

## TÉRMINOS DE REFERENCIA

### SERVICIO DE AGENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS PARA BRASIL 2023

Centro de Costo	<b>Sub. Dirección Turismo Receptivo</b> <b>Departamento de Mercado Latinoamérica</b>
APEX	0254.2023 Gestión de relaciones públicas Brasil

#### 1. DEL REQUERIMIENTO

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

#### 2. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

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

#### 3. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Se requiere la contratación del servicio de una agencia de comunicaciones, relaciones públicas para que elabore y ejecute un plan de comunicación para promover el destino Perú a través de medios de comunicación tradicionales y digitales en el mercado de brasileño.

#### 4. FINALIDAD PÚBLICA

La presente contratación tiene por finalidad pública fortalecer el posicionamiento y reconocimiento del Perú en Brasil, difundiendo la oferta de nuestro país como un destino seguro y cercano. Además de comunicar que el país se encuentra preparado para ofrecer a los viajeros una estadía acorde a las exigencias de la coyuntura, lo cual promoverá la reactivación del turismo en el país.

#### 5. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

La presente contratación corresponde a APEX 0524.2023 Gestión de relaciones públicas Brasil

#### 6. ANTECEDENTES

Se ha visto por conveniente centralizar los esfuerzos de promoción en los países de la región como Brasil, considerando que dicho mercado agrupa a segmentos de viajeros que en esta coyuntura tienen mayor potencial para viajar y ha sido uno de los principales mercados emisores de viajeros a nuestro país en esta nueva realidad,



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 ha surgido la necesidad de contratar los servicios de una agencia a cargo de las relaciones públicas, para que nos brinde el soporte en las comunicaciones al consumidor final en el mercado brasileño; así como articular las relaciones entre PROMPERÚ y los medios de prensa de dicho país.

## **7. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN**

La presente contratación tiene por objetivo fortalecer la presencia de nuestro país en el mercado brasileño a través de los diversos medios tradicionales y digitales, a fin de mantener al Perú posicionado en la mente del consumidor final brasileño como del destino en el consumidor final, mantener un vínculo e inspirar a los potenciales viajeros para que escojan al Perú en sus futuros viajes

## **8. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR**

El proveedor de comunicaciones y relaciones públicas a ser contratado deberá desarrollar una estrategia integral de comunicaciones para la promoción de actividades turísticas en el mercado de Brasil la cual deberá incluir medios tradicionales y digitales.

La estrategia de comunicaciones elaborada por el proveedor contratado deberá contener como mínimo los siguientes puntos:

### **8.1. Plan De Trabajo**

El plan de trabajo deberá contener todas las acciones que el proveedor desarrollará durante el periodo del servicio en Brasil. El mismo que se presentará, 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, hasta 10 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o perfeccionado del contrato.

El plan deberá mostrar los periodos o fechas en que el proveedor desarrollará, ejecutará las actividades y/o entregará los productos requeridos. Anexo 1.

PROMPERÚ tendrá hasta 7 días calendario, contados a partir del día siguiente del envío del plan de trabajo, para aprobar el plan, lo cual será informado vía e-mail al proveedor. Después de aprobado, 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.

PROMPERÚ podrá realizar las observaciones y correcciones correspondientes en un plazo no mayor a 07 días calendario, contados desde el día siguiente de recibido el documento. Al mismo, el proveedor deberá realizar las subsanaciones correspondientes en un plazo no mayor a 04 días calendario, contados desde el día siguiente a la comunicación enviada por PROMPERU.

## **8.2. Plan De Comunicación**

El proveedor deberá presentar un plan de comunicaciones integral 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 en el mercado brasileño. El mismo deberá ser enviado mediante la Ventanilla virtual ingresando al siguiente link: <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/> dirigido al Departamento del Mercado Latinoamericano de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo en un periodo de hasta 10 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o perfeccionado del contrato.

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

El plan de comunicación deberá contemplar el acercamiento a medios especializados e influenciadores en viajes, estilo de vida, noticias con el objetivo de llegar a las audiencias clave en el mercado, de acuerdo a la segmentación indicada por PROMPERÚ.

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

El proveedor deberá incluir un listado de los medios de comunicación, líderes de opinión y/o influenciadores, con los cuales se mantendrá un flujo de comunicación permanente que permitirá lograr los objetivos del plan de comunicaciones.

