

TÉRMINOS DE REFERENCIA

SERVICIO DE PARTICIPACIÓN Y SER SEDE DEL EVENTO WORLD MEETINGS FORUM

I. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

El requerimiento de la contratación corresponde a la Dirección de Promoción de Turismo - RICE

II. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Servicio de participación y sede del evento World Meetings Forum 2025, que incluirá la obtención de la sede del evento en la ciudad del Cusco. La participación en dicho evento permitirá fortalecer el posicionamiento y profesionalización del país en la industria del turismo de reuniones, precisamente como sede de eventos .

III. FINALIDAD PÚBLICA

La presente contratación tiene como finalidad la participación del Perú y la obtención de la sede del World Meetings Forum 2025, evento que permitirá incrementar el flujo de turistas de la cadena comercial de los mercados priorizados MICE (México, España y Brasil), para el posicionamiento del Perú como destino de turismo de reuniones (MICE); así como, de la interacción con empresas privadas y representantes del destino; de manera que fortalezca la cadena comercial peruana para que impacte positivamente en la recuperación de los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo.

IV. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

Centro de costo: Dirección de Promoción del Turismo, RICE
Ápex: 1432.2024 - World Meetings Forum_DS Nro 076-2024-EF

V. ANTECEDENTES

De acuerdo con el Plan Estratégico Institucional 2022 – 2025 de PROMPERÚ, uno de los Objetivos Estratégicos Institucionales (OEI 03) a cargo de la Dirección de Promoción de Turismo apunta a la “Recuperación de los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo”. En esa línea, se establece que una Acción Estratégica Institucional (AEI 03.05) que aporta a este propósito es “La captación de reuniones, viajes de incentivos y eventos internacionales en forma oportuna para el sector turismo”, con un especial énfasis en la promoción y posicionamiento de Perú como sede para la organización de reuniones y eventos nacionales e internacionales de diversas categorías: asociativos, corporativos, deportivos y de alto impacto.

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.

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS
Recupera los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo	Promoción de destinos turísticos bioseguros a los turistas
	Impulso a un mayor gasto y estadía en beneficio del sector turismo
	Generación de oportunidades conjuntas en los

	mercados de interés en beneficio del sector turismo
	Promoción del trabajo de forma oportuna con la cadena comercial
	Captación de reuniones, viajes de incentivos y eventos internacionales en forma oportuna
Incrementar los flujos de viajes nacionales para el sector turismo	Promoción de atractivos turísticos bioseguros con certificación
	Safe Travel y/o protocolos de bioseguridad en beneficio de los turistas
	Generación de oportunidades conjuntas en los mercados de interés para el sector turismo
	Participación del canal comercial en la plataforma 'Y tú qué planes' de forma eficiente para los operadores turísticos
	Información de valor y asistencia personalizada al turista nacional
Impulsar la profesionalización y competitividad del sector turismo	Fortalecimiento de las competencias comerciales de manera integral en beneficio de las empresas

Para el año fiscal 2024, la Dirección de Promoción del Turismo, en materia de promoción del turismo receptivo y el desarrollo del segmento especializado de turismo de reuniones (RICE), tiene los siguientes objetivos y estrategias:

Objetivo Estratégico Institucional		Acción Estratégica Institucional		Nombre del Indicador
Cód.	Descripción	Cód.	Descripción	
OE I. 03	Recuperar los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo	AEI. 03.01	Promoción de destinos turísticos bioseguros a los turistas	Número de destinos promocionados que cuenten con certificaciones y/o protocolos de bioseguridad implementados
		AEI. 03.02	Impulso a un mayor gasto y estadía en beneficio del sector turismo	Gasto promedio de turistas extranjeros
				Número de noches promedio en estadía
		AEI. 03.03	Generación de oportunidades conjuntas en los	Avance porcentual del cumplimiento de la meta del número de pasajeros

			mercados de interés en beneficio del sector turismo	
		AEI. 03.04	Promoción del trabajo de forma oportuna con la cadena comercial	Número de profesionales de turismo capacitados en el exterior (OCEX – turismo receptivo)
		AEI. 03.05	Captación de reuniones, viajes de incentivos y eventos internacionales en forma oportuna para el sector turismo	Número de reuniones y eventos conseguidos (MICE)
				Número de profesionales capacitados en MICE

Mercados priorizados RICE

1. Mercado Europeo. Países priorizados: España	Propone, monitorea, evalúa y coordina la ejecución de las estrategias y el plan operativo institucional de promoción turística para el logro de los objetivos en materia de promoción del turismo receptivo de la entidad en el área geográfica de su competencia.
2. Mercado Anglosajón. Países priorizados: Estados Unidos y Canadá	
3. Mercado Latinoamérica. Países priorizados: Brasil, Chile, Colombia, México y Argentina	

En esa línea, el Plan Operativo Institucional 2024, contempla la participación en actividades internacionales de promoción y comercialización, como lo son ferias, ruedas de negocios, trade shows, viajes de familiarización. Estos eventos son los que consolidan al público de interés del segmento MICE. Asimismo, hace referencia a la capacitación de profesionales en la industria y la captación de eventos internacionales para el Perú.

