

TÉRMINOS DE REFERENCIA
SERVICIO DE AGENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS PARA EL MERCADO DE
BRASIL

1. DEL REQUERIMIENTO

De acuerdo a la normativa vigente en materia de contrataciones, el requerimiento no cuenta con ficha de homologación aprobada; no se encuentra en el listado de bienes y servicios comunes, ni en el Catálogo Electrónico de Acuerdo Marco.

2. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Área Usaria: Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo - Departamento de Mercado Latino América

3. 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 de Brasil.

4. FINALIDAD PÚBLICA

La presente contratación tiene por finalidad pública fortalecer el posicionamiento y reconocimiento del Perú en Brasil, difundiendo la oferta turística de nuestro país como un destino seguro, diverso y cercano.

5. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

La presente contratación corresponde a APEX 0826.2024 - Feria WTMLA 2024

6. ANTECEDENTES

La gestión de la Dirección de Promoción del Turismo impacta en el objetivo general institucional de contribuir efectivamente al crecimiento sostenido y descentralizado de ingresos generados por turismo, para ello cuenta entre sus objetivos específicos posicionar el Perú como destino turístico atractivo a nivel internacional recuperando el flujo y el gasto y diversificando la oferta.

Considerando que la reactivación de la actividad turística se viene dando por el turismo interno y los países más cercanos de la región de Latinoamérica, se ha visto por conveniente centralizar los esfuerzos de promoción en países como Brasil, el cual ocupa el 4to lugar en el ranking de llegada de turistas internacionales hacia Perú y ha superado las cifras pre pandemia en relación al 2019. Además, el mercado brasileño agrupa a segmentos de viajeros de interés y con mayor potencial para viajar.

Es por los antes mencionado, que ha surgido la necesidad de contratar los servicios de una agencia de comunicaciones y relaciones públicas para que nos brinde el soporte en las comunicaciones en el mercado Brasil; así como para articular las relaciones entre PROMPERÚ y los medios de prensa del país en mención.

7. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

- Relacionamiento con medios de comunicación: Constante comunicación con los medios de prensa a través de boletines periodísticos, noticias positivas para generar un entendimiento de la oferta turística peruana entre sus lectores.
- Identificar oportunidades de promoción para el destino Perú en medios masivos y especializados a nivel nacional orientadas a los segmentos de aventura y naturaleza, surf, cultura, gastronomía y mice.
- Fortalecer la presencia de nuestro país a través de los diversos medios tradicionales y digitales en el mercado brasileño, a fin de generar recordación, confianza, reforzar el vínculo e inspirar a los potenciales viajeros para que escojan a Perú para futuros viajes.
- Manejo de crisis: Monitoreo constante y desarrollo de plan de comunicación ante una eventual coyuntura que impacte negativamente la percepción del Perú.

8. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

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

Descripción del servicio: Desarrollar un programa proactivo de relaciones públicas seleccionado de acuerdo al mercado brasileño que incremente el interés del consumidor sobre el destino Perú y refuerce su deseo de visitarlo. Esto contribuirá al crecimiento, en un corto y mediano plazo, de arribos de turistas.

8.1. Plan de trabajo

El plan de trabajo deberá contener todas las acciones que el proveedor desarrollará durante el periodo del servicio en Brasil. El plan deberá mostrar los periodos o fechas en que el proveedor desarrollará, ejecutará las actividades o entregará los productos requeridos. Anexo 1.

Todas las acciones contenidas en el plan deberán contar con la aprobación de la Oficina de Comunicaciones y del Departamento de Mercado Latinoamericano antes de su ejecución.

Después de aprobado el plan de trabajo, el proveedor puede sugerir los cambios que estime conveniente a favor del servicio, así como incorporar acciones que favorezcan la promoción del Perú y no hayan sido consideradas inicialmente.

8.2. Plan de comunicación

La agencia de comunicaciones y relaciones públicas deberá presentar un plan de comunicaciones para la promoción del destino Perú que conlleve al alcance de la finalidad pública de la presente contratación, para la difusión y cobertura mediática de las actividades de promoción turística para el mercado brasileño. El Plan de Comunicaciones debe incluir, además, una Estrategia de Comunicación para Gestión de Crisis que servirá de guía ante eventuales hechos fortuitos de diversa naturaleza.

