

**TÉRMINOS DE REFERENCIA**  
**SERVICIO DE CONTRATACIÓN PARA ACTIVIDADES PUNTUALES DE RELACIONES PÚBLICAS**  
**DENTRO DEL MERCADO USA**

Centro de Costo		Sub-Dirección de Turismo Receptivo
APEX	0223.2024	Gestión de relaciones públicas USA

**1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO**

Departamento de Mercado Anglosajón - Subdirección Promoción del Turismo Receptivo.

**2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN**

Se requiere la contratación de un servicio de contratación para actividades puntuales de relaciones públicas dentro del mercado USA.

**3. FINALIDAD PÚBLICA**

El desarrollo de una campaña de Relaciones Públicas en el Mercado Estadounidense contribuirá a retomar el posicionamiento (engagement) alcanzado y una imagen positiva del país en un corto y mediano plazo. Cabe indicar que Estados Unidos es el país que genera mayor cantidad de divisas al Perú (769 millones USD) en el 2019, habiendo recuperado, al 2023, en un 75% en comparación a pre pandemia. Por este motivo, se considera de suma importancia seguir creando mensajes inspiracionales necesarios para reactivar el flujo turístico sobre todo en el mercado estadounidense debido a su gran potencial como mercado emisor y su capacidad de gasto en el destino visitado.

**4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL**

Categoría: Gestión de Relaciones Públicas - Departamento de Mercado Anglosajón con APEX 0223.2024

Actividad operativa del POI: Acciones de Relaciones Públicas USA

**5. 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 incrementando el flujo y el gasto.

El mercado anglosajón considera de suma importancia realizar una campaña de Relaciones Públicas que contribuya a la imagen positiva del país a través de un plan de acción proactivo en un corto, mediano y largo plazo. Cabe indicar que el mercado Estados Unidos, viene reactivándose en el sector turístico, siendo el segundo país con mayor participación de mercado en la llegada de arribos al extranjero (19%). Es imprescindible que el Perú tenga una fuerte presencia en medios en el 2024 y que contribuya a generar confianza, mostrando al país como un destino seguro, a un potencial viajero que está en busca de nuevas experiencias que lo pongan en contacto con un país multitemático que siempre estará dispuesto a reinventarse.

**6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN**

Con esta contratación se busca reposicionar el destino Perú en el mercado estadounidense, a fin de recuperar el flujo turístico perdido debido a la coyuntura actual suscitada en el país.

## 7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR:

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

Desarrollar un programa proactivo de relaciones públicas seleccionado de acuerdo al mercado meta (target) que incremente el interés y recupere la confianza del consumidor sobre el destino Perú y refuerce su deseo de visitarlo. Esto contribuirá al incremento en un corto y mediano plazo, de arribos de turistas.

### 7.1. ACTIVIDADES

El proveedor deberá realizar las siguientes acciones:

**a. Agendar reuniones con medios de prensa de USA:** 12 reuniones virtuales o presenciales con editores de medios de comunicación estadounidenses. (1 por mes).

**b. Lanzamientos a medios estadounidenses:** sobre hechos relevantes positivos, tendencias de Perú para dirigir el interés de los medios estadounidenses en el destino a través información proporcionada por PROMPERÚ (noticias, imágenes, y dossiers de los destinos).

**c. Responder consultas de los medios,** que el proveedor reciba de los periodistas contactados, acerca del destino y su estado situacional, previa coordinación con PROMPERÚ.

**d. Alertar a PROMPERÚ de las noticias, historias o tendencias más resaltantes sobre Perú,** que hayan impactado en los medios de EE.UU durante el periodo de tiempo de la contratación.

**e. Notas de prensa:** lanzar 12 a 20 notas de prensa de una o dos páginas, previa coordinación con PROMPERÚ, incluyendo tres ediciones, escritas y distribuidas a una lista de escritores recomendados por el proveedor para el tema (previa coordinación con PROMPERÚ).

**f. Visitas de los medios:** el proveedor identificará, contactará y asegurará el interés de por lo menos cinco medios de primer nivel para visitar el Perú en temas especializados como gastronomía, turismo de naturaleza y aventura, cultura, arte, textiles, historia, lugares alternativos (*off the beaten path destinations*), vecindarios, música, etc. Realizará todas las coordinaciones con el medio para el itinerario de viaje, así como con PROMPERÚ.

**g. Análisis y cobertura de los medios:** la agencia utilizará servicios de *clipping* para monitorear a los medios sobre noticias de Perú, así como la búsqueda manual sobre noticias semanales del Perú en los Estados Unidos. La agencia deberá también estar al tanto de las alertas o noticias sobre el Perú que vengan del Departamento de Estado de los Estados Unidos.

