

TÉRMINOS DE REFERENCIA

SERVICIOS DE RELACIONAMIENTO CON LA CADENA COMERCIAL Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN, EVENTO PARA LA CADENA COMERCIAL TURÍSTICA Y EVENTO DE MEDIOS PARA EL MERCADO DE AUSTRALIA

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Área Usaria: Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo/Departamento del Mercado Asia y Oceanía.

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Se requiere la contratación de un proveedor que brinde los servicios de relacionamiento con la cadena comercial y medios australianos, planificación y ejecución de un evento de turismo para la cadena comercial y evento de medios para el mercado de Australia.

3. FINALIDAD PÚBLICA

La presente contratación tiene por finalidad pública fortalecer el posicionamiento y reconocimiento del Perú en el mercado australiano, difundiendo información sobre la oferta del país como un destino turístico que ofrece naturaleza abierta, poco masificada, a través de actividades de aventura, cultura y gastronomía, lo cual promoverá la reactivación del turismo del país y beneficiará a los peruanos involucrados en el sector.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

La presente contratación corresponde a:

ÁPEX: 0237.2024: Ag. de Relaciones Públicas + Trade Australia

Centro de costo: Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo – Departamento del Mercado Asia y Oceanía.

5. ANTECEDENTES

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.

El mercado australiano está incluido en el grupo de mercados estratégicos de PROMPERÚ, y es una fuente importante de viajeros al Perú. En el 2019 hemos recibido 48, 858 llegadas de turistas desde Australia lo que representó un incremento del 3% respecto al 2018, y nos ubicaba en el 4to lugar de preferencias del total de llegadas a Sudamérica. En cuanto al gasto, en 2019 registraba \$3 253, con un promedio de 15 días de estadía. Vale mencionar que los viajeros australianos, realizan programas combinados con otros países de la región, pero la mayor parte del itinerario está dedicado al Perú (+50%, según refieren los operadores peruanos). Durante el año 2023, el Perú recibió un total de 17 413 turistas australianos, viéndose un incremento de 86% en relación al mismo periodo del 2022. De enero a marzo 2024, el Perú recibió un total de 5 113 turistas australianos.

Es bien sabido que Australia es una de las fuentes más importantes de viajeros internacionales alrededor del mundo y Perú es un destino que coincide con la preferencia de los viajeros australianos de larga distancia en segmentos específicos. En este sentido, los servicios de relacionamiento con la cadena comercial y medios australianos, planificación y ejecución de un evento de turismo para la cadena comercial y evento de medios para el mercado de Australia son convenientes para fortalecer nuestra presencia en el destino.

6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

La presente contratación tiene por objetivo fortalecer la presencia de nuestro país a través de la ejecución de los servicios de relacionamiento con la cadena comercial y medios, la planificación y ejecución de eventos dirigidos a los medios de comunicación y cadena comercial a fin de reconectar con estas empresas australianas.

7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

7.1. Actividades

La empresa de comunicaciones y relaciones públicas a ser contratada deberá desarrollar actividades con la cadena comercial y medios australianos tomando en cuenta las particularidades del viajero australiano y segmentos de interés para el destino Perú. Así como recopilar valiosa información de mercado y comercial de la industria de viajes emisiva australiana.

Medios:

Medios comerciales e influencers (sector turístico, hospitalidad y estilos de vida) y de consumo vinculados a los viajes interesados en destinos turísticos de alta gama, actividades al aire libre, destinos exóticos de largo recorrido, naturaleza y biodiversidad, etc.

Cadena comercial:

Tour Operadores interesados en comercializar el Perú o incrementar los paquetes turísticos del Perú como destino de ocio. Así como compañías aéreas, OTAS, plataformas de distribución de viajes y agencias de viajes interesadas en trabajar con PROMPERÚ para acciones comerciales y de branding.

