y vuelta con salida desde Norteamérica.
 - o Deberán estar enfocados a experiencias en torno a naturaleza y aventura en Perú.
 - o Los paquetes serán provistos por el tour operador participante en base a paquetes que ellos ya promocionan a Perú
- Los concursantes deben ser mayores de edad y deberán ingresar sus datos dentro del landing, consignando nombre del contacto, fecha de nacimiento, código postal, correo electrónico y la aceptación de términos y condiciones.
- El concurso estará válido durante la duración de la campaña y estará especificado en el landing y las comunicaciones.
- El ganador será elegido aleatoriamente por la agencia legal de concursos. Los resultados del sorteo serán anunciados y publicados dentro del landing una vez culminado el proceso de validación del ganador.

8.1.3 Manejo de la base de datos para PROMPERÚ.

- El proveedor se encargará de capturar los nombres y emails generados a través de la campaña promocional.
- Estos nuevos contactos serán agregados a la base de datos de PROMPERÚ para su uso en comunicaciones posteriores.
- Esta base de datos debe ser enviada en un drive (excel) por correo electrónico al final de la campaña dirigido a la Subdirección de Promoción del Turismo y la Oficina de Estrategia y Marca País.

8.1.4 Implementación de pauta

- A fin de poder tener un mayor alcance PROMPERÚ podrá destinar recursos para la implementación de una pauta para la campaña a través de su Central de Medios.
- El proveedor coordinará, a través del Departamento de Gestión de Medios Tradicionales, la implementación de los posteos que lleven pauta publicitaria en base al presupuesto con el que cuenta PROMPERÚ para este fin.
- Las piezas deberán ser entregadas con la debida anticipación para que la Central de Medios pueda programarlas. Deberán ser entregadas y ya aprobadas por PROMPERÚ al menos 7 días hábiles previos al inicio de la campaña con pauta.
- Si alguno de los posteos con pauta tiene un rendimiento deficiente se coordinará con el proveedor para el ajuste correspondiente que no debe exceder los dos días calendario.

8.2 REQUISITOS DEL PROVEEDOR:

Experiencia:

Persona jurídica con experiencia en al menos 10 campañas de promoción con componentes digitales y/o con enfoque en generación de leads de consumidor final y/o concursos online, dirigido para oficinas de turismo, aerolíneas, tour operadores o empresas relacionadas al sector de viajes y turismo; lo anteriormente mencionado deberá haber sido desarrollado en el mercado de Estados Unidos en los últimos 10 años.

Acreditación:

La experiencia de la empresa se acreditará mediante la presentación de copias de contratos, órdenes de servicios o facturas o constancia de conformidad o cualquier otro documento que acredite de manera fehaciente la experiencia.

8.3 LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La totalidad del servicio se realizará de manera virtual desde las instalaciones del proveedor.

El plazo de ejecución será de hasta 145 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

8.4 PRODUCTOS

El proveedor deberá remitir los productos a PROMPERU, que consistirá en lo siguiente:

Producto	Detalle	Plazo
1	Plan de campaña <ul style="list-style-type: none"> - Un Gantt donde se detalle la calendarización de la fase de planificación y despliegue de la campaña. - Diseños de las creatividades para redes sociales. - Diseños de los emailings. - Mockup de diseño a nivel Figma para diseño del landing. - Reporte de las coordinaciones realizados con las empresas a participar. 	Hasta cuarenta (40) días calendario, contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio.

2	<p>Reporte Final - Resultados de la Campaña</p> <ul style="list-style-type: none"> - Resultados del landing: número de visitas, número de clicks a los botones activados, bounce rate. - Screenshots de los posteos en redes sociales. - Resultados de los posteos en orgánico con relación al alcance, impresiones, reacciones, compartidos y comentarios, además de clics. - Screenshots de los envíos por correo electrónico. - Resultados de los envío de correo: Tasa de apertura (Open Rate), tasa de clics (CTR), tasa de rebote (Bounce Rate) y tasa de entrega (Delivery Rate) (La evidencia deberá estar respaldada con capturas de pantalla de sus plataformas o herramientas de medición. Ej: Google Analytics). - Información del alcance de las publicaciones de las empresas participantes (si aplica). <ul style="list-style-type: none"> o Redes: alcance, impresiones, reacciones, compartidos y comentarios, además de clics. o Email: tasa de apertura (Open Rate), tasa de clics (CTR), tasa de rebote (Bounce Rate) y tasa de entrega (Delivery Rate) - Resultados en cuanto a número de generación de nuevos contactos y ventas o solicitudes de paquetes por parte del tour operador participante durante el periodo de la campaña. - Envío de un link donde se encuentre la base de datos en un excel en formato CSV para ser descargada. 	Hasta ciento cuarenta y cinco (145) días calendario, contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio.

El proveedor deberá hacer entrega de los productos, a través de la Ventanilla Virtual de PROMPERÚ:

<https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/Home/Index>, con atención a la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, adjuntando la orden de servicio.

8.5 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 brindado.

8.6 FORMA DE PAGO

Se realizará dos pagos parciales, en moneda extranjera, por transferencia bancaria para lo cual el proveedor deberá haber entregado el producto correspondiente y contar con la conformidad del Departamento de Mercado Anglosajón y la Sub Dirección de Turismo Receptivo y; el visto bueno

del Departamento de Gestión de Medios Digitales, Departamento de Creatividad y Contenidos y la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País.

- 1er pago: 35% del monto total contratado, luego de la entrega y conformidad del producto N° 1.
- 2do pago: 65% del monto total contratado, luego de la entrega y conformidad del producto N° 2.

