



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

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

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

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Se requiere la contratación del servicio de una agencia de comunicaciones y relaciones públicas para llevar a cabo la elaboración y ejecución de un plan de comunicación en el mercado chileno.

3. FINALIDAD PÚBLICA

La presente contratación tiene por finalidad pública fortalecer el posicionamiento y reconocimiento del Perú en Chile, difundiendo la oferta del país como un destino seguro, cercano (4 horas de vuelo) y accesible (conectividad aérea y terrestre), buscando la repetición de viaje. Además de comunicar que nuestro país está preparado para ofrecer a los viajeros una estadía acorde a las exigencias de la presente coyuntura, lo cual promoverá la reactivación del turismo en nuestro país y beneficiará a los peruanos involucrados en el sector.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

La presente contratación corresponde a APEX 0308.2024 – Gestión de relaciones públicas - Chile

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.

La Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo es la unidad orgánica encargada de proponer, ejecutar y evaluar las actividades de promoción del turismo receptivo en función a los objetivos y estrategias institucionales.

Con el fin de contribuir al cumplimiento de las metas planteadas para el presente año, PROMPERÚ viene trabajando estrategias de reactivación de turismo receptivo a través de la identificación de actividades que permitan alcanzar las metas y estrategias establecidas en el mercado para la promoción adecuada del destino en el público chileno. Entre las estrategias de promoción dentro del Plan Operativo Institucional para este mercado se tiene contemplada la contratación del servicio de una agencia de relación públicas.

En este sentido, se considera como prioritario centralizar los esfuerzos de promoción en los países de la región como Chile, considerando que dicho mercado es uno de los principales emisores de turistas hacia nuestro país, tanto el flujo por el aeropuerto como por la frontera, siendo necesario dirigir los mensajes a los segmentos de viajeros que tienen mayor potencial para viajar, haciendo que la promoción de destinos turísticos se vuelva una prioridad, demandando un discurso confiable, coherente, empático y oportuno.

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

6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

La presente contratación tiene por objetivo fortalecer la presencia de nuestro país a través de los diversos medios tradicionales y digitales en el mercado chileno, a fin de generar recordación, mantener vínculo e inspirar a los potenciales viajeros para que escojan a Perú para futuros viajes.

7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

La empresa de comunicaciones y relaciones públicas internacional a ser contratada deberá desarrollar una estrategia de comunicaciones para la promoción de actividades turísticas en el mercado de Chile, la cual deberá de contener como mínimo los siguientes puntos:

7.1. Plan de trabajo

El plan de trabajo deberá contener todas las acciones que el proveedor desarrollará durante el periodo del servicio en Chile.

El plan deberá mostrar los periodos o fechas en que el proveedor desarrollará, ejecutará las actividades y/o entregará los productos requeridos. Anexo 1. Todas las acciones contenidas en el plan deberán contar con la aprobación de la Oficina de Comunicaciones y del Departamento de Mercado Latinoamericano antes de su ejecución.

Después de aprobado el plan de trabajo, el proveedor puede sugerir los cambios que estime conveniente a favor del servicio en caso de imprevistos, así como acciones que favorezcan la promoción del Perú y no estén consideradas en el Plan de Trabajo inicialmente aprobado.

7.2. Plan de comunicación

La agencia de comunicaciones y relaciones públicas deberá presentar un plan de comunicaciones para la promoción del destino Perú que conlleve al alcance de la finalidad pública de la presente contratación, para la difusión y cobertura mediática de las actividades de promoción turística para el mercado chileno, teniendo en consideración tanto flujo aeroportuario como el fronterizo.

Dicho plan deberá considerar la elaboración y distribución de notas de prensa, convocatoria a los medios de prensa, influenciadores o líderes de opinión a eventos virtuales o presenciales, gestión de entrevistas, elaboración y envío de información y material audiovisual a los medios de comunicación tradicionales y no tradicionales, agencias de noticias internacionales, influenciadores



y líderes de opinión en el mercado chileno, manejo de crisis en caso de requerirse. Tener en consideración que las principales regiones de acción son Santiago, Valparaíso, Arica y Parinacota, Tarapacá y Antofagasta, para así asegurar el buen desarrollo del plan de comunicaciones y la buena ejecución del plan de trabajo.