PROMPERÚ tendrá hasta 7 días calendario, contados a partir del día siguiente del envío del plan de comunicación, para aprobar el plan, lo cual será informado vía e-mail al proveedor. Después de aprobado, 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.

PROMPERÚ podrá realizar las observaciones y correcciones correspondientes en un plazo no mayor a 07 días calendario, contados desde el día siguiente de recibido el documento. Al mismo, el proveedor deberá realizar las subsanaciones correspondientes en un plazo no mayor a 04 días calendario, contados desde el día siguiente a la comunicación enviada por PROMPERÚ.

## **8.3. 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 brasileño 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.

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, influencers y líderes de opinión en el mercado brasileño, para lo cual el proveedor deberá de generar contenido/información



relevante y al mismo tiempo, cubra 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 las actividades virtuales o presenciales que podrían realizarse durante el periodo de contratación.

Gestión de un mínimo de tres (03) entrevistas para los voceros autorizados con medios de comunicación con mayor alcance en Brasil durante el periodo de contratación.

Gestión de un mínimo de nueve (9) publicaciones especiales (exclusivas) en medios masivos o especializados en turismo, gastronomía, life style durante el periodo de contratación.

En caso PROMPERU decida realizar un viaje de prensa, el proveedor se encargará de realizar la propuesta, convocatoria y seguimiento a los medios de comunicación para participar del mismo.

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

#### **8.4 Elaboración Y Distribución De Comunicados De Prensa O Notas De Prensa.**

El proveedor deberá elaborar y distribuir notas de prensa durante el periodo de la contratación:

Un mínimo de nueve (09) 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 incluidos medios especializados en turismo, economía, estilo de vida entre otros.

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. *Estas notas de prensa serán entregadas en idioma portugués.*

Toda comunicación será previamente aprobada por la Oficina de Comunicaciones antes de su distribución, en un plazo de hasta 07 días calendario, contados a partir del día siguiente de recibido el documento.

#### **8.5 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 Brasil, la Agencia de Relaciones Públicas del Destino 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.

## **8.6 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 las principales noticias de los países considerados competencia.

## **8.7 Servicio Fotográfico**

De requerirse, el proveedor deberá de brindar el servicio de registro fotográfico de tres actividades (virtuales o presenciales) a desarrollarse durante el periodo que dure la contratación. El proveedor entregará un máximo de 30 fotografías por cada uno de los eventos, dicha selección fotográfica será entregada tres horas después de finalizado el evento, a través de un link generado para la actividad

## **8.8 Informe Mensual**

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

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

- a) Resumen de actividades realizadas durante el mes
- 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) Alcance y KPI obtenidos como resultado de los viajes de las campañas con influenciadores (Alcance en número de personas, visualizaciones, impresión de cada uno de los posteos y contenido publicados, resultado individual de cada uno de ellos, etc.)
- f) 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.*

## **8.9 Informe Final**

El proveedor deberá de elaborar un informe final, en el cual se detalle el total de las acciones



realizadas en el mercado brasileño 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 la oferta de destinos peruanos, así como de las oportunidades detectadas durante el periodo de contratación.
- c) Todas las notas de prensa aprobadas.
- d) Lista de los principales medios de comunicación atendidos durante el periodo de la contratación, indicando nombre, medio de comunicación y correo electrónico.
- 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 consolidados obtenidos de las campañas con influenciadores. (alcance)
- 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.*

#### **8.10 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. **Véase Anexo 2.**

#### **8.11 Recursos A Ser Provistos Por Promperú**

- Asignar a tres representantes de PROMPERÚ para las coordinaciones del servicio: uno de la oficina de Oficina de Comunicaciones, uno de la Oficina de Relaciones Públicas y Prensa y uno de la Coordinación de mercado Latinoamérica.
- Entregar información necesaria que sirva como insumo para generar notas de prensa, artículos, pitches, responder entrevistas escritas.
- Brindará acceso al banco de imágenes de PROMPERÚ.
- Designar los voceros para las entrevistas generadas por la empresa contratada.