Dicho plan deberá considerar la elaboración y distribución de notas de prensa, gestión de entrevistas, envío de información y material audiovisual a los medios de comunicación tradicionales y no

tradicionales, agencias de noticias internacionales, influenciadores y líderes de opinión en el mercado brasileño, manejo de crisis en caso de requerirse. Tener en consideración que las ciudades priorizadas de en la que PromPerú implementa acciones de promoción son: Río de Janeiro, São Paulo, Brasília, Curitiba y Porto Alegre.

El plan de comunicación deberá contemplar el acercamiento a medios especializados en viajes, estilo de vida, noticias y canal comercial del sector turístico con el objetivo de llegar a las audiencias claves en el mercado, de acuerdo a la segmentación indicada por PROMPERÚ.

Para incrementar el alcance de las acciones de promoción, el proveedor buscará y gestionará la participación de influenciadores y/o líderes de opinión en el mercado brasileño, que ayuden a compartir las actividades o campañas a través de medios digitales como redes sociales.

El proveedor deberá de incluir un listado de los medios de comunicación, líderes de opinión y/o influenciadores con los cuales se mantendrá un flujo de comunicación permanente con el propósito de lograr los objetivos del plan de comunicaciones. El listado debe de estar incluido en el primer entregable y dividido por ciudades (considerar todos los medios en el territorio nacional) y tipo de medio.

8.3. Actividades

El plazo de prestación del servicio será de 365 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.

- **Producción y distribución de material escrito:**
 - **Producción y distribución de 06 boletines electrónicos** informativos del destino Perú dirigidos a los medios de comunicación brasileño durante la contratación del servicio (enviados a la base de datos de medios de prensa del proveedor).
 - **Producción y distribución de al menos 12 comunicados o notas de prensa.** Los temas de los contenidos vinculados al sector turístico se trabajarán de manera conjunta con el proveedor, así como la difusión de las mismas en los tiempos que indique PROMPERÚ dentro del servicio contratado. La difusión deberá realizarse entre los principales medios de comunicación, aquellos que tengan un alto impacto y gran alcance.
 - Distribución de notas de prensa elaboradas por la Oficina de Comunicaciones de PROMPERÚ, siempre y cuando dicha nota se encuentre vinculada al sector o resalte un hecho noticioso de gran relevancia para el país.
 - Toda comunicación será previamente aprobada por la Oficina de Comunicaciones antes de su distribución.
- **Responder consultas de los medios:**

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

- **Viajes con medios de prensa e influenciadores de viajes:**

- **Viajes de prensa grupal:**

El proveedor identificará, contactará y asegurará el interés de por lo menos ocho medios de primer nivel para visitar el Perú en temas especializados que PromPerú defina en el marco de sus segmentos priorizados para el mercado. Para los viajes de prensa, el proveedor deberá realizar todas las gestiones de convocatoria, coordinaciones y supervisión de publicaciones de los medios respecto al itinerario de viaje. El proveedor deberá acompañar a los medios de prensa durante los días que dure el viaje, de considerarlo necesario.

*PROMPERU Cubrirá el costo total del viaje (tickets aéreos nacionales e internacionales, alojamiento y tour operación)

- **Viaje de influenciadores:**

El proveedor identificará, contactará y asegurará el interés de por lo menos cuatro influenciadores y/o líderes de opinión de primer nivel para visitar el Perú. El proveedor deberá realizar todas las gestiones de convocatoria, coordinación y seguimiento a las publicaciones que se hayan establecido como mínimas necesarias. Asimismo, deberá presentar la valoración, alcance, cantidad de publicaciones, interacciones y engagement rate de lo publicado, durante el tiempo que dure la contratación del servicio.

*PROMPERU Cubrirá el costo total del viaje para los invitados al viaje de influenciadores (tickets aéreos nacionales e internacionales, alojamiento y tour operación)

- **Relacionamiento con Medios de Comunicación**

En este caso, el proveedor deberá identificar, tener contacto y presentar a los ejecutivos de la Oficina de Comunicación de PromPerú con los principales medios de comunicación tradicional y digital, así como los principales líderes de opinión e influenciadores del mercado en sectores como: viajes, estilo de vida, noticias y canal comercial del sector turístico, con el objetivo de llegar a las audiencias clave del mercado Brasil.