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

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

El proveedor deberá entregar el listado de los medios de comunicación, líderes de opinión y/o influenciadores con los cuales trabajará durante la ejecución del servicio. Este listado debe contar con el perfil del medio, nombre y correo de contacto, teléfono, audiencia y valorización promedio (por página o por minuto según sea el caso). El listado debe de estar incluido en el primer entregable y dividido por ciudades, considerando que las regiones priorizadas son Santiago, Valparaíso, Arica y Parinacota, Tarapacá y Antofagasta. El proveedor debe contar con una base de datos y un relacionamiento con medios de frontera que permita impactos en sus respectivas audiencias. Estos impactos deben ser presentados por el proveedor con indicadores de audiencia y valorización de manera obligatoria.

**Los puntos 7.1 y 7.2 se presentarán hasta 10 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.*

7.3. Relacionamiento con Medios de Comunicación

El proveedor deberá identificar a los principales medios de comunicación tradicional y digital, así como los principales líderes de opinión e influenciadores del mercado en sectores como: viajes, estilo de vida, noticias y canal comercial del sector turístico con el objetivo de llegar a las audiencias clave del mercado chileno.

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

El proveedor deberá convocar a los medios de comunicación para que participen de todas las actividades virtuales o presenciales que podrían realizarse durante el periodo de contratación.

Siendo de momento las principales acciones la rueda de negocios de tour operadores (abril, tentativamente), la feria Perú Mucho Gusto - frontera sur (junio y julio, tentativamente) y las diversas campañas publicitadas dirigidas al mercado chileno (mayo, tentativamente).

Gestión de un mínimo de diez (10) entrevistas para los voceros autorizados con medios de comunicación de mayor alcance en Chile durante el periodo de contratación.

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

Propuesta de medios de comunicación para participar en un viaje de prensa (entre junio y octubre, tentativamente).

Apoyo en la conceptualización, organización y desarrollo de actividades o eventos de interés periodístico en Chile, además de realizar la convocatoria, confirmación y seguimiento de medios de comunicación.

7.4. Elaboración y distribución de comunicados de prensa o notas de prensa.

La agencia de comunicaciones y relaciones públicas deberá elaborar y distribuir notas de prensa durante el periodo de la contratación:

Un mínimo de doce (12) comunicados o notas de prensa (elaboración y distribución)

Los temas de los contenidos se trabajarán de manera conjunta con el proveedor, así como la difusión de las mismas en los tiempos que indique PROMPERÚ dentro del servicio contratado. La difusión deberá realizarse entre los principales medios de comunicación, aquellos que tengan un alto impacto y gran alcance.

Distribución de notas de prensa elaboradas por la Oficina de Comunicaciones de PROMPERÚ, siempre y cuando dicha nota se encuentre vinculada al sector o resalte un hecho noticioso de gran relevancia para el país.

Toda comunicación será previamente aprobada por la Oficina de Comunicaciones antes de su distribución.

7.5. Gestión de crisis y asesoría permanente ante eventuales hechos fortuitos de diversa naturaleza

Si se presentara una situación de crisis en el Perú (por ejemplo, desastres naturales, disturbios sociales, situación epidémica, etc.) que afecte negativamente la imagen del país como destino turístico en el mercado de Chile, la agencia de relaciones públicas del destino Perú 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 soliciten información, con el objetivo de brindar información sobre la situación de manera objetiva y oportuna, reduciendo así los impactos negativos que la crisis pueda generar.
- La agencia siempre debe tener una actitud proactiva para colocar al destino Perú en las noticias, para solucionar problemas y para descubrir oportunidades.