#### **8.12 Requisitos Del Proveedor Y De Su Personal**

##### **8.11.1.- Perfil del proveedor:**

Con 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, exportaciones, inversiones o marca país, a través de medios de comunicación tradicional y digital, con alcance en el mercado brasileiro, en los últimos 8 años.

Debe contar con oficina en la ciudad de Sao Paulo – Brasil

#### **Acreditación:**



- La experiencia del postor se acreditará con copia simple de contratos u órdenes de servicios, o constancia de conformidad o constancia de prestación de servicio; o comprobantes de pago cuya cancelación se acredite documental y fehacientemente, con voucher de depósito, nota de abono, reporte de estado de cuenta, o cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la experiencia.
- Se acredita con la constitución de empresa o documento equivalente.

#### **8.11.2.- Del Personal Clave:**

- **Un (01) Director de servicio**  
Con experiencia mínima de seis (06) años en el manejo de cuentas de países o empresas del sector turismo diseñando e implementando estrategias comunicación para la promoción del turismo.
- **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 del sector turístico, y con experiencia en la elaboración de planes de comunicación, notas de prensa, boletines, monitoreo de noticias - clipping, manejo de crisis.

#### **Acreditación:**

La experiencia del personal clave se acreditará con cualquiera de los siguientes documentos: (i) copia simple de contratos y su respectiva conformidad o (ii) constancias o (iii) certificados o (iv) cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la experiencia del personal propuesto.

#### **8.13 Lugar Y Plazo De Prestación Del Servicio**

El presente servicio se realizará en su totalidad en territorio brasileño, de acuerdo a lo sustentado en el punto 4. 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 366 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

#### **8.14 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 de Mercado Latinoamérica.

Adicionalmente, los productos podrán ser enviados vía correo electrónico al especialista del Departamento del Mercado Latinoamérica y al especialista en prensa de la Oficina de Comunicaciones.

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"> <li>Plan de trabajo</li> <li>Plan de comunicaciones</li> </ul>	Máximo a los 10 días calendario contados desde el día siguiente de notificada la Orden de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sub-Dirección Turismo Receptivo</li> <li>Departamento Mercado Latinoamérica</li> <li>Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	10%
Producto 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe mensual</li> <li>Formato SIMI mensual</li> </ul>	Máximo a los 30 días calendario contados desde el día siguiente de notificada la Orden de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sub-Dirección de Turismo Receptivo</li> <li>Departamento de Mercado Latinoamérica</li> <li>Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	
Producto 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe mensual</li> <li>Formato SIMI mensual</li> </ul>	Máximo a los 60 días calendario contados desde el día siguiente de notificada la Orden de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sub-Dirección de Turismo Receptivo</li> <li>Departamento de Mercado Latinoamérica</li> <li>Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	8%
Producto 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe mensual</li> <li>Formato SIMI mensual</li> </ul>	Máximo a los 90 días calendario contados desde el día siguiente de notificada la Orden de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sub-Dirección de Turismo Receptivo</li> <li>Departamento de Mercado Latinoamérica</li> <li>Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	8%
Producto 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe mensual</li> <li>Formato SIMI mensual</li> </ul>	Máximo a los 120 días calendario contados desde el día siguiente de notificada la Orden de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sub-Dirección de Turismo Receptivo</li> <li>Departamento de Mercado Latinoamérica</li> <li>Oficina de Comunicaciones.</li> </ul>	8%
Producto 6	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe mensual</li> <li>Formato SIMI mensual</li> </ul>	Máximo a los 150 días calendario contados desde el día siguiente de notificada la Orden de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sub-Dirección de Turismo Receptivo</li> <li>Departamento de Mercado Latinoamérica</li> <li>Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	8%
Producto 7	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe mensual</li> <li>Formato SIMI mensual</li> </ul>	Máximo a los 180 días calendario contados desde el día siguiente de notificada la Orden de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sub-Dirección de Turismo Receptivo</li> <li>Departamento de Mercado Latinoamérica</li> <li>Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	8%