En el 2023, el Perú recibió un total de 2,524,658 llegadas de turistas internacionales, ante lo mencionado, se hace necesario continuar con la promoción y difusión de la oferta turística del destino Perú en los mercados internacionales priorizados, a fin de coadyuvar a cumplir con la meta establecida de 3.5 millones de llegadas de turistas internacionales de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

World Meeting Forum, es el evento MICE líder en la industria, es miembro de la International Congress and Convention Association – ICCA, incluyendo el distintivo de Supported Show. Se ha realizado desde el año 2012 y ha tenido sede en 6 países, incluyendo España y República Dominicana.

Los eventos World Meetings Forum en sus diferentes formatos, tienen como objetivo facilitar las mejores conexiones y oportunidades de negocio entre los participantes del evento creando un ambiente divertido, fresco, lleno de experiencias y altamente profesional, invitando a los mejores compradores de la industria de eventos de las Américas y diseñando año tras año eventos que permitan a cada uno de los participantes a llevarse una experiencia única y por supuesto muchos negocios al igual que grandes aprendizajes basados en una agenda académica. Ésto se transmite en el ADN de los eventos, los cuales se detallan a continuación.

World Meetings Forum cuenta con una base de datos que suma más de 2, 000 contactos de diferentes regiones como: USA, Canadá, Europa, México, Asia y América Latina. Entre ellos, destacan CEO's, directores de eventos, directores de marketing, PCO (professional congress organizer), planificadores de incentivos, agencias de gobierno, agencias BTL, organizaciones corporativas, entre otros.

En su siguiente edición 2025, busca presentar las bondades del destino Cusco entre las cuales resaltan: Cusco



como patrimonio cultural por la UNESCO, su riqueza histórica, impresionante arquitectura, servicios de alta gama, con moderna tecnología y búsqueda del bienestar, y su hospitalidad; las cuales favorecen a la creación de oportunidades excepcionales y a la consolidación de relaciones estratégicas favorables para la oferta MICE de Perú.

- **RESULTADOS ESPERADOS DE LA PARTICIPACIÓN DE PROMPERÚ:** con relación a la participación de Promperú en el World Meetings Forum - Cusco, se esperan los siguientes objetivos:
 - Participantes en el evento: 30 participantes internacionales
 - Potencial de negocios: \$217 000
 - Número de destinos promocionados: 5

VI. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

La presente contratación tiene como objetivo la participación de PROMPERÚ en el evento World Meetings Forum 2025, con la finalidad de que la sede sea la ciudad de Cusco, y se muestre como destino de eventos, con una infraestructura sostenible, a fin de resaltar nuestra diversidad cultural, nuestra galardonada gastronomía y la amplia variedad de destinos turísticos, a través del arribo a nuestro país de hosted buyers internacionales, lo que podría generar un gran impacto mediático y una derrama económica importante para el Perú.

VII. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

Nº ITEM	Descripción
1	SERVICIO DE PARTICIPACIÓN Y SEDE DEL EVENTO WORLD MEETINGS FORUM 2025

7.1 ACTIVIDADES

De acuerdo a las condiciones establecidas en el Anexo N° 1 – Contrato de Adhesión, adjunto al presente documento.

Nombre oficial de la actividad	: World Meetings Forum 2025, edición Connections
Fecha del evento	: 24 al 27 marzo del 2025
Lugar del evento	: Cusco
Sectores participantes	: Asociativo, incentivos y segmento MICE
Procedencia expositores	: Latinoamérica, Norteamérica y Europa
Organizador del evento	: Grupo Latinamerica Meetings

VIII. LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Lugar: Cusco, Perú.

El plazo de ejecución será de acuerdo a lo señalado en el numeral 3.1 de la cláusula TERCERA. VIGENCIA Y RESOLUCIÓN, del Contrato de adhesión adjunto al presente documento.

IX. FORMA DE PAGO

El pago podrá ser efectuado 100% por anticipado siempre que este sea una condición para la prestación del servicio, por transferencia bancaria y moneda extranjera (dólares), a la cuenta del proveedor, en observancia del numeral 6.7.4.3 de la Directiva N° 001-2022-PROMPERÚ/GG/OAD, adjuntando para ello el Anexo N° 11 de la citada directiva, debidamente suscrito por la Dirección de Promoción de Turismo.

La retribución que corresponde por la parte del servicio que se ejecutará solamente en el territorio peruano se encuentra dentro del ámbito de aplicación del impuesto a la renta (30%), según la normativa del Perú.



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 encuentre con su comprobante de pago Electrónico debe enviar el documento.

X. CONFORMIDAD DEL SERVICIO

Deberá contar con la conformidad de la Dirección de Promoción del Turismo y el visto bueno de la coordinación de Turismo de Reuniones. La emisión de la conformidad no superará los 07 días calendario de haberse realizado el servicio.

XI. OTRAS DISPOSICIONES

Se establece que los términos de referencia se elaboraron en congruencia con el contrato de adhesión. Se adjunta Anexo: N° 1 – Contrato de Adhesión.