7.6. Monitoreo de información

El proveedor deberá entregar un boletín de noticias simple - una vez a la semana - el cual deberá de contener las principales noticias del Perú en el mercado, tanto del ámbito general como del sector turístico, es esta parte deberá de incluir también las principales noticias de los países considerados competencia.

7.7. Informe Mensual

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

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

- a) Resumen de actividades realizadas durante el periodo
- b) Todas las notas de prensa aprobadas
- c) Relación de entrevistas realizadas (indicar fecha tentativa de publicación en caso no se haya realizado)
- d) Relación de publicaciones pendientes (en caso de haber, indicar fecha tentativa de publicación)
- e) Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con su respectiva valorización (publicity) y audiencia (rating/lectoría)

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

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

7.8. Informe de Final

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

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

- a) Resumen de actividades realizadas durante el periodo de la contratación
- b) Breve análisis sobre los temas de interés de los periodistas sobre el destino Perú, así como de las oportunidades detectadas durante el periodo de la contratación
- c) Todas las notas de prensa aprobadas
- d) Base de datos de los principales medios de comunicación atendidos durante el periodo de la contratación, indicando la lista de contactos (nombre y correo electrónico), así como los principales indicadores del medio de acuerdo a la información del formato SIMI.
- e) Relación de entrevistas realizadas en el periodo de la contratación (indicar fecha tentativa de publicación en caso no se haya realizado)
- f) Relación de publicaciones pendientes (en caso de haber, indicar fecha tentativa de publicación)
- g) Resultados del viaje de prensa o líderes de opinión
- h) Clipping de las publicaciones generadas durante el periodo de contratación con su respectiva valorización (publicity) y audiencia (rating/lectoría)

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

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

7.9. Formato SIMI

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

7.10. Recursos a ser provistos por PROMPERÚ

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

Estos recursos serán provistos vía correo electrónico y en el plazo de hasta 05 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

7.11. Requisitos del proveedor y de su personal

DEL PROVEEDOR:

- a) Experiencia de al menos cinco (5) servicios prestados para la elaboración y ejecución de planes y estrategias de comunicación para la promoción y difusión del sector turístico, gastronomía o marca país, a través de medios de comunicación tradicional y digital, con alcance en el mercado chileno, en los últimos 8 años.
- b) Debe contar con oficina en la ciudad de Santiago – Chile.

Acreditación:

El punto a) se acreditará con copias de contratos u órdenes de servicios, conformidad de servicios o constancias de prestación o cualquier otro documento que acredite de manera fehaciente la experiencia.

El punto b) se acreditará con certificado de existencia o certificado de vigencia o cualquier otro documento que acredite de manera fehaciente la constitución legal de la empresa.

DEL PERSONAL:

- **Un (01) Director de servicio:**
Mínimo ocho (08) años de experiencia trabajando en medios de comunicación o en gestión de relaciones públicas, elaboración de planes de comunicación, notas de prensa, boletines, monitoreo de noticias - clipping, manejo de crisis del sector turismo, gastronomía o marca país en el mercado chileno.

- **Un (01) Encargado de Prensa y Relaciones Públicas**

Mínimo cuatro (04) años de experiencia trabajando en medios de comunicación o en gestión de relaciones públicas, elaboración de planes de comunicación, notas de prensa, boletines, monitoreo de noticias - clipping, manejo de crisis del sector turismo, gastronomía o marca país en el mercado chileno.

Acreditación:

La experiencia del personal se acreditará con cualquiera de los siguientes documentos:

(i) copia simple de contratos o su respectiva conformidad, (ii) constancias, (iii) certificados, (iv) cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la experiencia del personal propuesto.

8. LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El presente servicio se realizará en su totalidad en territorio chileno, de acuerdo a lo sustentado en el punto 3. Finalidad Pública. Además, se requiere de asistencia presencial en los eventos a desarrollar en el país en mención.