El proveedor deberá contribuir a despertar el interés por viajar al Perú, a través de la presencia en los medios de comunicación, agencias de noticias internacionales, influenciadores y líderes de opinión del mercado, para lo cual el proveedor deberá de generar contenido/información relevante y al mismo tiempo, cubrir los intereses de los medios de prensa, coordinando con ellos la respectiva publicación de notas de prensa previa coordinación con PROMPERÚ; así como la atención de requerimientos asociados a información turística sobre el Perú.

El proveedor deberá identificarse como agencia de relaciones públicas de PromPerú usando correo corporativo de la empresa; para así poder convocar a los medios de comunicación a participar de todas las actividades virtuales o presenciales que PromPerú desplegará en el mercado brasileño durante el servicio.

Las actividades de promoción del destino Perú contemplan acciones dirigidas al consumidor final (campañas de publicidad, viajes de prensa, viajes de influenciadores, activaciones, otros) y al canal comercial (viajes de familiarización, participación en ferias B2B/B2C, alianzas estratégicas, seminarios, presentaciones, capacitaciones, publicidad al trade, otros)

Además, se requiere de asistencia presencial en los eventos a desarrollar en el país en mención siendo de momento la más importante, la participación en la feria World Travel Mart Latinoamérica - WTMLA 2025 (abril 2025) en São Paulo. No obstante, el proveedor deberá considerar el acompañamiento presencial a los eventos de PromPerú en las ciudades priorizadas especificadas en el punto 8.2 , previa coordinación con PromPerú.

Gestión de un mínimo de veinte (20) entrevistas para los voceros autorizados con medios de comunicación dirigidos a medios masivo y del trade de mayor alcance en Brasil durante el periodo de contratación.

Gestión de un mínimo de siete (07) publicaciones especiales (exclusivas) en medios masivos o especializados en turismo dirigidos al consumidor final, gastronomía, lifestyle durante el periodo de contratación.

Apoyo en la conceptualización de eventos de interés periodístico en Brasil, además de realizar la convocatoria, confirmación y seguimiento de medios de comunicación, influencers y líderes de opinión. Asimismo, al finalizar la actividad deberá enviar la base de datos por correo electrónico a la Oficina de Comunicación de PromPerú con copia al Departamento de Mercado Latinoamericano.

- **Gestión de crisis y asesoría permanente ante eventuales hechos fortuitos de diversa naturaleza**

Si se presentara una situación de crisis en el Perú (por ejemplo, desastres naturales, disturbios sociales, situación epidémica, etc.) que afecte negativamente la imagen del país como destino turístico en el mercado de Brasil, la Agencia de Relaciones Públicas del destino deberá:

- En caso de noticias de impacto negativo en Destino Perú, la Agencia deberá elaborar y recomendar una estrategia de comunicación y plan de acción a seguir para gestionar la crisis.
- Emitir comunicados en coordinación con el área de comunicaciones de PROMPERÚ.
- Atender las solicitudes de información de medios de comunicación, medios de la industria y todas las instituciones/empresas que soliciten información, con el objetivo de brindar información sobre la situación de manera objetiva y oportuna, reduciendo así los impactos negativos que la crisis pueda generar.

- La Agencia siempre debe tener una actitud proactiva para colocar al Destino Perú en las noticias, para solucionar problemas y para descubrir oportunidades.

8.4. Monitoreo de información

Durante el periodo del servicio, preparar semanalmente una actualización de noticias más relevantes de la economía brasileña, noticias y tendencias de la industria turística de Brasil e información de países competidores (Ecuador, Argentina, México, Chile, Colombia) y de los principales países receptores del turismo brasileño, esta información será remitida vía correo electrónico al Departamento del Mercado de Latinoamérica y a la Oficina de Comunicación de PromPerú.

El proveedor deberá realizar un monitoreo mensual de los países que realizan acciones de promoción turística relevante en el mercado brasileño dirigidos al canal B2B/B2C; analizando su despliegue en términos de acciones de relaciones públicas y comunicacionales. Esta información será agregada al informe mensual de resultados.

