

TÉRMINOS DE REFERENCIA

SERVICIO DE AGENCIA DE COMUNICACIONES PARA EL MERCADO DE REINO UNIDO

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Departamento de Mercado Anglosajón - Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Se requiere la contratación de un proveedor que brinde el servicio de agencia de comunicaciones para llevar a cabo la elaboración y ejecución de un plan de comunicación de acuerdo con las estrategias de promoción turística planteadas por la institución para el mercado de Reino Unido.

3. FINALIDAD PÚBLICA

Contribuir a la recuperación de los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo en Perú, a través del desarrollo de una campaña de Comunicaciones en el mercado del Reino Unido que permita fortalecer la imagen del Perú como un destino turístico atractivo y seguro.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

Centro de Costo	Departamento del Mercado Anglosajón
APEX 0231.2025	Gestión de Relaciones Públicas - Reino Unido

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, entre otros, en el objetivo estratégico institucional *OEI. 03 Recuperar los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo.*

La Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, como una de las unidades orgánicas de la Dirección de Promoción del Turismo, es la encargada de proponer, ejecutar y evaluar las actividades de promoción del turismo receptivo en función a los objetivos y estrategias institucionales. Para tales efectos, cuenta entre otros, con el equipo del Mercado Anglosajón, quien propone, monitorea, evalúa y coordina la ejecución de las estrategias y el Plan Operativo Institucional de promoción en el área geográfica de su competencia (Estados Unidos, Canadá y Reino Unido).

Mediante Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 189-2024-PROMPERÚ/PE se formalizó la aprobación del Presupuesto Institucional de Apertura – PIA de PROMPERÚ correspondiente

al año fiscal 2025, y con la Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 000190-2024-PROMPERU/PE, se formalizó la aprobación del Plan Operativo Institucional 2025 de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ, aprobado por su Consejo Directivo en la Sesión del 20 de diciembre de 2024.

El mercado de Reino Unido es uno de los mercados priorizados en promoción dado que se encuentra entre los 15 países que más flujo de turistas le representan al Perú, siendo el 4to en Europa y con un gasto y estadía sobre el promedio, por ser un destino de larga distancia. De acuerdo al Perfil del Turista extranjero del 2019, el gasto del turista británico fue de USD \$1 778 con una estadía promedio de 14 noches.

En el año 2024, Perú registró 57,580 arribos internacionales de turistas británicos significando un crecimiento del 48%, respecto al año 2023. Sin embargo, nos encontramos en un -19% de las cifras del 2019.

Por este motivo, el Departamento del Mercado Anglosajón, dentro de la estrategia para el mercado Reino Unido, considera relevante el trabajo con una Agencia de Comunicaciones, que pueda favorecer el relacionamiento e identificación de oportunidades con los diferentes medios de prensa, así como un monitoreo de la imagen de Perú como destino turístico, además de acciones proactivas y reactivas relacionadas a nuestro posicionamiento dentro de los medios. Este es un trabajo que se ha venido realizando en años anteriores y al que se busca darle continuidad.

6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

- Relacionamiento con medios de comunicación: Constante comunicación con los diversos medios a través de reuniones periódicas, para que ellos puedan transmitir noticias positivas que generen un mejor entendimiento de la oferta turística peruana entre sus lectores.
- Identificar oportunidades de promoción del destino en medios especializados en turismo del Reino Unido, orientadas a los segmentos de turismo de aventura, naturaleza, cultura y gastronomía, considerando adicionalmente los eventos en los que PROMPERÚ participará en el 2025 como son: LATA EXPO, Global Birdfair y World Travel Market (WTM).
- Gestionar crisis y seguimiento al posicionamiento del destino en los diferentes medios para el mejor manejo de la imagen del Perú como destino turístico.

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 británica.

Se desea desarrollar un programa proactivo de Comunicaciones 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 británicos.