El plazo de ejecución del servicio será de hasta 340 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

9. PRODUCTOS

Los productos serán entregados en formato digital (archivo PDF) mediante la Ventanilla virtual ingresando al siguiente link: <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/> dirigidos al Departamento del Mercado Latinoamericano de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

De existir observaciones, PROMPERÚ las comunicará al proveedor, las veces que sean necesarias, por correo electrónico, otorgándole un plazo para subsanar no mayor a tres (3) días calendario contados a partir de la notificación de las observaciones.

Producto	Información a entregar(*)	Plazo de entrega del producto	V°B y/o Conformidad según corresponda:	Porcentaje (%) a pagar
Producto 1	<ul style="list-style-type: none"> Plan de trabajo Plan de comunicaciones 	Hasta 10 días calendario contados a partir de notificada la orden de servicio	<ul style="list-style-type: none"> Sub Dirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamérica Oficina de Comunicaciones 	0%
	<ul style="list-style-type: none"> Informe del periodo Formato SIMI del periodo 	Hasta 40 días calendario contados a partir de notificada la orden de servicio	<ul style="list-style-type: none"> Sub Dirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamérica Oficina de Comunicaciones 	9%
Producto 2	<ul style="list-style-type: none"> Informe del periodo Formato SIMI del periodo 	Hasta 70 días calendario contados a partir de notificada la orden de servicio	<ul style="list-style-type: none"> Sub Dirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamérica Oficina de Comunicaciones 	9%
Producto 3	<ul style="list-style-type: none"> Informe del periodo Formato SIMI del periodo 	Hasta 100 días calendario contados a partir de notificada la orden de servicio	<ul style="list-style-type: none"> Sub Dirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamérica Oficina de Comunicaciones 	9%
Producto 4	<ul style="list-style-type: none"> Informe del periodo Formato SIMI del periodo 	Hasta 130 días calendario contados a partir de	<ul style="list-style-type: none"> Sub Dirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamérica 	9%

		notificada la orden de servicio	- Oficina de Comunicaciones	
Producto 5	<ul style="list-style-type: none"> Informe del periodo Formato SIMI del periodo 	Hasta 160 días calendario contados a partir de notificada la orden de servicio	<ul style="list-style-type: none"> Sub Dirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamérica Oficina de Comunicaciones 	9%
Producto 6	<ul style="list-style-type: none"> Informe del periodo Formato SIMI del periodo 	Hasta 190 días calendario contados a partir de notificada la orden de servicio	<ul style="list-style-type: none"> Sub Dirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamérica Oficina de Comunicaciones 	9%
Producto 7	<ul style="list-style-type: none"> Informe del periodo Formato SIMI del periodo 	Hasta 220 días calendario contados a partir de notificada la orden de servicio	<ul style="list-style-type: none"> Sub Dirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamérica Oficina de Comunicaciones 	9%
Producto 8	<ul style="list-style-type: none"> Informe del periodo Formato SIMI del periodo 	Hasta 250 días calendario contados a partir de notificada la orden de servicio	<ul style="list-style-type: none"> Sub Dirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamérica Oficina de Comunicaciones 	9%
Producto 9	<ul style="list-style-type: none"> Informe del periodo Formato SIMI del periodo 	Hasta 280 días calendario contados a partir de notificada la orden de servicio	<ul style="list-style-type: none"> Sub Dirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamérica Oficina de Comunicaciones 	9%
Producto 10	<ul style="list-style-type: none"> Informe del periodo Formato SIMI del periodo 	Hasta 310 días calendario contados a partir de notificada la orden de servicio	<ul style="list-style-type: none"> Sub Dirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamérica Oficina de Comunicaciones 	9%
Producto 11	<ul style="list-style-type: none"> Informe mensual Informe final consolidando los indicadores del periodo de contratación Formato SIMI consolidado 	Hasta 340 días calendario contados a partir de notificada la orden de servicio	<ul style="list-style-type: none"> Sub Dirección de Turismo Receptivo Dpto. Mercado Latinoamérica Oficina de Comunicaciones 	10%

Véase indicación del punto 7.6 y 7.7

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

(**) El proveedor tendrá un plazo no mayor a tres (3) días calendario, para subsanar observaciones en el informe final y el formato SIMI.