8.5. Informe del periodo

El proveedor deberá elaborar un informe del periodo, en el cual se relatan las acciones realizadas en el mercado y los resultados obtenidos en cada periodo.

Para la aprobación del informe, éste debe incluir los siguientes puntos.

- a) Resumen de actividades realizadas durante el período
- b) Todas las notas de prensa aprobadas
- c) Estatus del boletín bimestral
- d) Relación de entrevistas realizadas (indicar fecha tentativa de realización y difusión en caso no se haya realizado).
- e) Relación de publicaciones pendientes (en caso de haber, indicar fecha tentativa de difusión y publicación).
- f) Oportunidades detectadas durante el período de reporte.
- g) Clipping de las publicaciones generadas durante el período con su respectiva valorización (publicity) y audiencia (rating/lectoría),
- h) Monitoreo mensual de países que realizan acciones de promoción en el mercado.

**En el clipping se deberán considerar las publicaciones que hagan referencia al Perú en Brasil y las publicaciones que hayan surgido a partir de la presente contratación.*

**La valorización deberá de estar expresada en dólares americanos.*

8.6. Informe Final

El proveedor deberá elaborar un informe final, en el cual se detalle el total de las acciones realizadas en el mercado Brasil y los resultados obtenidos consolidados durante todo el período de contratación.

Para la aprobación del informe final, éste debe incluir los siguientes puntos.

- a) Resumen de actividades realizadas durante el período de la contratación.
- b) Breve análisis sobre los temas de interés de los periodistas sobre el destino Perú, así como de

las oportunidades detectadas durante el período de contratación.

- c) Todas las notas de prensa aprobadas separadas por categoría: a. generadas por el PR, generadas por PromPerú.
- d) Base de datos de los principales medios de comunicación atendidos durante el período de la contratación, indicando la lista de contactos (nombre y correo electrónico), así como los principales indicadores del medio de acuerdo a la información del formato SIMI.
- e) Relación de entrevistas realizadas en el período de la contratación (indicar fecha tentativa de publicación en caso no se haya realizado).
- f) Relación de publicaciones pendientes (en caso de haber, indicar fecha tentativa de publicación).
- g) Resultados del viaje de prensa (clippings, valorización y alcance).
- h) Clipping de las publicaciones generadas durante el período de contratación con su respectiva valorización (publicity) y audiencia (rating/lectoría).

**En el clipping se deberán considerar las publicaciones que hagan referencia a Perú y las publicaciones que hayan surgido a partir de la presente contratación.*

**La valorización deberá de estar expresada en dólares americanos.*

8.7. Formato SIMI

Se trata de un documento (Excel) que será provisto por PROMPERÚ para que el proveedor pueda rellenarlo con los datos generados y recopilados a partir del desarrollo de su trabajo. Anexo 2.

8.8. Recursos a ser provistos por PROMPERÚ

- Asignar a dos representantes de PROMPERÚ para las coordinaciones del servicio.
- Entregar información necesaria que sirva como insumo para generar notas de prensa, artículos, pitches, responder entrevistas escritas.
- Brindar acceso al banco de imágenes de PROMPERÚ.
- Designar los voceros para las entrevistas generadas por la empresa contratada.

8.9. Requisitos del proveedor y de su personal

EXPERIENCIA DEL PROVEEDOR EN LA ESPECIALIDAD:

Requisitos:

- Proveedor debe acreditar mínimamente un acumulado de 5 servicios en relaciones públicas o manejo de crisis en la industria turística con empresas tales como oficinas de turismo, asociaciones de turismo, aerolíneas, hoteles, cruceros u otras empresas relacionadas al sector turismo dentro de Brasil, o servicios en elaboración y ejecución de estrategia de comunicación para promoción y difusión del sector turístico a través de medios de comunicación tradicional o digital, de alcance masivo, así como en medios especializados en la industria turística, gastronomía, lifestyle o la cadena comercial en el mercado de Brasil.
- Debe contar con oficina en la ciudad de Sao Paulo – Brasil.