PROMPERÚ requiere de los siguientes servicios:

7.1.1. Relacionamiento con la cadena comercial y medios australianos

RELACIONAMIENTO CON LA CADENA COMERCIAL Y MEDIOS AUSTRALIANOS	
<p>El proveedor apoyará a agencias de viajes, operadores y actores clave para que se familiaricen con el Perú como destino turístico, con el objetivo de posicionar el destino Perú y en coordinación con PROMPERÚ.</p> <p><u>Capacitaciones virtuales (*)</u></p> <ul style="list-style-type: none">Realizar capacitaciones virtuales a empresas de viajes emisoras australianas. El objetivo principal es mostrar los atributos, productos y experiencias del destino, así como capacitar a los participantes sobre la operatividad del destino.Deberán brindar un mínimo de tres (03) capacitaciones virtuales durante la ejecución del servicio con un mínimo de 20 agentes registrados por cada capacitación virtual (máximo 02 participantes por compañía) <p>(*)El cronograma y contenido de las capacitaciones deberá ser aprobado por el Departamento</p>	<p>Durante la ejecución del servicio</p>

<p>de Asia y Oceanía. El reporte de las capacitaciones realizadas debe incluirse en el informe correspondiente a la ejecución y en el reporte final e incluir la base de datos de los participantes.</p> <p>Base de Datos Generación de base de datos de tour operadores, agencias de viajes, OTAs y empresas o profesionales claves de la industria. La gestión de actualización y de los cambios debe realizarse cada 60 días y ser compartida tanto por vía electrónica como en los informes correspondientes (informe 2 y final).</p> <p>Visitas Door to Door Realizar cronograma de visitas, promocionar el destino, recolectar información e identificar oportunidades para el Perú. Las visitas Door to Door se realizan durante el periodo de contratación y contempla la visita de 06 empresas en la ciudad de Sídney, 06 empresas en la ciudad de Melbourne y 06 empresas en la ciudad de Brisbane (Total: 18 visitas en las tres ciudades). Dichas visitas pueden ser realizadas en compañía del Consejero Comercial en Australia y/o representante de PROMPERÚ asignado para dicho fin.</p> <p>Cualquier costo de transporte, alojamiento y/o alimentación del proveedor; y los costos de los traslados locales y alimentación generada durante el acompañamiento, el proveedor lo debe cubrir. PROMPERÚ cubre sus propios traslados y viáticos. Luego de la actividad, realizar un informe e incluir una base de datos de las visitas. El informe debe incluirse en el informe del mes correspondiente a la ejecución y en el reporte final.</p> <p>Notas de Prensa Plan de notas de prensa para todo el periodo de contratación. El proveedor deberá elaborar cuatro (04) notas de prensa alineado con los objetivos comunicacionales en el mercado.</p> <p>*PROMPERÚ proporcionará datos, estadísticas y recursos visuales, insumos para el desarrollo de colaterales, recursos visuales / video, así como noticias relacionadas con la oferta de turismo receptivo para garantizar un flujo de información actualizada. Esto servirá para generar contenido relevante de utilidad para completar sus funciones.</p> <p>Nota: El Plan de Notas será revisado por la Oficina de Comunicaciones y el Departamento de Asia y Oceanía, una vez recibido por correo electrónico al ejecutivo del Departamento de Mercados de Asia y Oceanía asignado para las coordinaciones. En el lapso de 10 días calendarios posteriores a la recepción se coordinará siempre vía mail ajustes y/o cambios que sean pertinentes tomando en cuenta consideraciones estratégicas.</p>	
--	--

7.1.2. Evento de turismo dirigido a la cadena comercial australiana

EVENTO DE TURISMO DIRIGIDO A LA CADENA COMERCIAL AUSTRALIANA	
Locación	Sídney
Fecha y horario del evento El evento se realizará en el marco de un evento de promoción de turismo reconocido en el mercado australiano, previa coordinación con PROMPERÚ	Por definir
Asistentes e invitaciones	
Criterios de invitación Invitar a mayoristas que venden América Latina, así como algunas agencias minoristas clave especializadas en destinos de larga distancia e interesadas en Perú con el fin de obtener información actualizada de la oferta de productos en Perú y comprender mejor las actividades que PROMPERÚ ha emprendido y emprenderá en Australia.	Al menos 40 invitados - máximo 02 participantes por empresa
Diseño y contenido en inglés de la invitación que se distribuirá entre el trade australiano, la cual	X