La conformidad no superará de 07 días calendario de producida la recepción del 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: En caso cuente con su comprobante de pago Electrónico debe de enviar el documento.

***Nota:** De acuerdo a la normativa de Perú, los servicios digitales se encuentran dentro del ámbito de aplicación del Impuesto a la renta y por tanto son afectas a la renta de no domiciliados correspondiente al 30%*

8.7 CONFORMIDAD DEL SERVICIO

El Departamento de Mercado Anglosajón y la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo dará conformidad del servicio

Contará con el VB° del Departamento de Gestión de Medios Digitales, Departamento de Creatividad y Contenidos y la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País.

09. 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. 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 servicio. Esto incluye tanto material impreso como grabado en medios magnéticos u ópticos.

10. PENALIDADES

En caso que el proveedor no cumpla con la realización del servicio de acuerdo a lo especificado en los presentes Términos de Referencia, o que el trabajo realizado no cumpla con los estándares de calidad mínimos, PROMPERÚ podrá aplicar una penalidad parcial o total sobre el monto del servicio, y de acuerdo a la evaluación que realice la institución.

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.

11. DERECHOS INTELECTUALES

PROMPERÚ tendrá la titularidad íntegra y exclusiva sobre los derechos de autor del video (incluidas imágenes y sonido) sin restricción en el ámbito nacional e internacional. 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:

- a) La reproducción por cualquier forma o procedimiento.
- b) La comunicación al público por cualquier medio.
- c) La distribución al público.
- d) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación.
- e) La importación al territorio nacional de copias de la obra hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- f) La modificación del material fílmico y fotográfico sin que eso altere el contenido de las imágenes y sin perjuicio del creador de las mismas.
- g) 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.

El contratista, en su calidad de responsable de la creación por encargo de PROMPERÚ de las fotografías y video materia del presente servicio, declara y garantiza que:

- Cuenta con todas las autorizaciones para el uso de la imagen de las personas que van a ser incluidas en el video y fotografías; y todas las autorizaciones de las personas naturales que escribirán los textos del guión, la música, que realicen 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 mejor realización del video.

- Cuenta con la autorización expresa, previa y escrita, de todas esas personas para poder transferir los derechos de autor y derechos conexos derivados de la inclusión de las mencionadas creaciones en el video a que se refiere el presente servicio

El trabajo es de exclusividad. El proveedor no podrá hacer uso de cualquier material realizado durante la contratación, fuera de los servicios considerados en el presente documento.

12. MODIFICACIÓN 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.

13. 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.

14. RESOLUCIÓN DEL CONTRATO

El área usuaria podrá solicitar por escrito a la OAD 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;
- c) Paralización o reducción injustificada de la ejecución de la prestación, pese a haber sido notificado para corregir tal situación; o,
- d) Por acuerdo entre las partes.
- e) 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.

15. SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN CONTRATACIONES CON PROVEEDORES NO DOMICILIADOS

Las controversias que surjan entre las partes sobre la ejecución, interpretación, resolución, ineficacia, modificaciones al contrato, conformidad por la prestación del bien o servicio, penalidades, aspectos vinculados al pago, intereses por mora en el pago, u otros supuestos que surjan de la ejecución del Contrato, la OC u OS, se resolverán mediante acuerdo entre las partes o conciliación.

Toda controversia que no pueda ser resuelta por acuerdo entre las partes o conciliación, se resolverá mediante arbitraje de derecho, según el reglamento y las normas del Estado Peruano, salvo excepción. Dicho arbitraje será realizado en la ciudad de Lima (Perú) y en idioma español por un Tribunal Arbitral conformado por tres árbitros, nombrando cada una de las partes a un árbitro y éstos a su vez designarán al tercer árbitro, quien ejercerá la presidencia del Tribunal Arbitral. Las partes acatarán el laudo arbitral emitido como fallo definitivo de cualquier desacuerdo o controversia.

16. 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.

17. INDEMNIDAD POR CONFLICTOS POR DERECHOS DE AUTOR

EL PROVEEDOR se obliga a mantener indemne a PROMPERÚ, de manera integral, incondicional y exclusiva, contra cualquier denuncia, queja, demanda y/o reclamo de terceros relacionado a la prestación de servicios regulado por el presente, de algún modo vinculado a su elaboración. De manera enunciativa más no limitativa, EL PROVEEDOR deberá mantener indemne a PROMPERÚ contra cualquier denuncia, queja, demanda y/o 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 normas 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 derechos a la persona, al honor, a la imagen o cualquier otro derecho fundamental de la persona; o en caso viole los derechos de terceros, y cualquier denuncia, queja, demanda y/o 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 denuncia, queja, demanda y/o reclamo que existiese para que pueda iniciar la defensa correspondiente.

Si a pesar de lo anterior, cualquier autoridad o titular afectado imputa responsabilidad a

PROMPERÚ y se decidiera la imposición de sanciones pecuniarias o indemnizaciones, éstas serán pagadas por EL PROVEEDOR. En caso fueran pagadas por PROMPERÚ, serán reembolsadas por EL PROVEEDOR, sin perjuicio de la responsabilidad que pudiera corresponderle por cualquier daño o perjuicio ulterior causado a PROMPERÚ, o sus funcionarios y/o servidores. En todos los casos señalados anteriormente, EL PROVEEDOR se obliga a asumir todos los gastos en que hubiera tenido que incurrir PROMPERÚ por tales situaciones, incluyendo gastos de patrocinio legal, judiciales, policiales y administrativos que correspondan.

18. 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 PROMPERÚ, y de manera supletoria a la Ley de Contrataciones del Estado, su Reglamento y demás normas complementarias.