10. OTRAS OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

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



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

11. FORMA DE PAGO

El pago se realizará en 11 pagos parciales, del 1 al 10 por el 9% y el 11 por el 10% del total. Se realizará 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 '9. PRODUCTOS'. y deberá contar con la conformidad de la Sub Dirección de Turismo Receptivo, Departamento Mercado Latinoamérica y el visto bueno de la Oficina de Comunicaciones. La emisión de la conformidad no superará de 7 días calendario de entregado y aprobado cada producto.

Asimismo, el proveedor enviará su comprobante de pago a la dirección de correo electrónico comprobantepago@promperu.gob.pe indicando en el asunto el número de la Orden de Servicio conteniendo los siguientes datos:

- Nombre: PROMPERÚ
- RUC: 20307167442
- Dirección: Calle Uno Oeste N° 50, Edificio MINCETUR, Piso 14, Urb. Corpac, San Isidro, Lima.
- N° de orden de servicio:

12. CONFORMIDAD DEL SERVICIO:

Se deberá contar con la conformidad de la Sub Dirección de Turismo Receptivo, Departamento Mercado Latinoamérica y el visto bueno de la Oficina de Comunicaciones. La emisión de la conformidad no superará de 7 días calendario de entregado y aprobado cada producto.

13. ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD

Información confidencial (en adelante LA INFORMACIÓN) es toda información de tipo turístico, económico, laboral, financiero, técnico, comercial, estratégico, accesos y permisos a sistemas de información, entre otra, de propiedad de PROMPERÚ, y cuya divulgación o uso no autorizado podría ocasionar riesgos o pérdidas a la organización.

El proveedor deberá mantener estricta reserva y absoluta confidencialidad sobre LA INFORMACIÓN de PROMPERÚ a la cual tendrá acceso en el marco de ejecución del servicio contratado, debiendo abstenerse de divulgarla a terceros, de forma total o parcial, ya sea de forma directa o indirecta, bajo ningún medio o procedimiento (oral, escrito, electrónico, imágenes y video), salvo autorización anticipada, expresa y por escrito de PROMPERÚ. Esta obligación seguirá vigente incluso luego de la culminación del vínculo contractual.

Toda información y materiales de propiedad de PROMPERÚ, a los que tenga acceso el proveedor, así como su personal, es estrictamente confidencial. Al suscribir el Contrato el proveedor y su

personal, se comprometen de manera tácita, a mantener las reservas del caso y están impedidos de transmitir dicha información, a ninguna persona (natural o jurídica) o cualquier medio de comunicación sin la autorización expresa y por escrito de PROMPERÚ. Asimismo, deberá devolver todos los documentos que le hayan sido entregados, al término del presente contrato. Esto incluye tanto material impreso como grabado en medios magnéticos u ópticos.

14. 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) días, 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.

15. OTRAS PENALIDADES

Supuestos de aplicación de penalidad	Forma de Cálculo	Procedimiento
No entregar el Informe Final según lo especificado en el punto VII.	1 UIT vigente al momento de la infracción.	La Oficina de Comunicaciones elaborará un informe en el cual se indicará cual fue la omisión o error en el Informe Final entregado y que no se haya sido subsanado en los plazos de ley.
No entregar el formato SIMI según lo solicitado el punto VII.	1 UIT vigente al momento de la infracción.	La Oficina de Comunicaciones elaborará un informe en el cual se indicará cual fue la omisión o error en el Formato SIMI entregado y que no haya sido subsanado en los plazos de ley.

*** Las penalidades por incumplimiento se aplicarán por ocurrencia individual y en función de la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) vigente, de acuerdo a la clasificación de faltas listadas líneas arriba.**

Valor 1 UIT = S/. 5,150 (Año: 2024)

16. 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.

17. 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.

18. RESOLUCIÓN DE CONTRATO

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

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

19. 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.

20. 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.

21. OTRAS DISPOSICIONES

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

Anexo 2

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