deberá ser desarrollada en coordinación y aprobada por PROMPERÚ. Este servicio incluye el diseño gráfico de la invitación y el contenido en inglés y el correspondiente envío de correo electrónico a la cadena comercial australiana.	
<p>Anuncio del evento a través de medios y realizar seguimiento de participación a través de llamadas semanales, confirmación de asistencia y recordatorios.</p> <p>El proveedor deberá enviar a PROMPERÚ una lista de empresas de turismo que serán invitadas al evento. Este listado deberá ser enviado a PROMPERÚ hasta 20 días calendario antes del evento vía correo electrónico. El documento debe incluir el nombre de la empresa, el resumen de la empresa, el sitio web, el nombre del delegado y el puesto de trabajo.</p> <p>La lista e información de empresas confirmadas de la industria de viajes que asistirán deberá proporcionarse hasta 10 días antes del evento. PROMPERÚ puede solicitar la información de los avances en cualquier momento.</p>	X
Elaboración de al menos 01 una nota de prensa. Incluir 01 un anuncio promocional digital en una medio australiano líder en el sector de viajes dirigido al segmento de viajes u otro canal adecuado para garantizar una exposición relevante de la actividad previa al evento y asegurar el registro de los participantes.	X
Personal, acciones y branding durante el evento	
# personas para la gestión del evento (01 coordinador y 01 persona para registro)	02 personas
<p>Decoración y branding</p> <p>El proveedor deberá incluir todos los materiales para la decoración del ambiente alineados con la marca del destino Perú y coordinados con PROMPERÚ.</p>	X
Diseño y Producción de Banners de alta calidad para colocar en el salón del evento. El diseño deberá coordinarse con PROMPERÚ.	04
Diseño y Producción de un 01 Backdrop. El diseño deberá coordinarse con PROMPERÚ.	X
Realizar 02 dinámicas novedosas de participación que fomenten el aprendizaje del destino durante el evento.	X
Contratación de ambiente y alimentación	
<p>Selección, reserva y contratación del lugar para el desayuno de agentes Importante:</p> <ul style="list-style-type: none"> Salón de restaurante reconocido y habilitado para eventos B2B Debe estar ubicado en una zona de fácil acceso (Central Business District - CBD). 	X
Equipo y mueblería	
# Mesa de registro	1
Sillas para mesa de registro	1
# Laptop (última generación)	1
# Pantallas de TV	2
Equipo profesional de sonido (con altavoces)	1
# micrófonos inalámbricos	3
Personal de soporte técnico durante el desayuno	X
Alimentación	
<p>El servicio de desayuno incluye: Bollería, plato caliente, zumos de frutas, café, té y agua.</p> <p>Recomendación: De ser posible incluir 01 opción de bollería peruana.</p>	<p>Hasta 40 representantes de la cadena comercial australiana + 03 representantes de PROMPERÚ Lima y Australia + 02 representantes de la</p>

	agencia. Total: Hasta 45 personas
# Personal para asegurar que el servicio de desayuno se brinde adecuadamente	X
# Menaje completo y menaje de cocina	X
Mesas y sillas para invitados al evento	X
Transporte	
Todos los traslados relacionados a la ejecución del evento serán asumidos por el proveedor.	X
Fotografía y Video	
Fotógrafo profesional con equipo completo (cámara digital de al menos 5MP)	X
Se requerirá un mínimo de 50 fotografías en formato original. Selección de 50 fotografías, en formato jpg con retoque digital básico a una resolución nada menos que 21 mpx en formato RAW.	50
Entrega de imágenes en formato jpg con mínima compresión.	X
Video del evento. La duración del video debe ser entre 01 a 03 minutos. El servicio incluye: registro general de la actividad y edición final.	01
Credenciales para participantes	
El proveedor deberá diseñar e imprimir las credenciales para todos los participantes. Nota: El personal clave también debe tener su credencial correspondiente con su nombre. Los diseños serán en coordinación y aprobados por PROMPERÚ.	X