**h. Gestión de Crisis y asesoría permanente ante eventuales hechos fortuitos de diversa naturaleza:** Si se presentara una situación de crisis en el Perú (desastres naturales, disturbios sociales, situación epidémica, etc.) que afecte negativamente la imagen del país como destino turístico en el mercado de Estados Unidos, la Agencia de Relaciones Públicas deberá:

- ✓ En caso de noticias de impacto negativo en Destino Perú, la Agencia deberá 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 la soliciten, con el objetivo de informar 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 sugerir posibles soluciones a los problemas suscitados y descubrir oportunidades para el Destino Perú.

### 7.2. REQUISITOS DEL PROVEEDOR Y SU PERSONAL

El proveedor deberá cumplir con los siguientes requisitos mínimos:

- ✓ Contar con experiencia en actividades de relaciones públicas y manejo de crisis en la industria turística con empresas tales como oficinas de turismo, aerolíneas, hoteles o cruceros dentro los Estados Unidos con un mínimo de cinco años.

- ✓ Contar con oficinas físicas en los Estados Unidos, para el adecuado relacionamiento con los medios de prensa de EE.UU.

**ACREDITACIÓN:**

- ✓ La experiencia del proveedor se acreditará mediante la presentación de copias de contratos, órdenes de servicio o facturas, certificados o Constancias de trabajo que acrediten la experiencia requerida.
- ✓ Se deberá presentar una constancia de registros públicos (Good Standing certification) para acreditar el funcionamiento de la empresa en EE.UU.

**7.3. LUGAR Y PLAZO DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO**

El servicio se realizará de manera virtual, desde la sede central de las instalaciones del proveedor, por 365 días calendario, a partir del día siguiente de suscrito el contrato.

**7.4. PRODUCTOS**

A partir del día siguiente de suscrito el contrato; el proveedor deberá enviar informes mensuales informes hasta el 18 de abril del 2025, de manera digital, según el siguiente detalle:

ENTREGABLES	PLAZO DE ENTREGA DEL PRODUCTO
<p><b>Primer Informe (avances a la fecha)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lista de contactos sobre las preguntas respondidas a los medios, a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Alertas a PROMPERÚ de las historias y tendencias de noticias sobre Perú a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Notas efectuadas a la fecha.</li> <li>- Reporte total del clipping de las noticias mensuales que contenga: fecha/medio/audiencia/alcance/link de la noticia a la fecha.</li> <li>- Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</li> <li>- Envío semanal de noticias sobre Perú en los Estados Unidos a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Relación de reuniones y resultados obtenidos con medios de prensa de manera virtual y/o presencial a la fecha.</li> <li>- Estrategia de comunicación y plan de acción a seguir para gestionar una crisis de ser el caso.</li> </ul>	<p>Hasta los 30 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>

<p><b>Segundo Informe (avances a la fecha)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lista de contactos sobre las preguntas respondidas a los medios, a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Alertas a PROMPERÚ de las historias y tendencias de noticias sobre Perú a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Notas efectuadas a la fecha.</li> <li>- Reporte total del clipping de las noticias mensuales que contenga: fecha/medio/audiencia/alcance/link de la noticia a la fecha.</li> <li>- Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</li> <li>- Envío semanal de noticias sobre Perú en los Estados Unidos a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Relación de reuniones y resultados obtenidos con medios de prensa de manera virtual y/o presencial a la fecha.</li> <li>- Estrategia de comunicación y plan de acción a seguir para gestionar una crisis de ser el caso.</li> </ul>	<p>Hasta los 60 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>
<p><b>Tercer Informe (avances a la fecha)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lista de contactos sobre las preguntas respondidas a los medios, a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Alertas a PROMPERÚ de las historias y tendencias de noticias sobre Perú a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Notas efectuadas a la fecha.</li> <li>- Reporte total del clipping de las noticias mensuales que contenga: fecha/medio/audiencia/alcance/link de la noticia a la fecha.</li> <li>- Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</li> <li>- Envío semanal de noticias sobre Perú en los Estados Unidos a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Relación de reuniones y resultados obtenidos con medios de prensa de manera virtual y/o presencial a la fecha.</li> <li>- Estrategia de comunicación y plan de acción a seguir para gestionar una crisis de ser el caso.</li> </ul>	<p>Hasta los 90 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>