ANEXO N° 1 – CONTRATO DE ADHESIÓN



**WORLD MEETINGS FORUM
CONTRATO DE ADHESIÓN**

Firmado por y entre

PROMPERÚ

y

LATINAMERICA MEETINGS



CONTRATO PARA PARTICIPACIÓN Y SER SEDE DEL EVENTO WORLD MEETINGS FORUM CONNECTIONS

Conste por el presente documento, el contrato para la Participación y Sede del Evento "World Meetings Forum 2025" que celebran, de una parte, **Latinamerica Meetings (en adelante WMF)**, con RFC LME100811DI9, con sede en la Ciudad de México, debidamente representado por Rafael Hernández Gomez con pasaporte número G36410881, director de WMF y la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (en adelante **PROMPERÚ**), con RUC N° 20307167442, con domicilio legal en Calle Uno Oeste N° 050, Edificio MINCETUR, Piso 14, San Isidro, Lima, Perú, debidamente representada por Teresa de Jesús Luna Feijoo con DNI 07891836, Jefa de la Oficina de Administración, designada por Resolución de Presidencia N° 042-2023-PROMPERÚ/PE, en los términos y condiciones siguientes:

Considerando que WMF es una organización internacional especializada en el segmento de turismo de reuniones (meetings, incentives, conventions and exhibitions -MICE) a nivel mundial; siendo creadora y desarrolladora del evento "World Meetings Forum".

Considerando que WMF tiene a su cargo la organización internacional del evento denominado "**WORLD MEETINGS FORUM**" (en adelante **EL EVENTO**), siendo su finalidad fomentar las oportunidades comerciales de los productos y servicios de la industria de turismo de reuniones del país.

Considerando que **WMF** invita a **PROMPERÚ** a que la Edición del año 2025 del Evento tenga lugar en la ciudad de Cusco, teniendo en cuenta los beneficios directos e indirectos que supone para la ciudad y el sector turístico en particular la realización del mismo.

Considerando que **PROMPERÚ** tiene como objetivo participar y obtener la sede del evento "World Meetings Forum".

WMF acepta con la firma de este acuerdo que conserva la responsabilidad exclusiva por la entrega de todos los compromisos asumidos en él, a fin de que **PROMPERÚ** participe y tenga el derecho de ser sede de **EL EVENTO**.

Por lo tanto, WMF y **PROMPERÚ** denominada conjuntamente **LAS PARTES** acuerdan lo siguiente:

PRIMERA.- OBJETO

- 1.1 El objeto del presente Contrato es la participación de **PROMPERÚ** para ser sede del Evento "WORLD MEETINGS FORUM" en su formato Connections, cuyo fin principal es el posicionamiento de la ciudad como destino sede para el turismo de reuniones y eventos de alto impacto; a través de la visita de un grupo selecto grupo de Compradores (Hosted Buyers), quienes vivirán una experiencia única a través de nuestras manifestaciones culturales, visitas a los principales destinos turísticos de la ciudad y disfrutar de nuestra reconocida gastronomía; así como, de la interacción con empresas privadas y representantes del destino.





SEGUNDA. - SERVICIOS Y COMPENSACIÓN

- 2.1 **Servicios.** Sujeto a los términos y condiciones de este Contrato, LAS PARTES se comprometen a desarrollar las actividades descritas en el Anexo B correspondientemente, durante la vigencia del mismo.
- 2.2 **Compensación.** PROMPERÚ reconoce que su participación en el EVENTO será bajo la conceptualización y estándares de WMF, sin que ello implique una contraprestación monetaria o de otro tipo a PROMPERÚ.

TERCERA. - VIGENCIA Y RESOLUCIÓN

- 3.1 **Vigencia.** Este Contrato tiene vigencia a partir de su suscripción y continuará hasta que LAS PARTES cumplan con todas las obligaciones contenidas en el mismo, o hasta que finalice según lo dispuesto en el numeral 3.2. Esta fecha no será posterior a los treinta (30) días siguientes a la finalización del evento.
- 3.2 **Resolución.**
- a) Cualquiera de LAS PARTES puede resolver este Acuerdo si alguna no puede realizar, o incumple lo establecido en el Anexo B y/o en los Términos de Referencia correspondientes.
 - b) Si WMF no cumple con subsanar las observaciones para el cumplimiento de los compromisos asumidos en el presente Contrato dentro de los cinco (05) días calendario siguientes a la recepción de la notificación de PROMPERÚ.
- 3.3 **Suspensión.** Cualquiera de LAS PARTES puede suspender este Contrato y cancelar el EVENTO por razones de Fuerza Mayor o Caso Fortuito, para lo cual se considerará lo siguiente:
- a) **Reprogramación.** En caso de fuerza mayor o caso fortuito, LAS PARTES tendrán la opción, de reprogramar el EVENTO, dentro de los doce (12) meses siguientes a la fecha original del mismo. Para ello, LAS PARTES acuerdan la reprogramación del EVENTO dentro de los 90 días calendarios, contados a partir del día siguiente de la cancelación del EVENTO. Si LAS PARTES acuerdan la postergación del EVENTO, la realización del mismo deberá ajustar conforme a la disponibilidad y los arreglos necesarios para llevarlo a cabo, con el mismo nivel de excelencia.
- Ambas PARTES acuerdan que la postergación no será considerada como incumplimiento del contrato, y ninguna de LAS PARTES será responsable por cualquier daño, pérdida o gasto derivado de la postergación del evento. Asimismo, la reprogramación no implica un nuevo pago de tarifa por participación y designación de sede del EVENTO.
- b) LAS PARTES no serán responsables de incumplimientos por caso fortuito y fuerza mayor, siempre y cuando se verifique que no ha habido negligencia de cada una, debiendo comunicar por escrito a la otra parte dentro de los diez (10) días calendarios siguientes al origen de los hechos. Verificados los mismos, PROMPERÚ podrá conceder una prórroga para la terminación