7.1.3 Evento de turismo dirigido a medios de comunicación

EVENTO DE TURISMO DIRIGIDO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN - SIDNEY 2024	
Locación	Sídney
Fecha y horario del evento El evento se realizará en el marco de un evento de promoción de turismo reconocido en el mercado australiano, previa coordinación con PROMPERÚ.	Por definir
Asistentes e invitaciones	
Criterios de invitación Aquellos especializados en medios de viajes y estilo de vida que puedan cubrir el Perú como destino de viaje y con el propósito de actualizar los productos turísticos del Perú e inspirar la cobertura del Perú. Medios de comunicación dirigidos a los Millennials y Generación X, con una amplia gama de exposición en medios impresos y digitales dirigidos a parejas y familias. Asimismo, se incluirán influencers de turismo, lifestyle y que sean líderes de opinión con un amplio número de seguidores y alta tasa de engagement. La lista de medios seleccionados deberá validarse con la Oficina de Comunicaciones de PROMPERÚ.	Representantes de hasta 09 empresas de medios diferentes y, también, hasta 03 influencers.
Diseño y contenido en inglés de la invitación que se distribuirá entre los medios de comunicación australianos, la cual deberá ser desarrollada en coordinación y aprobada por PROMPERÚ. Este servicio incluye el diseño gráfico de la invitación y el contenido en inglés y el correspondiente envío de correo electrónico a los medios de prensa invitados.	X
Se realizará el seguimiento de participación a la lista de invitados a través de llamadas, mensajes solicitando confirmaciones y recordatorios. Asimismo, se realizará el anuncio del evento a través de mínimo 3 medios (impresos o digitales) El proveedor deberá enviar a PROMPERÚ una lista de medios de comunicación e influencers que serán invitados al evento. Este listado deberá ser enviado a PROMPERÚ hasta 20 días calendario antes del evento vía correo electrónico. El documento debe incluir el nombre de la empresa, el resumen de la empresa, el sitio web, el nombre del delegado y el puesto de trabajo. La lista e información de empresas confirmadas de la industria de viajes que asistirán deberá proporcionarse hasta 10 días antes del evento. PROMPERÚ puede solicitar la información de los avances en cualquier momento.	X
Elaboración de un (01) dossier de prensa que será distribuido entre medios de Australia, el cual	X

deberá desarrollarse en coordinación con PROMPERÚ y deberá distribuirse previa validación de la Oficina de Comunicaciones.	
Personal y branding durante el evento	
# personas para la gestión del evento (01 coordinador y 01 persona para registro)	02 personas
Decoración y branding El proveedor deberá incluir todos los materiales para la decoración del ambiente alineados con la marca del destino Perú y coordinados con PROMPERÚ. Nota: El proveedor puede utilizar los mismos banners y backdrop elaborados para el evento con la cadena comercial en el evento de medios.	X
Contratación de ambiente y alimentación	
Selección, reserva y contratación del lugar para el evento de Medios. Importante: <ul style="list-style-type: none"> Salón de restaurante reconocido y habilitado para eventos B2B Debe estar ubicado en una zona de fácil acceso (Central Business District - CBD). 	X
Equipo y mueblería	
# Mesa de registro	1
# sillas para mesa de registro	1
# Laptop (última generación)	1
# Pantallas de TV	2
Equipo profesional de sonido (con altavoces)	1
# micrófonos inalámbricos	2
Personal de soporte técnico durante el almuerzo de medios	X
Alimentación	
El servicio de almuerzo incluye: Menú con temática peruana creado especialmente para este evento y bebidas como refrescos, agua, té, entradas, plato fuerte y postre. Recomendación: Incluir 1-2 platos peruanos en el menú si es posible.	12 representantes de medios + 03 representantes de PROMPERÚ Lima y Australia + 02 representantes de la agencia. Total: 17 personas
Se deberá realizar un menú degustación de los platos a ser incluidos 01 un día antes del evento	X
# Personal para asegurar que el servicio de almuerzo se brinde adecuadamente	X
# Menaje completo y menaje de cocina	X
Mesas y sillas para invitados al evento	X
Transporte	
Todos los traslados relacionados a la ejecución del evento serán asumidos por el proveedor.	X
Fotografía y Video	
Fotógrafo profesional con equipo completo (cámara digital de al menos 5MP)	X
Se requerirá un mínimo de 25 fotografías en formato original. Selección de 25 fotografías, en formato jpg con retoque digital básico a una resolución nada menos que 21 mpx en formato RAW.	25
Entrega de imágenes en formato jpg con mínima compresión.	X
Video del evento. La duración del video debe ser entre 01 a 03 minutos. El servicio incluye: registro general de la actividad y edición final.	01

IMPORTANTE: El proveedor deberá designar para los servicios Un (01) director de servicio, Un (01) Encargado de la relación con el canal comercial y un (01) Encargado de Prensa y relaciones públicas.