Producto 8	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe mensual</li> <li>Formato SIMI mensual</li> </ul>	Máximo a los 210 días calendario contados desde el día siguiente de notificada la Orden de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sub-Dirección de Turismo Receptivo</li> <li>Departamento de Mercado Latinoamérica</li> <li>Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	8%
Producto 9	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe mensual</li> <li>Formato SIMI consolidado</li> </ul>	Máximo a los 240 días calendario contados desde el día siguiente de notificada la Orden de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sub-Dirección de Turismo Receptivo</li> <li>Departamento de Mercado Latinoamérica</li> <li>Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	8%
Producto 10	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe mensual</li> <li>Formato SIMI consolidado</li> </ul>	Máximo a los 270 días calendario contados desde el día siguiente de notificada la Orden de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sub-Dirección de Turismo Receptivo</li> <li>Departamento de Mercado Latinoamérica</li> <li>Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	8%
Producto 11	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe mensual</li> <li>Formato SIMI consolidado</li> </ul>	Máximo a los 300 días calendario contados desde el día siguiente de notificada la Orden de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sub-Dirección de Turismo Receptivo</li> <li>Departamento de Mercado Latinoamérica</li> <li>Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	8%
Producto 12	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe mensual</li> <li>Formato SIMI consolidado</li> </ul>	Máximo a los 330 días calendario contados desde el día siguiente de notificada la Orden de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sub-Dirección de Turismo Receptivo</li> <li>Departamento de Mercado Latinoamérica</li> <li>Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	8%
Producto 13	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informe mensual</li> <li>Informe final*</li> <li>Formato SIMI consolidado</li> </ul>	Máximo a los 366 días calendario contados desde el día siguiente de notificada la Orden de Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sub-Dirección de Turismo Receptivo</li> <li>Departamento de Mercado Latinoamérica</li> <li>Oficina de Comunicaciones</li> </ul>	10%

(\*) Véase indicación del punto 8.9 y 8.10

### 8.15 Otras Obligaciones Del Proveedor

Coordinar con los especialistas de PROMPERÚ con los cuales deberán mantener una comunicación fluida. La comunicación se realizará en idioma español.

Identificar a los principales medios de comunicación de nuestro interés en el mercado Brasil con alcance nacional, dígame diarios, revistas, radios, televisión, así como medios digitales.

Registro de contactos de prensa generados a partir de la presente contratación, en la cual se deberá especificar el nombre del medio, el nombre del periodista, datos de contacto, los temas que se



abordaron.

Monitoreo de la información publicada sobre la participación de Perú en cada una de las acciones, así como la recopilación, digitalización y valorización de todas las notas publicadas o emitidas en relación a las fechas establecidas inicialmente

Elaboración de informe de resultados obtenidos respecto a las publicaciones generadas en relación



a cada uno de los eventos señalados inicialmente.

Completar el Formato SIMI, dicho formato (Excel) será entregado por PROMPERÚ después de la entrega del Producto 1.

Es obligación del proveedor prever que el servicio a brindar sea a todo costo, es decir que todos los gastos que se generen por el desplazamiento, estadía, materiales, impuestos, entre otros gastos necesarios para la ejecución del servicio se encuentran contemplados en su cotización, y serán asumidos por él.

#### **8.16 Forma De Pago**

El pago se realizará pagos parciales en moneda extranjera (Dólares Americanos) tal y como se indica en el cuadro del numeral **"8.14 Productos"**. Los pagos se realizarán por transferencia bancaria, para lo cual el proveedor deberá de haber entregado cada uno de los productos y deberá contar con la conformidad de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo y del Departamento de Mercado Latinoamérica y el visto bueno de la Oficina de Comunicaciones. La emisión de la conformidad no superará de 7 días calendario de entregado el producto.

El proveedor deberá enviar el comprobante de pago electrónico, con atención a la Unidad de Finanzas vía correo electrónico a: [comprobantepago@promperu.gob.pe](mailto:comprobantepago@promperu.gob.pe), conteniendo los siguientes datos: número de comprobante de pago emitido a nombre de PROMPERÚ, R.U.C. 20307167442 indicando además el número de la orden de servicio.

Debe adjuntar:

1. El correo de notificación de la orden de servicio.
2. Orden de Servicio.
3. El correo de entrega de su producto o informe, en la modalidad establecida en sus TDR.

En caso cuente con su comprobante de pago electrónico debe de enviar el documento.

#### **8.17 Conformidad Del Servicio:**

La conformidad será otorgada por la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo y el Departamento de Mercado Latinoamérica y con el visto bueno de la Oficina de Comunicaciones.