del Contrato, sin que esto implique un derecho a WMF a pedir modificaciones en los precios, ni indemnizaciones o compensaciones.

- c) De agotarse lo establecido en el literal a) y de persistir la causal de caso fortuito o fuerza mayor, procede la resolución de este Contrato por cualquiera de LAS PARTES. WMF acepta reembolsar a PROMPERÚ el saldo de lo que no ha ejecutado, a la fecha, de la tarifa del servicio establecido en el Anexo B de este Contrato. Solo en caso fortuito o de fuerza mayor, WMF siempre propondrá el cambio de fecha, no la cancelación. En caso de que PROMPERÚ decida cancelar el evento, WMF comprobará todos los gastos ejecutados hasta ese momento relacionados con el evento y aceptará reembolsar un 30% del remanente.
- d) En caso que una de LAS PARTES dé por terminado el Contrato a su propia conveniencia, es decir, sin que una de ellas haya incumplido sus obligaciones contractuales, cada una tendrá derecho a recibir un pago equitativo a las acciones ya ejecutadas por la parte contraria para la organización del EVENTO objeto del presente contrato hasta el momento de la terminación.

3.4 Devolución de Materiales. Tras la terminación de este Contrato, o previa solicitud de cualquiera de LAS PARTES, se entregarán todos los bienes e información confidencial (según se define en el artículo 3.1 que estén en posesión o control de la contraparte).

CUARTA. - CONFIDENCIALIDAD

4.1 Definición. "Información confidencial" se refiere a cualquier información no pública que se relacione con el negocio, la investigación o el desarrollo real o anticipado de WMF y PROMPERÚ; así como, cualquier información patentada, secretos comerciales y conocimientos técnicos, que las partes compartán de manera directa o indirectamente, ya sea por escrito, oralmente o por inspección u observación de elementos tangibles. La información confidencial incluye, entre otros, investigación, planes de productos, productos, servicios, listas de clientes, planes de desarrollo, invenciones, procesos, fórmulas, tecnología, diseños, dibujos, marketing, finanzas y otra información comercial.

4.2 Excepciones. La información confidencial no incluye ninguna información que: Fuera de conocimiento público y estuviera disponible en general en el dominio público antes del momento que fuera compartido por LAS PARTES, o estaban en posesión de las mismas, sin restricciones de confidencialidad, en el momento de la divulgación por alguna de LAS PARTES, según lo muestran los archivos y registros. LAS PARTES aceptan notificar de inmediato a la contraparte sobre cualquier información que deban divulgarse debido a las leyes de libertad de información u otros requisitos gubernamentales.

4.3 No divulgación y no uso. LAS PARTES no divulgarán la información confidencial a ningún tercero durante y después de la vigencia de este Acuerdo. LAS PARTES no utilizarán, ni permitirán que se utilice, la Información confidencial para ningún otro fin que no sea la ejecución de los compromisos determinados en el presente documento; LAS PARTES tomarán todas las precauciones razonables para evitar cualquier divulgación no autorizada de la Información



confidencial, lo que incluye, entre otros, que cada empleado de PROMPERÚ y WMF, si lo hubiera, con acceso a cualquier Información confidencial, ejecuten un acuerdo de confidencialidad que contenga términos que sean sustancialmente similares a los términos contenidos en este Acuerdo. LAS PARTES sólo permitirán el acceso a la Información Confidencial a aquellos empleados que tengan la necesidad de conocerla para ejecutar los compromisos bajo este Acuerdo. PROMPERÚ y WMF serán responsables de las acciones y omisiones de cualquier persona o entidad que acceda a la Información Confidencial.

- 4.4 Información confidencial de terceros. LAS PARTES no utilizarán, ni divulgarán indebidamente ninguna información patentada o secretos comerciales de terceros en el marco de la ejecución del presente acuerdo. PROMPERÚ y WMF han recibido, y en el futuro recibirán, de terceros información confidencial o de propiedad exclusiva sujeta a la obligación por parte de ambos de mantener la confidencialidad de la información y utilizarla sólo para determinados fines limitados. LAS PARTES le deben a estos terceros, durante y después de la vigencia de este Acuerdo, el deber de mantener esta información confidencial y patentada en la más estricta confidencialidad y no divulgar a ninguna persona o entidad, o usarla, excepto cuando sea necesario para llevar a cabo acciones en el presente contrato.