Acreditación:

- La experiencia del proveedor en la especialidad se acreditará mediante la presentación de copias de contratos, órdenes de servicio o facturas, certificados, constancias de prestación de servicio o cualquier otro documento que acredite de manera fehaciente la experiencia requerida.
- Para la acreditación de la Oficina física en Brasil deberá presentar una copia simple de la constancia de registros públicos o documento equivalente en Brasil para confirmar el funcionamiento de la empresa en ese país.

DEL PERSONAL CLAVE REQUERIDO:

Requisitos

• Un (01) director de servicio:

Con experiencia mínima de ocho (08) años en el mercado brasileño, realizando labores de manejo de cuentas de países o empresas del sector turismo, exportaciones, inversiones o marca país, o diseñando o implementando estrategias comunicación.

• Un (01) encargado de prensa y relaciones públicas:

Con experiencia mínima de cuatro (04) años en el mercado brasileño, realizando labores vinculadas a medios de comunicación o en gestión de relaciones públicas, o elaboración de planes de comunicación, o notas de prensa, o boletines, o monitoreo de noticias - clipping, o manejo de crisis del sector turismo, o exportaciones, o inversiones o marca país.

• Un (01) especialista en redacción de productos de comunicación de corte periodístico

Con experiencia mínima de cinco (05) años elaborando productos de difusión dirigidos a medios de comunicación tradicionales (generalistas o especializados) en el mercado brasileño.

Acreditación:

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

Nota:

- 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 los TDR, se deberá validar la experiencia si las actividades que realizó el personal corresponden con la función propia del cargo o puesto requerido.

8.10. LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El presente servicio se realizará en su totalidad en territorio brasileño.

El plazo de ejecución del servicio será de hasta trescientos sesenta y cinco 365 días calendario a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato.

8.11. 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 Latinoamericano de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

De existir observaciones, PROMPERÚ las comunicará al proveedor, las veces que sean necesarias, por correo electrónico, otorgándole un plazo para subsanar no mayor a cinco (5) días calendario contados a partir de la notificación de las observaciones.

Los productos deberán presentarse de acuerdo al siguiente detalle:

Producto	Información a entregar(*)	Plazo de entrega del producto	Conformidad	Porcentaje (%) a pagar
Producto 1	<ul style="list-style-type: none"> Plan de Trabajo Plan de Comunicaciones 	Hasta 10 días calendario contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> Subdirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamericana Oficina de Comunicaciones 	15%
Producto 2	<ul style="list-style-type: none"> Informe del período* Formato SIMI del período* 	Hasta 30 días calendario contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.		
Producto 3	<ul style="list-style-type: none"> Informe del período* Formato SIMI del período* 	Hasta 60 días calendario contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> Subdirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamericana Oficina de Comunicaciones 	7%
Producto 4	<ul style="list-style-type: none"> Informe del período* Formato SIMI del período* 	Hasta 90 días calendario contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> Subdirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamericana Oficina de Comunicaciones 	7%
Producto 5	<ul style="list-style-type: none"> Informe del período* Formato SIMI del período* 	Hasta 120 días calendario contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> Subdirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamericana Oficina de Comunicaciones 	7%

Producto 6	<ul style="list-style-type: none"> Informe del período* Formato SIMI del período* 	Hasta 150 días calendario contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento o del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> Subdirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamericana Oficina de Comunicaciones 	7%
Producto 7	<ul style="list-style-type: none"> Informe del período* Formato SIMI del período* 	Hasta 180 días calendario contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento o del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> Subdirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamericana Oficina de Comunicaciones 	7%
Producto 8	<ul style="list-style-type: none"> Informe del período* Formato SIMI del período* 	Hasta 210 días calendario contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento o del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> Subdirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamericana Oficina de Comunicaciones 	7%

Producto 9	<ul style="list-style-type: none"> Informe del período* Formato SIMI del período* 	Hasta 240 días calendario contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento o del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> Subdirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamericana Oficina de Comunicaciones 	7%
Producto 10	<ul style="list-style-type: none"> Informe del período* Formato SIMI del período* 	Hasta 270 días calendario contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento o del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> Subdirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamericana Oficina de Comunicaciones 	7%