7.1. ACTIVIDADES

El proveedor deberá realizar las siguientes acciones:

A) Plan de Comunicación:

- Desde el día siguiente del perfeccionamiento del contrato, el proveedor tendrá hasta 15 días calendarios para presentar un Plan de Comunicaciones.
- En el plan se deberá incluir:
 - El detalle de las actividades que se realizará durante el contrato.
 - Los objetivos de comunicación para cada actividad.
 - Los públicos objetivos.
 - Las estrategias y tácticas de comunicación que se emplearán.
 - El cronograma tentativo de ejecución de las actividades.
 - Los recursos necesarios para implementar el plan.
 - Los indicadores clave de desempeño (KPIs) para medir el impacto.

B) Producción de Material:

- **Notas de prensa:**
 - Lanzará al menos 12 notas de prensa de una o dos páginas durante el periodo de la contratación, previa coordinación con PROMPERÚ.
 - Incluirá las ediciones que sean necesarias.
 - Deberán ser distribuidas a una lista de escritores recomendados por el proveedor, durante el tiempo que dure la contratación del servicio.
 - Se realizará mínimo una (01) nota de prensa mensual.

C) Reuniones/citas y consultas:

- **Responder consultas de los medios:** La agencia debe atender las solicitudes de reuniones, agendar citas y brindar información turística sobre Perú con los medios de prensa de Reino Unido, capitalizando oportunidades de impactos mediáticos en coordinación con la Oficina Comercial del Perú en Londres, Especialista del Mercado Reino Unido y especialista de la Oficina de Comunicaciones, durante el tiempo que dure la contratación del servicio.
- **Reuniones con PROMPERÚ:** Se deberá considerar reuniones bimensuales durante el desarrollo del servicio con la participación del área usuaria, la Oficina Comercial del Perú en Londres y especialista de la Oficina de Comunicaciones, para poder brindar detalles del avance de las actividades y coordinaciones. Estas reuniones podrán ser modificadas a solicitud de PROMPERÚ, sin incurrir en un costo adicional.

El Consejero Económico Comercial de la Ocex Londres, es el representante de Promperú en Reino Unido, para los efectos del presente servicio.

D) Identificación de Oportunidades de Promoción

- El proveedor deberá identificar oportunidades de promoción del destino de Perú con medios de comunicación del Reino Unido.
- Para ello, deberá agendar de 1 a 3 reuniones semanales con estos fines.
- La búsqueda de oportunidades deberá estar en relación a la generación de artículos, infografías, video notas, realización de viajes de prensa y/o campañas con influenciadores.

- Las oportunidades deben estar enfocadas en reforzar la oferta turística en materia de cultura, aventura, naturaleza, aviturismo, lugares alternativos (destinos "off the beaten path").
- El proveedor formará parte de todas las coordinaciones necesarias y dará seguimiento a la concreción de la oportunidad de promoción y su impacto posterior en medios durante el periodo de contratación.
- Para ello, en el caso de los medios, se podrán considerar indicadores de valorización y circulación, asegurando que sus lectores se ajusten al target de la segmentación de mercados para el público británico.
- Deberá confirmar al menos 2 intenciones de viajes de prensa para realizarse en el segundo semestre del año o en el 2026. Según disponibilidad de recursos de Promperú.
- Generará al menos ocho (08) entrevistas de medios de prensa con representantes o voceros de Promperú.
- El Consejero Económico Comercial de la OCEX Londres, es el representante de Promperú en Reino Unido, para los efectos del presente servicio.
- La Agencia de Comunicaciones deberá llevar a cabo 2 viajes con influencers de Reino Unido hacia Perú, durante la duración del contrato, considerando lo siguiente:
 - El viaje es a todo costo. Tanto el costo de la tour operación, como vuelos internacionales y nacionales, y el fee del influencer debe ser cubierto por la Agencia de Comunicaciones.
 - Para el caso de influencers, considerar un alcance no menor a 70 mil seguidores en Reino Unido e incluir el costo de cualquier fee.
 - Los viajes no deberán tener una duración menor a 7 días calendario y el itinerario debe coordinarse con Promperú.
 - Cada influenciador debe cubrir un destino diferente de viaje en Perú.
 - Los influenciadores deben ser aprobados por PROMPERÚ, con información enviada mínimo 60 días antes del viaje.
 - Cada influenciador debe producir un mínimo de 4 publicaciones sobre Perú por día de viaje en sus redes sociales. Al menos 2 de ellas deberá darse en formato de video y generar una (01) historia destacada por un periodo mínimo de 6 meses.
 - Publicar en su feed, por lo menos, 01 reel y 01 carrusel de fotos como máximo 01 mes después del viaje.
 - La Agencia de Comunicaciones deberá hacer seguimiento a publicaciones y presentar métricas de alcance, impresiones y engagement.