<p><b>Cuarto Informe (avances a la fecha)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lista de contactos sobre las preguntas respondidas a los medios, a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Alertas a PROMPERÚ de las historias y tendencias de noticias sobre Perú a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Notas efectuadas a la fecha.</li> <li>- Reporte total del clipping de las noticias mensuales que contenga: fecha/medio/audiencia/alcance/link de la noticia a la fecha.</li> <li>- Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</li> <li>- Envío semanal de noticias sobre Perú en los Estados Unidos a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Relación de reuniones y resultados obtenidos con medios de prensa de manera virtual y/o presencial a la fecha.</li> <li>- Estrategia de comunicación y plan de acción a seguir para gestionar una crisis de ser el caso.</li> </ul>	<p>Hasta los 120 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>
<p><b>Quinto Informe (avances a la fecha)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lista de contactos sobre las preguntas respondidas a los medios, a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Alertas a PROMPERÚ de las historias y tendencias de noticias sobre Perú a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Notas efectuadas a la fecha.</li> <li>- Reporte total del clipping de las noticias mensuales que contenga: fecha/medio/audiencia/alcance/link de la noticia a la fecha.</li> <li>- Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</li> <li>- Envío semanal de noticias sobre Perú en los Estados Unidos a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Relación de reuniones y resultados obtenidos con medios de prensa de manera virtual y/o presencial a la fecha.</li> <li>- Estrategia de comunicación y plan de acción a seguir para gestionar una crisis de ser el caso.</li> </ul>	<p>Hasta los 150 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>

<p><b>Sexto Informe (avances a la fecha)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lista de contactos sobre las preguntas respondidas a los medios, a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Alertas a PROMPERÚ de las historias y tendencias de noticias sobre Perú a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Notas efectuadas a la fecha.</li> <li>- Reporte total del clipping de las noticias mensuales que contenga: fecha/medio/audiencia/alcance/link de la noticia a la fecha.</li> <li>- Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</li> <li>- Envío semanal de noticias sobre Perú en los Estados Unidos a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Relación de reuniones y resultados obtenidos con medios de prensa de manera virtual y/o presencial a la fecha.</li> <li>- Estrategia de comunicación y plan de acción a seguir para gestionar una crisis de ser el caso.</li> </ul>	<p>Hasta los 180 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>
<p><b>Séptimo Informe (avances a la fecha)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lista de contactos sobre las preguntas respondidas a los medios, a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Alertas a PROMPERÚ de las historias y tendencias de noticias sobre Perú a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Notas efectuadas a la fecha.</li> <li>- Reporte total del clipping de las noticias mensuales que contenga: fecha/medio/audiencia/alcance/link de la noticia a la fecha.</li> <li>- Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</li> <li>- Envío semanal de noticias sobre Perú en los Estados Unidos a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Relación de reuniones y resultados obtenidos con medios de prensa de manera virtual y/o presencial a la fecha.</li> <li>- Estrategia de comunicación y plan de acción a seguir para gestionar una crisis de ser el caso.</li> </ul>	<p>Hasta los 210 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>

<p><b>Octavo Informe (avances a la fecha)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lista de contactos sobre las preguntas respondidas a los medios, a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Alertas a PROMPERÚ de las historias y tendencias de noticias sobre Perú a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Notas efectuadas a la fecha.</li> <li>- Reporte total del clipping de las noticias mensuales que contenga: fecha/medio/audiencia/alcance/link de la noticia a la fecha.</li> <li>- Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</li> <li>- Envío semanal de noticias sobre Perú en los Estados Unidos a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Relación de reuniones y resultados obtenidos con medios de prensa de manera virtual y/o presencial a la fecha.</li> <li>- Estrategia de comunicación y plan de acción a seguir para gestionar una crisis de ser el caso.</li> </ul>	<p>Hasta los 240 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>
<p><b>Noveno Informe (avances a la fecha)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lista de contactos sobre las preguntas respondidas a los medios, a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Alertas a PROMPERÚ de las historias y tendencias de noticias sobre Perú a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Notas efectuadas a la fecha.</li> <li>- Reporte total del clipping de las noticias mensuales que contenga: fecha/medio/audiencia/alcance/link de la noticia a la fecha.</li> <li>- Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</li> <li>- Envío semanal de noticias sobre Perú en los Estados Unidos a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Relación de reuniones y resultados obtenidos con medios de prensa de manera virtual y/o presencial a la fecha.</li> <li>- Estrategia de comunicación y plan de acción a seguir para gestionar una crisis de ser el caso.</li> </ul>	<p>Hasta los 270 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>
<p><b>Décimo Informe (avances a la fecha)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lista de contactos sobre las preguntas respondidas a los medios, a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Alertas a PROMPERÚ de las historias y tendencias de noticias sobre Perú a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Notas efectuadas a la fecha.</li> <li>- Reporte total del clipping de las noticias mensuales que contenga: fecha/medio/audiencia/alcance/link de la noticia a la fecha.</li> <li>- Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</li> </ul>	<p>Hasta los 300 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Envío semanal de noticias sobre Perú en los Estados Unidos a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Relación de reuniones y resultados obtenidos con medios de prensa de manera virtual y/o presencial a la fecha.</li> <li>- Estrategia de comunicación y plan de acción a seguir para gestionar una crisis de ser el caso.</li> </ul>	
<p><b>Décimo primer Informe (avances a la fecha)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lista de contactos sobre las preguntas respondidas a los medios, a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Alertas a PROMPERÚ de las historias y tendencias de noticias sobre Perú a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Notas efectuadas a la fecha.</li> <li>- Reporte total del clipping de las noticias mensuales que contenga: fecha/medio/audiencia/alcance/link de la noticia a la fecha.</li> <li>- Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</li> <li>- Envío semanal de noticias sobre Perú en los Estados Unidos a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Relación de reuniones y resultados obtenidos con medios de prensa de manera virtual y/o presencial a la fecha.</li> <li>- Estrategia de comunicación y plan de acción a seguir para gestionar una crisis de ser el caso.</li> </ul>	<p>Hasta los 330 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>
<p><b>Informe final debe contener:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Base de datos total de contactos obtenidos proactivamente.</li> <li>- Lista de contactos sobre las preguntas respondidas a los medios, a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Alertas a PROMPERÚ de las historias y tendencias de noticias sobre Perú a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Notas efectuadas a la fecha.</li> <li>- Reporte total del clipping de las noticias mensuales que contenga: fecha/medio/audiencia/alcance/link de la noticia a la fecha.</li> <li>- Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con su respectiva valorización (free press) y audiencia (rating/lectoría).</li> <li>- Envío semanal de noticias sobre Perú en los Estados Unidos a la fecha, de haberse presentado alguna.</li> <li>- Relación de reuniones y resultados obtenidos con medios de prensa de manera virtual y/o presencial a la fecha.</li> <li>- Estrategia de comunicación y plan de acción a seguir para gestionar una crisis de ser el caso.</li> </ul>	<p>Hasta los 365 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>