QUINTA.- GARANTÍAS

Para la celebración del presente Contrato, LAS PARTES garantizan y se comprometen a lo siguiente:

- 5.1 Representaciones de la Organización; Aplicabilidad. LAS PARTES están debidamente organizadas, válidamente constituidas y en regla en la jurisdicción establecida en el preámbulo de este Contrato, la ejecución y entrega de este y las transacciones contempladas en él han sido debida y válidamente autorizadas; este Contrato constituye una obligación válida y vinculante de LAS PARTES, las mismas que se cumplen de acuerdo con sus propios términos.
- 5.2 Sin Litigios Pendientes o Actuales. LAS PARTES declaran no tener conocimiento de ningún litigio, arbitraje, reclamo o hecho pendiente o amenaza que pueda formar parte de cualquier reclamo, con respecto a los derechos de cualquiera de los materiales que PROMPERÚ puede usar y que se entregará en virtud de este Contrato.
- 5.3 Actividades. Las Actividades detalladas en el Anexo B del presente Contrato, serán ejecutadas de manera oportuna, competente, profesional y eficiente por personal calificado.

SEXTA.- RESPONSABILIDAD

- 6.1 El EVENTO, se desarrollará bajo los lineamientos establecidos por WMF, por lo cual PROMPERÚ mantendrá libre de toda responsabilidad a WMF de los efectos que surjan directa o indirectamente de o en relación con:





- a) Cualquier acto negligente, imprudente o intencionalmente ilícito de delegados e invitados de PROMPERÚ.
- b) Cualquier violación o supuesta violación de los derechos de un tercero que resulten en su totalidad o en parte del producto de trabajo de PROMPERÚ bajo este Acuerdo.

6.2 WMF mantendrá libre de toda responsabilidad a PROMPERÚ de los efectos que surjan directa o indirectamente de o en relación con:

- a) Cualquier acto negligente, imprudente o intencionalmente ilícito de compradores (hosted buyers), ponentes, delegados e invitados de WMF.
- b) Cualquier falla de WMF para realizar los servicios de acuerdo con las acciones a ejecutar en el Anexo B.
- c) Si se determina que WMF ha participado en prácticas corruptas o fraudulentas durante la ejecución del Contrato.
- d) Sobre cualquier conducta inmoral o delictiva de WMF durante la prestación del servicio.

SÉPTIMA.- RESTRICCIONES

7.1 Restricciones. Durante las fechas de desarrollo del EVENTO, PROMPERÚ no realizará, directa o indirectamente, para sí mismo o para cualquier tercero que no sea WMF, ninguna de las siguientes acciones:

- a) Organizar un evento que compita con WORLD MEETINGS FORUM 2025, lo que significa un evento de más de setenta y cinco (75) participantes, diseñado para el segmento de turismo de reuniones en el mercado de latinoamérica y europa;
- b) Atraer o participar de otra manera en cualquier actividad que pudiera causar que cualquier vendedor, miembro, agente o contratista de WMF termine su relación comercial con WMF; o
- c) Solicitar o alentar a cualquier empleado o contratista de WMF o sus afiliados a terminar el empleo o dejar de prestar servicios a WMF o sus afiliados.

OCTAVA.- ARBITRAJE Y REPARACIÓN EQUITATIVA

8.1 Arbitraje. Cualquier disputa o controversia que surja o se derive de la interpretación, construcción, ejecución o incumplimiento de este Acuerdo, que no pueda resolverse amistosamente será resuelta mediante arbitraje que se llevará a cabo en Perú, y someterse a la Cámara de Comercio de Lima. El árbitro puede otorgar medidas cautelares u otro remedio en la disputa o controversia. La decisión del árbitro será definitiva, concluyente y vinculante para las partes del arbitraje. Se puede dictar sentencia sobre la decisión del árbitro en cualquier tribunal que tenga jurisdicción. LAS PARTES pagarán cada una la mitad de los costos y gastos del arbitraje, y cada una pagará por separado los honorarios y gastos de sus propios abogados; en tanto el Tribunal no decida lo contrario.





También será sometido a Arbitraje, cualquier reclamo, tanto expreso como implícito, por incumplimiento de contrato, incumplimiento del pacto de buena fe y trato justo; tergiversación negligente o intencional, interferencia negligente o intencional con el contrato o posible ventaja económica y difamación.

- 8.2 Conciliación. Antes de invocar el Artículo 8.1 sobre Arbitraje, las Partes acuerdan esforzarse por resolver sus disputas de manera amistosa a través de amplias consultas, negociaciones y mediaciones, recurriendo a la buena fe de las partes, a través de la Conciliación.