E) Asesoría de gestión de crisis, servicio de clipping y alertas

- **Asesoría frente a eventos críticos y hechos fortuitos**
 - La Agencia de Comunicaciones brindará asesoría permanente con relación al acercamiento que debería dársele a las comunicaciones de Perú en el Reino Unido, frente a eventos críticos o hechos fortuitos de diversa naturaleza que perjudiquen la imagen del destino como destino turístico (ej: desastres naturales, disturbios sociales, situación epidémica, etc.).
 - Hará un monitoreo de las situaciones críticas que se den con relación al destino.
 - En caso de noticias de impacto negativo en Destino Perú, el proveedor deberá recomendar una Estrategia de Comunicación y un Plan de Acción

a seguir para gestionar la crisis, considerando los elementos circunstanciales que competan al mercado Reino Unido.

- Elaborará y presentará la Estrategia de Comunicación de acuerdo a los lineamientos del Plan de Gestión de Crisis (la estrategia enviada deberá contar con la aprobación de la Oficina de Comunicaciones de PROMPERÚ).
- Elaborará y emitirá comunicados u otros productos de comunicación en coordinación con el Área de Comunicaciones de PROMPERÚ.
- Atenderá 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.
- El proveedor realizará una gestión proactiva para colocar al destino Perú en las noticias, para sugerir posibles soluciones a los problemas suscitados y descubrir oportunidades de difusión positiva.
- Analizar y evaluar el impacto de las noticias negativas sobre Perú derivadas de la crisis con su respectivo alcance y valorización. Asimismo, la Agencia de Comunicaciones deberá posicionar noticias positivas sobre el destino Perú en los medios de comunicación, asegurando que su alcance y valorización superen a las noticias negativas, contribuyendo así a una percepción favorable de Perú.

- **Análisis y cobertura de los medios:**

- La Agencia utilizará servicios de *clipping* para monitorear a los medios sobre noticias de Perú y competidores (Ecuador, Colombia, Chile y Brasil),
- Realizará una búsqueda manual sobre noticias semanales del Perú en Reino Unido. De la misma manera deberá contar con una herramienta de monitoreo pagada para la búsqueda de noticias.
- Deberá también estar al tanto de las alertas o noticias sobre el Perú que vengan del mercado de Reino Unido, durante el tiempo que dure la contratación del servicio.
- En caso sea necesario, deberá hacer seguimiento a alguna noticia que PROMPERU solicite.

- **Envío de alertas a PROMPERÚ**

- La Agencia de Comunicaciones alertará a Promperú de las noticias, historias o tendencias más resaltantes sobre Perú que hayan impactado en los medios de Reino Unido.
- De tener una noticia de alto impacto se deberá comunicar de forma inmediata al área usuaria, a la Oficina Comercial del Perú en Londres y a la Oficina de Comunicaciones.

F) Asistencia en evento WTM (4-6 de noviembre 2025)

- Distribución de noticias a nombre de PROMPERÚ meses previos a la realización de la Feria WTM, las mismas que serán distribuidas a todos los medios de comunicación que participan en el mismo a través de los canales y plataformas del evento. Generar interés y presencia del

destino a través de actividades dirigidas a medios especializados de turismo.