8. Recursos y Facilidades a ser proveídos por la entidad

Los recursos y facilidades a ser proveídos por la entidad son:

- Asignar a un representante de PROMPERÚ para las coordinaciones del servicio. PROMPERÚ entregará la información necesaria que sirva como insumo para las coordinaciones necesarias.
- Brindar acceso al banco de imágenes de PROMPERÚ

9. Requisitos del Proveedor

Proveedor de servicios de agencia de relaciones públicas o agencia de consultoría o agencia de investigación y marketing para el sector turístico legalmente establecido en Australia ¹ con **experiencia como se describe a continuación:**

a) Experiencia mínima de cinco (5) servicios en los últimos 10 años prestados para la elaboración y ejecución de estrategias de comunicación para la promoción y difusión del sector turístico a través de la cadena comercial (trade) y medios comunicación tradicional y digital, de alcance masivo, así como en medios especializados en turismo, gastronomía, lifestyle y la cadena comercial; así como experiencia en la realización de eventos en el mercado australiano.

Acreditación:

El punto a se acreditarán con copias de contratos, órdenes de servicios, constancia de conformidad o cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la experiencia solicitada.

10. Lugar y Plazo de la Prestación del Servicio

El presente servicio se realizará en su totalidad en territorio australiano, de acuerdo con lo sustentado en el punto 3 sobre Finalidad Pública.

El plazo de ejecución del servicio será de 120 días calendario teniendo como fecha tentativa de inicio del 01 de agosto al 28 de noviembre del 2024, previa notificación de la orden de servicio.

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 de Asia y Oceanía 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 cuatro (04) días calendario contados a partir de la notificación de las observaciones.

¹ Cabe precisar que este requisito se solicita considerando lo siguiente:

- Conocimiento del mercado: Las empresas australianas tienen un entendimiento más profundo del mercado local, incluyendo la cultura, las tendencias, los valores y la sensibilidad del público objetivo. Esto permitirá adaptar las acciones de manera efectiva para conectar con la audiencia local.
- Conexiones y redes locales: Las empresas australianas tienen redes establecidas en el país, lo que facilita el acceso a medios locales, influenciadores y otras partes interesadas que son clave para las acciones a realizar en el mercado. Estas conexiones pueden ser cruciales para el éxito de las acciones de promoción
- Contexto cultural: La comprensión del contexto cultural es fundamental para una comunicación efectiva. Una empresa australiana, está familiarizada con la cultura local, puede crear mensajes más auténticos y relevantes para el público objetivo, evitando posibles malentendidos o errores de interpretación
- Cumplimiento normativo y legal: Las regulaciones y normativas en materia de publicidad y comunicación pueden variar de un país a otro. Una empresa australiana estará más familiarizada con las leyes y los requisitos regulatorios específicos de Australia, lo que ayuda a evitar posibles problemas legales o de cumplimiento.
- Costos y logística: En muchos casos, contratar a una empresa australiana puede ser más rentable y eficiente en términos de logística y presupuesto, ya que no habrá costos adicionales asociados con la gestión de equipos o la coordinación de actividades a larga distancia o bien contratación de terceros.