NOVENA.- DISPOSICIONES GENERALES

- 9.1 Notificaciones. Cualquier aviso requerido o permitido bajo los términos de este Contrato o requerido por ley debe ser por escrito y debe ser enviado por correo electrónico a la dirección detallada en el mismo, los que se darán por notificados con la conformidad de la recepción o en su defecto transcurridas 48 horas desde su remisión.

- 9.2 Confidencialidad del Contrato. Ninguna de las Partes podrá divulgar los términos de este Contrato a ningún tercero sin el consentimiento de la otra Parte, salvo que lo exijan las leyes aplicables.

- 9.3 Integración. Este Contrato, sus Anexos y los Términos de Referencia del que forman parte integrante, constituyen el acuerdo completo de LAS PARTES con respecto a su objeto y reemplazan todas las comunicaciones, representaciones, entendimientos y acuerdos anteriores, ya sean orales o escritos, entre las partes con respecto a dicho objeto.

LAS PARTES no podrán modificar el presente Contrato, sin comunicación y autorización previa de alguna de ellas, la cual deberá expresarse de manera escrita y firmada por sus representantes debidamente autorizados; asimismo, ninguna disposición o transacción comercial que cualquiera de LAS PARTES pueda usar fuera de este Acuerdo tendrá ningún efecto sobre los derechos, deberes u obligaciones de las mismas, independientemente de que la parte receptora no se oponga a estos términos, disposiciones o condiciones.

- 9.4 Diálogo abierto: PROMPERÚ debe permitir a los asistentes al evento WORLD MEETINGS FORUM debatir y dialogar abiertamente.

- 9.5 Seguridad: LAS PARTES son responsables de que sólo los delegados con la debida acreditación puedan ingresar al evento y participar con otros delegados.

- 9.6 PROMPERÚ acepta que WMF no se responsabiliza de ninguna solicitud potencial de compradores y/o medios de comunicación asistentes, para que abandonen el mismo antes de que finalice el EVENTO, en caso de fuerza mayor.

DÉCIMA.- LOGOTIPO WORLD MEETINGS FORUM:





- 10.1 PROMPERÚ utilizará el logotipo del evento WMF en conjunto con otros elementos de acuerdo con la temática creada para el WORLD MEETINGS FORUM, el cual cuenta con el registro de marca y diseño otorgado por parte del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial con registro N° 1350120 de fecha 13 de agosto del 2012.
- 10.2 Cada Parte garantiza que posee o tiene licencia sobre los materiales de Marca que suministra a la otra Parte en relación con este contrato y que el uso de dichos Materiales de Marca, tal como se prevé en este contrato, no infringe ningún derecho de terceros, incluidos, entre otros, los derechos de propiedad intelectual de terceros. Cada Parte indemnizará a la otra y la mantendrá completamente indemnizada frente a cualquier pérdida, responsabilidad, reclamación, procedimiento, acuerdo, daños, costos y gastos que surjan o estén relacionados con cualquier incumplimiento por parte de la parte indemnizadora de esta garantía.

DÉCIMO PRIMERA.- FORMA DE PAGO

- 11.1 PROMPERÚ realizará un pago anticipado por la suma de USD 120.380.00 (ciento veinte mil trescientos ochenta dólares americanos) incluyendo impuestos locales, el mismo que deberá realizarse en su totalidad por transferencia bancaria y en moneda extranjera (en dólares estadounidenses), antes del 31 de diciembre del 2024.

DÉCIMO SEGUNDA.- MODIFICACIONES DEL ACUERDO

- 12.1 Según corresponda, cualquier modificación pactada del contrato no implicará incrementos en el monto del contrato y deberá guardar vinculación con el objeto y la finalidad del mismo.
- 12.2 Cualquier propuesta de modificación o enmienda a este Contrato, requerirá de la aprobación expresa, previa y por escrito de LAS PARTES, y se realizará a través de Adendas o modificación al Contrato correspondiente.

En muestra de buena fe y conformidad, ambas partes firman por duplicado dos (2) ejemplares del presente documento.

Teresa de Jesús Luna Feijoo
Jefa de la Oficina de Administración
PROMPERÚ


C. Rafael Hernández Gomez
Chairman
Latinamerica Meetings



ANEXO A CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

1. FECHAS DE ACTIVIDADES DEL EVENTO Y DELEGADOS EN WORLD MEETINGS FORUM 2025

1.1. Fechas del desarrollo del Evento La parte del desarrollo del evento de "WORLD MEETINGS FORUM 2025" constará de cuatro (4) días, que comenzarán el día 24 al 27 de marzo del 2025. Las siguientes son fechas importantes adicionales a las que se hace referencia en el acuerdo:

1.1.1. Flujo del desarrollo. - Sujeto a cambios por WMF previa coordinación con PROMPERU:

- Día 1: Lunes 24 de marzo del 2025:
Arribo de Hosted Buyers a Lima y vuelo a Cusco
Almuerzo
Taller de inducción
City Tour en Cusco
Cena de bienvenida
- Día 2: Martes 25 de marzo del 2025:
Citas de negocios 1 (10 citas)
Speaker 1 (Conferencia multicultural)
Citas de negocios 2 (10 citas)
Almuerzo
Citas de negocios 3 (10 citas)
Cena
- Día 3: Miércoles 26 de marzo del 2025:
Tour a Valle Sagrado
Almuerzo
Speaker 2 (Conferencia multicultural)
Cena de clausura a cargo de PROMPERÚ
- Día 4: Jueves 27 de marzo del 2025:
Vuelos de retorno de hosted buyers e invitados a Lima