#### **8.18 Acuerdo De Confidencialidad**

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

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



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

## 9. PENALIDADES

En caso el contratista no cumpla con la ejecución de las prestaciones objeto del contrato dentro del plazo establecido, la Entidad aplicará una penalidad por mora por cada día de atraso. La penalidad se aplicará automáticamente y se calculará de acuerdo a la siguiente fórmula:

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

Donde F tiene los siguientes valores:

- Para los plazos menores o iguales a sesenta (60) días, para bienes, servicios en general y consultorías:  $F=0.40$ .
- Para plazos mayores a sesenta (60), para bienes, servicios en general y consultorías:  $F=0.25$ .

El monto máximo de la penalidad aplicable no puede exceder el monto máximo del diez por ciento (10%) del monto total contratado. La Entidad tiene el derecho a exigir, además de la penalidad, el cumplimiento de la obligación.

## 10. MODIFICACIONES DE CONTRATO

Cualquier modificación pactada del contrato no implicará incrementos en el monto del contrato y deberá guardar vinculación con el objeto y la finalidad del contrato.

## 11. SUSPENSIÓN DEL CONTRATO

Cuando se produzcan eventos no atribuibles a las partes que originen la paralización de la ejecución del contrato, estas pueden acordar por escrito, la suspensión del plazo de ejecución contractual, hasta la culminación de dicho evento, sin que ello suponga el reconocimiento de mayores gastos generales y costos directos, salvo aquellos que resulten necesarios para viabilizar la suspensión.

La suspensión tendrá la formalidad establecida en la contratación originaria.

Una vez finalizado el hecho que motivó la suspensión, la Entidad deberá comunicar al contratista para que pueda reiniciar la ejecución del contrato, debiendo el área usuaria evaluar realizar las gestiones para modificar el respectivo contrato en lo que corresponda.

## 12. RESOLUCIÓN DE CONTRATO

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

- a) Incumplimiento injustificado de obligaciones contractuales, legales reglamentarias a su cargo, pese a haber sido notificado para ello.
- b) Acumulación del monto máximo de la penalidad por mora o el monto máximo para otras penalidades, en la ejecución de la prestación a su cargo.



- c) Paralización o reducción injustificada de la ejecución de la prestación, pese a haber sido notificado para corregir tal situación.
- d) Por acuerdo entre las partes.
- e) Por caso fortuito o fuerza mayor, que imposibilite a la entidad de manera definitiva continuar con el contrato.

### **13. SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN CONTRATACIONES CON PROVEEDORES NO DOMICILIADOS**

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

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

### **14. ANTICORRUPCIÓN**

El contratista declara y garantiza no haber, directa o indirectamente, o tratándose de una persona jurídica a través de sus socios, integrantes de los órganos de administración, apoderados, representantes legales, funcionarios, asesores o personas vinculadas a las que se refiere el artículo 7 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, ofrecido, negociado o efectuado, cualquier pago o, en general, cualquier beneficio o incentivo ilegal en relación al contrato.

Asimismo, el contratista se obliga a conducirse en todo momento, durante la ejecución del contrato, con honestidad, probidad, veracidad e integridad y de no cometer actos ilegales o de corrupción, directa o indirectamente o a través de sus socios, accionistas, participacionistas, integrantes de los órganos de administración, apoderados, representantes legales, funcionarios, asesores y personas vinculadas a las que se refiere el artículo 7 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado.

Además, el contratista se compromete a i) comunicar a las autoridades competentes, de manera directa y oportuna, cualquier acto o conducta ilícita o corrupta de la que tuviera conocimiento; y ii) adoptar medidas técnicas, organizativas y/o de personal apropiadas para evitar los referidos actos o prácticas.

### **15. OTRAS DISPOSICIONES**

El proveedor se sujetará a las disposiciones contenidas en la 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.



## Anexo 2

Sistema de medición de indicadores – SIMI				
Nombre del evento	Servicio de xxxxxxxx			
Fecha inicio				
Fecha fin				
<b>INDICADORES PR</b>				
Mercado	Tipo de Publicación	Cant. Publicaciones	Alcance (personas)	Valorización (\$)
Brasil	Radio			
	Televisión			
	Online			
	Escrita			
	<b>Total</b>	0	0	USD -
<b>Total General</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	USD -