Producto 11	<ul style="list-style-type: none"> ● Informe del período* ● Formato SIMI del período* 	Hasta 300 días calendario contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> - Subdirección de Turismo Receptivo - Dpto. Mercado Latinoamericano - Oficina de Comunicaciones 	7%
Producto 12	<ul style="list-style-type: none"> ● Informe del período* ● Formato SIMI del período* 	Hasta 330 días calendario contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> - Subdirección de Turismo Receptivo - Dpto. Mercado Latinoamericano - Oficina de Comunicaciones 	7%
Producto 13	<ul style="list-style-type: none"> ● Informe del período* ● Informe final consolidando los indicadores de todo el período de contratación (**) ● Formato SIMI consolidado (**) 	Hasta 365 días calendario contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.	<ul style="list-style-type: none"> - Subdirección de Turismo Receptivo - Dpto. Mercado Latinoamericano - Oficina de Comunicaciones 	15%

Véase indicación del punto 7.6 y 7.7

(*) Informe del periodo y formato SIMI incluye todas las acciones realizadas a partir de iniciado el servicio

(**) El proveedor tendrá un plazo no mayor a cinco (5) días calendario, para subsanar observaciones en el informe final y el formato SIMI.

Los informes del periodo tienen un plazo no mayor a cinco (5) días calendario para ser corregidos.

8.12. OTRAS OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

- Coordinar con los especialistas de PROMPERÚ con los cuales deberán mantener una comunicación fluida. La comunicación se realizará en idioma español.
- Identificar a los principales medios de comunicación de nuestro interés en el mercado Brasil con alcance nacional, dígame diarios, revistas, radios, televisión, así como medios digitales.
- Registro de contactos de prensa generados a partir de la presente contratación, en la cual se deberá especificar el nombre del medio, el nombre del periodista, datos de contacto, los temas que se abordaron.
- Monitoreo de la información publicada sobre la participación de Perú en cada una de las acciones, así como la recopilación, digitalización y valorización de todas las notas publicadas o emitidas en relación a las fechas establecidas inicialmente.
- Elaboración de informe de resultados obtenidos respecto a las publicaciones generadas en relación a cada uno de los eventos señalados inicialmente.

- Completar el Formato SIMI, dicho formato (Excel) será entregado por PROMPERÚ.
- Es obligación del proveedor prever que el servicio a brindar sea a todo costo, es decir que todos los gastos que se generen por el desplazamiento, estadía, materiales, impuestos, entre otros gastos necesarios para la ejecución del servicio se encuentran contemplados en su cotización, y serán asumidos por él.

8.13. FORMA DE PAGO

El pago se realizará en 12 pagos parciales (pago 1 y 12, equivalente al 15% cada uno; y los pagos del 2 al 11, equivalente al 7% 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 7.12. y deberá contar con la conformidad de la Sub Dirección de Turismo Receptivo, Departamento Mercado Latinoamérica y el visto bueno de la Oficina de Comunicaciones. La emisión de la conformidad no superará de 7 días calendario de entregado 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:

8.14. CONFORMIDAD DEL SERVICIO:

Emitirán conformidad del servicio los siguientes:

- Subdirección de Promoción de Turismo Receptivo (STR)
- Departamento Mercado Latinoamérica (DMLA)

Emitirá visto bueno del servicio:

- Oficina de Comunicaciones (OCM).

8.15. 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.

9. 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.

10. 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.

11. 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

12. 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

13. 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.

14. 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.

15. OTRAS DISPOSICIONES

El proveedor se sujetará a las disposiciones contenidas en la Ley de Contrataciones del Estado y/o la Directiva que regula las Contrataciones con proveedores no domiciliados en el País - PROMPERÚ y demás normas complementarias.

ANEXO 1

[illegible]

Anexo 2

Sistema de medición de indicadores – SIMI				
Nombre del evento	Servicio de xxxxxxx			
Fecha inicio				
Fecha fin				
INDICADORES AGENCIA DE RELACIONES PÚBLICAS				
Mercado	Tipo de Publicación	Cant. Publicaciones	Alcance (personas)	Valorización (\$)
Brasil	Radio			
	Televisión			
	Online			
	Escrita			
	Total	0	0	USD -
Total General		0	0	USD -