1.2. Delegados de eventos. Para el presente documento, se entiende por Delegados a quienes asistirán al evento World Meetings Forum 2025 edición Connections, que serán una combinación adecuada de compradores enfocados en turismo de reuniones (operadores turísticos internacionales y agentes de viajes de México, España y Brasil), medios, expositores





(es decir, empresas locales de turismo de reuniones), funcionarios y equipo de PROMPERÚ y WMF. El siguiente es un desglose de los delegados potenciales estimados:

1.2.1. Máximo Número de Delegados: 75

Los 75 delegados serán seleccionados e invitados por WMF y PROMPERÚ. Los delegados invitados recibirán un registro gratuito como parte del acuerdo de WMF con PROMPERÚ. No se venderán entradas al público en general para este evento.

A continuación, se muestra una composición estimada/recomendada de los delegados del WORLD MEETINGS FORUM 2025:

- Compradores (Hosted Buyers) invitados por WMF: 30
- Expositores de turismo de reuniones nacionales invitados por PROMPERÚ: 30
- Medios de prensa invitados por WMF: 2
- Delegados adicionales de PROMPERÚ: 10
- Staff de WMF: 3





ANEXO B COMPROMISOS

COMPROMISOS DE WORLD MEETINGS FORUM:

El World Meetings Forum se reserva el derecho de aceptación de Hosted Buyers y Suppliers al evento. Así mismo conserva la oportunidad sumar patrocinadores al evento si algunos proveedores locales así lo desearan.

Organización del evento:

1. Selección de treinta (30) compradores calificados con el potencial de negocio para llevar eventos a Perú, de los países de México, España y Brasil.
2. Presentación estelar en la ceremonia de apertura con video de Promperú.
3. Espacio para las palabras de bienvenida por parte de representantes del sector turismo invitados por PROMPERÚ
4. Espacio para las palabras de bienvenida por parte de PROMPERÚ.
5. Implementación y programación de la plataforma de citas de negocio para la agenda de compradores y vendedores durante el evento.
6. Diez (10) lugares reservados para invitados especiales de PROMPERÚ en conferencias plenarias y eventos oficiales.
7. Treinta (30) agendas de negocios y acreditaciones individuales durante todo el evento para proveedores locales y nacionales.
8. Invitación de dos (2) medios de negocio para la cobertura del evento

Promoción & Publicidad:

9. Presencia de marca con el logotipo de PROMPERÚ y Marca País en todos los materiales impresos y digitales con los que se promociona el evento antes, durante y después.
10. Estrategia de comunicación de Cusco como sede y de PROMPERÚ como anfitrión del evento que incluye:
 - o Dos (2) envíos de e-mails a la base de datos de compradores calificados de WMF (6,000 datos)
 - o Dos (2) envíos de e-mails a la base de datos de lectores calificados de LM Latinamerica Meetings (8,200 datos)



- Programación de publicaciones en las parrillas de contenido de Redes Sociales en WMF (Facebook, LinkedIn, Twitter e Instagram)
 - Un (1) video Promocional previo a WMF con información de Cusco editado por WMF con levantamiento de imágenes durante la visita de inspección.
 - Participación en un (1) WMF Live Talks con invitados de PROMPERÚ para promover la sede del evento.
 - #hashtag especial destino sede en todos nuestros posteos del evento antes, durante y después.
 - Hasta cinco (5) posteos diarios en todas las redes por la duración del evento, de lo acontecido durante las actividades desarrolladas dentro del programa del evento:
 - IG: https://www.instagram.com/worldmeetingsfo?igsh=Mmd3NXE0cjFoN3Nw&utm_source=qr
 - FB: <https://www.facebook.com/share/xcDFGq1sTjwxt4HL/?mibextid=LQQJ4d>
 - In: <https://www.linkedin.com/company/world-meetings-forum/>
 - Recaps del evento en:
 - TikTok: https://www.tiktok.com/@worldmeetingsforum?_t=8pV7u1C9NFI&_r=1
 - Youtube: <https://youtube.com/@worldmeetingsforum4605?si=fynQ5oQILCYZeUnU>
 - Coordinación de rueda de prensa el día de inicio del evento
 - Consolidación de cinco (5) testimoniales en video de Meeting Planners Invitados sobre el potencial del destino, recabadas durante el desarrollo del WMF para publicar en redes sociales. Incluye una carta de derecho de uso de imagen y video de los testimonios y fotos.
11. Creación de Micrositio en WMF con toda la información del evento incluyendo un apartado especial para Destino Sede con redirección a peru.travel
12. Espacio para montar un (1) stand o área especial para hacer promoción (espacios disponibles y asignados por el hotel sede o recinto para el evento) como "Host Destination".