Producto	Información a entregar(*)	Plazo de entrega del producto	Porcentaje (%) a pagar
Producto 1	<p>❖ Plan de trabajo para el mercado australiano</p> <p>El plan de trabajo deberá contener:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Plan de notas de prensa ● Planificación de evento de turismo dirigida a medios ● Planificación de evento de turismo dirigida a la cadena comercial ● Propuestas de gráficas para los eventos de medios de comunicación y cadena comercial ● Base de datos de la cadena comercial australiana a ser invitada al evento de la cadena comercial ● Base de datos de medios de comunicación a ser invitados al evento de medios. ● Presentación para la capacitación virtual de la cadena comercial australiana ● Documento que certifique la reserva de salón de eventos para los eventos de medios de comunicación y cadena comercial. ● Desarrollo de plan de visitas door to door y listado de empresas a visitar en las ciudades solicitadas. 	Será de 30 días calendarios desde el inicio del servicio previa notificación de la orden de servicio.	35%
Producto 2	<p>❖ Informe #1</p> <p>El informe 1 debe contener:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Resumen de actividades y/o eventos realizados dirigidos a la cadena comercial y medios de prensa. Incluir base de datos final de participantes, fotografías, vídeos, conclusiones y recomendaciones. ● Notas de prensa aprobadas y emitidas. ● Reporte de las capacitaciones virtuales realizadas ● Reporte de los door to door realizados (en caso aplique en dicho periodo) Incluir fotografías, conclusiones y recomendaciones. ● Base de datos de trade actualizada 	Será de 60 días calendarios desde el inicio del servicio previa notificación de la orden de servicio.	30%
Producto 3	<p>❖ Informe #2</p> <p>❖ Informe Final</p> <p>El informe 2 debe contener:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Resumen de actividades y/o eventos realizados dirigidos a la cadena comercial y medios de prensa. Incluir base de datos final de participantes, fotografías, vídeos, conclusiones y recomendaciones. ● Notas de prensa aprobadas y emitidas. ● Reporte de las capacitaciones virtuales realizadas ● Reporte de los door to door realizados (en caso 	Será de 120 días calendarios desde el inicio del servicio previa notificación de la orden de servicio.	35%

	<p>aplique en dicho periodo) Incluir fotografías, conclusiones y recomendaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Base de datos de trade actualizada <p>El informe final debe contener:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Resumen de actividades realizadas durante el periodo de la contratación Incluir fotografías, videos del evento, conclusiones y recomendaciones ● Todas las notas de prensa aprobadas. ● Clipping de las publicaciones generadas durante el periodo de contratación con su respectiva valorización (press fee) y audiencia (rating/lectoría). <p>*La valorización deberá de estar expresada en dólares americanos.</p>		
--	---	--	--

(*) Véase indicación del punto 16 sobre penalidades

12. Otras Obligaciones del Contratista

- Coordinar con el especialista de PROMPERÚ con el cual deberán mantener una comunicación fluida.
- La comunicación se realizará en idioma inglés.
- 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 dentro de territorio australiano, envío de materiales, impuestos, entre otros gastos necesarios para la ejecución del servicio se encuentran contemplados en su cotización, y serán asumidos por él.

13. Formas de Pago

El pago se realizará en tres **(03) pagos parciales**; 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 11 y deberá contar con la conformidad del Departamento del Mercado de Asia y Oceanía y la Subdirección de Promoción de Turismo Receptivo, previo visto bueno de la Oficina de Comunicaciones. La emisión de la conformidad no superará de 07 días calendario luego de la recepción de los productos.

1er pago: 35% del monto total contratado a la entrega y conformidad del producto 01

2do pago: 30% del monto total contratado a la entrega y conformidad del producto 02

3er pago: 35% del monto total contratado a la entrega y conformidad del producto 03

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:

14. Conformidad del Servicio

La conformidad será otorgada la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo y el Departamento del Mercado de Asia y Oceanía, previo visto bueno de la Oficina de Comunicaciones, en un plazo que no superará los 07 días de la recepción de los productos.

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 divulgar 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.

16. 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:

$$\text{Penalidad diaria} = 0.10 \times \text{monto} \\ \text{F} \times \text{plazo en días}$$

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.

17. Modificaciones 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.

18. 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.

19. Resolución del contrato

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

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

20. Solución de Controversia de proveedores no domiciliados

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

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

21. 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.

22. Otras disposiciones

El proveedor se sujetará a las disposiciones contenidas en la Directiva que regula las Contrataciones con proveedores no domiciliados en el País en PROMPERU, y de manera supletoria a la Ley de Contrataciones del Estado, su Reglamento y demás normas complementarias.