Los reportes deben ser dirigidos a la Coordinación del Departamento del Mercado

Anglosajón y los entregables deberán ser enviados en un documento PDF a través de la Ventanilla Virtual de PROMPERÚ:

<https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/Home/Index>

## 7.5. FORMA DE PAGO

El pago deberá ser realizado en 12 partes parciales establecidos de la siguiente manera:

- Primer pago: a la entrega y aprobación del primer informe (7% del pago total)
- Segundo pago: a la entrega y aprobación del segundo informe (7% del pago total)
- Tercer pago: a la entrega y aprobación del tercer informe (7% del pago total)
- Cuarto pago: a la entrega y aprobación del cuarto informe (7% del pago total)
- Quinto pago: a la entrega y aprobación del quinto informe (9% del pago total)
- Sexto pago: a la entrega y aprobación del sexto informe (9% del pago total)
- Séptimo pago: a la entrega y aprobación del séptimo informe (9% del pago total)
- Octavo pago: a la entrega y aprobación del octavo informe (9% del pago total)
- Noveno pago: a la entrega y aprobación del noveno informe (9% del pago total)
- Décimo pago: a la entrega y aprobación del décimo informe (9% del pago total)
- Décimo primer: a la entrega y aprobación del décimo primer informe (9% del pago total)
- Pago final: a la entrega y aprobación del informe final (9% del pago total)

El pago deberá ser realizado por transferencia bancaria y en moneda extranjera (dólares americanos), a la cuenta del proveedor; el pago se realizará después de recibido cada entregable y deberá contar con la conformidad del Departamento de Mercado Anglosajón y de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo y el visto bueno de la oficina de Comunicaciones, en un plazo que no superará los 07 días calendario de recepcionado cada producto.

Asimismo, el proveedor enviará su comprobante de pago a la dirección de correo electrónico [comprobantepago@promperu.gob.pe](mailto:comprobantepago@promperu.gob.pe) indicado 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:

## 7.6. CONFORMIDAD DEL SERVICIO

La conformidad del servicio será otorgada por el departamento del Mercado Anglosajón y de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previo visto bueno de la oficina de Comunicaciones.

La emisión de la conformidad no superará los 7 días calendarios de haberse recepcionado cada producto.

## 7.7. ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD

Toda la información proporcionada al proveedor del servicio, relativa al objeto principal del servicio, será tratada con estricta confidencialidad, por lo que queda obligado a no divulgar a terceros la información proporcionada por PROMPERU. El incumplimiento de este punto por parte del proveedor del servicio lo hará acreedor a las sanciones civiles y penales correspondientes.

Asimismo, PROMPERU tendrá todos los derechos de propiedad intelectual, respecto a los productos entregados y otros que guarden una relación directa con la ejecución del servicio

## **8. 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.

## **9. 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

## **10. 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.

## **11. 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 caso fortuito o fuerza mayor, que imposibilite a la entidad de manera definitiva continuar con el contrato.
- e) Por acuerdo entre las partes.

## **12. 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.

### **13. 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.

### **14. 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.