13. Información de la oferta MICE y Cusco en la Web App Oficial de WMF CONNECTIONS Cusco Perú.
14. Presencia de MARCA PAÍS PERÚ y PROMPERÚ en los tótems y/o pantallas de información utilizados en el evento.
15. Presencia de MARCA PAÍS Y PROMPERÚ en los gafetes y land yards del evento.
16. Oportunidad para incluir la presencia de letras "PROMPERÚ" Y "Cusco" en área de sesiones académicas y table tops (proporcionadas por el destino).
17. Inserción de material PoP dentro del Kit de Bienvenida para los Hosted Buyers.
18. Un (1) Table Top con dos acreditaciones para la promoción de la oferta MICE PERÚ.
19. Cobertura Editorial en LM Latinamerica Meetings con entrevistas de anfitriones, PROMPERÚ, autoridades, invitados especiales, hosted buyers y speakers (5 páginas de contenido digital).
20. Cinco (5) Testimoniales en video de hosted buyers para promoción post evento. incluyendo una carta de autorización de uso de imagen y video.
21. Cinco (5) Testimoniales en video de anfitriones y aliados del evento para promoción post evento. Incluyendo una carta de autorización de uso de imagen y video.
22. Entrega de un reporte final con toda la información de los compromisos descritos al cierre del evento.

Exposición de marca:

23. Crear el micrositio dentro de su plataforma con un apartado especial dedicado al destino sede (Cusco), incorporando:
 - Enlaces directos a recursos clave de Promperú, como meetings.peru.travel.
 - Material multimedia tales como videos promocionales del Cusco, imágenes de alta calidad de las locaciones relevantes y/o opciones de recorrido virtual, todos ellos acorde a los lineamientos de la Marca País.
 - Banner Home del portal <https://wmforum.org/> para redireccionar al micrositio del evento.
24. Proporcionar un informe final del micrositio, con métricas clave como:
 - Número de visitas.
 - Tiempo promedio en el sitio.
 - Tasa de clics hacia meetings.peru.travel.
 - Tasa de rebote.





25. Incluir botones de acceso directo a las redes sociales oficiales de PROMPERÚ.
- Se recomienda taggear en los contenidos realizados para el evento en redes sociales a la cuenta de Marca Perú en Instagram (@peru) y Facebook (@marcaPERU).

Desarrollo del evento:

26. Vuelos para treinta (30) hosted buyers y staff organizador del evento.
27. Hospedaje en alianza con Hotel JW Marriot para hosted buyers.
28. Comidas durante el evento y para participantes de acuerdo con itinerario
29. Cenas incluidas de acuerdo con itinerario.
30. Cena bienvenida by JW Marriot
31. Visita de inspección y armado de agenda
32. Producción audiovisual para salón de plenaria y/o citas de negocios de Tables Tops y hosted buyers con participación de Soluciones audiovisuales.
33. Salón para conferencias magistrales y citas de negocio
34. Una (1) inducción para la cadena de valor (Día 1)
35. Dos (2) speakers: Día 2 y Cena de clausura (Día 3)
36. Tour del día 26 para hosted buyers y staff de WMF a Valle Sagrado: Chinchero, Maras y Moray para vivir la experiencia cultural del destino. y equipo de Promperú.
37. Key note speaker dentro del agenda del evento

COMPROMISOS DE PROMPERÚ:

- PROMPERÚ realizará un pago anticipado por la suma de USD 120.380.00 (ciento veinte mil trescientos ochenta dólares americanos) incluyendo impuestos locales, el mismo que deberá realizarse en su totalidad por transferencia bancaria y en moneda extranjera (en dólares estadounidenses), antes del 31 de diciembre del 2024.
- Cena de Clausura para 75 personas (compradores, proveedores, invitados especiales, speakers y staff). Éste deberá de contar con mobiliario, decoración, entretenimiento y equipo de A/V para la ceremonia.





- Un kit de bienvenida para los 30 Hosted Buyers que asistan al evento; mismo que está inspirado en la cultura, tradiciones e historia de Perú.
- Transporte para los participantes al evento de acuerdo con los lineamientos y agenda del evento (Apto - Hotel - Sedes de Eventos - Hotel - Aeropuerto) y staff del WMF con un transporte de avanzada hacia los diferentes lugares y locaciones que se utilicen para el evento.
- Proporcionar, de manera opcional, información correspondiente a fundaciones que trabajen con personas con discapacidad para articular las acciones correspondientes de la World Meetings Forum Foundation
- Convocatoria a treinta (30) empresas locales y nacionales para que participen en el evento.

Marca País:

- Autorizar el uso de la Marca País Perú de acuerdo con el Manual de Uso de la Marca País Perú.
- Entregar el Manual de Uso de la Marca País Perú y el logo de la marca Perú una vez suscrito el contrato.
- Apoyo en la revisión y validación del micrositio respecto al apartado especial para "Destino Sede".
- Inclusión del evento dentro de la sección 'eventos' del site meetings.peru.travel, con enlace hacia el micrositio en WWF.