- Participación de mínimo una (01) persona de staff durante la realización de la feria para la gestión de comunicaciones y que realice la derivación al personal de PROMPERÚ, dando asistencia en la gestión.
- Distribuir el Kit de Prensa (Dossier) a medios de prensa de la industria con anticipación para fomentar la generación de citas y cobertura del destino. (El kit de prensa en versión digital será elaborado por PROMPERÚ y enviado al proveedor para que pueda realizar su distribución).
- Generar al menos cinco (05) reuniones de networking con medios Tier 1, a fin de tratar las noticias clave y para incentivar los viajes de prensa a Perú (dependiendo de la disponibilidad de agenda de los representantes de PROMPERÚ).
- Elaborar una agenda de citas VIP para la autoridad Ministerial y la delegación de PROMPERÚ con medios de consumidor final. La agenda incluirá también un programa de funciones ceremoniales VIP incluyendo los Eventos VIP que se estarán llevando a cabo en el marco de la feria.
- El proveedor deberá enviar una agenda preliminar de citas a PROMPERÚ a más tardar 30 días calendario antes del evento, y se realizarán actualizaciones semanales. La agenda definitiva deberá ser enviada a PROMPERÚ a más tardar 10 días antes del evento. Tomar en cuenta que la agenda puede tener cambios de último momento y esto deberá ser coordinado y autorizado por PROMPERÚ.
- La agenda de citas de PROMPERÚ contendrá información sobre cada organización con la que se sostendrá una reunión, esta deberá estar en idioma español e inglés.
- En el caso de entrevistas con los medios, la agencia deberá presentar una selección de proyectos de preguntas y respuestas en coordinación con la Oficina de Comunicaciones de PROMPERÚ. Estas deberán estar en idioma español e inglés.

- **MEDIA EVENT**

- Asegurar un mínimo de 15 invitados de medios de prensa e influenciadores británicos y de otros países.
- Apoyar a Promperú con la convocatoria de co-expositores peruanos, representantes de PROMPERÚ y representantes de la Embajada de Perú en Reino Unido.
- El lugar, la hora y la fecha serán definidas y coordinadas con PROMPERÚ.
- Distribuirá la invitación al Media Event al menos 30 días calendarios antes de la realización del evento. La invitación será elaborada y enviada previamente por PROMPERÚ.
- PROMPERÚ coordinará con la Agencia de Comunicaciones los nombres de los co-expositores peruanos para que cada uno de ellos pueda sugerir a un (1) mejor socio o cliente (tour operador u otros) del Reino Unido u otro país; el proveedor contactará a este socio para poder invitarlo al evento.
- Realizará las confirmaciones de asistencia al evento (RSVP).
- La Agencia de Comunicaciones, en coordinación con PROMPERÚ, elaborará una presentación en PowerPoint, la misma que se emitirá durante el evento, conteniendo datos relevantes sugeridos por la

institución, considerando el comportamiento del mercado. La Agencia de Comunicaciones deberá elaborar y enviar la presentación hasta 15 días calendario antes de la realización del evento. La Agencia de Comunicaciones tendrá 5 días calendarios para la subsanación de observaciones realizadas por PROMPERÚ para la aprobación final.

- Finalizado el evento, deberá enviar un email de agradecimiento por la asistencia al evento; por lo que generará una base de datos de los asistentes, la misma que será entregada a PROMPERÚ en formato excel.
- Se deberá asignar a un mínimo de dos (02) representantes del proveedor para atender el evento y realizar las presentaciones entre la cadena comercial internacional y los co-expositores peruanos.
- Al finalizar el evento, se presentará un documento de resumen que incluya evidencia fotográfica (mínimo de 20 fotografías) que serán enviadas a PROMPERÚ. De asistir la autoridad Ministerial, deberán considerar un fotógrafo como parte de su staff para su asistencia al Media Event. Este costo será asumido por la Agencia de Comunicaciones de darse el caso.

- **POSTERIOR A LA FERIA WTM 2025:**

- El proveedor deberá enviar un correo electrónico a todas aquellas personas con las que PROMPERÚ sostuvo reuniones agradeciéndoles por su asistencia con detalles sobre cómo pueden obtener más información. En las comunicaciones se deberá colocar en copia el correo electrónico de los representantes de PROMPERÚ que asistieron al WTM.
- En caso que se presenten consultas futuras de los asistentes al evento WTM, el proveedor deberá redirigir las mismas a PROMPERÚ para el seguimiento respectivo.
- El proveedor enviará un reporte con las noticias que mencionen a Perú en el WTM, con su respectivo alcance y valorización.

7.2. RECURSOS A SER PROVISTOS POR PROMPERU

PROMPERÚ se encargará de proveer lo siguiente:

- Acceso al banco de imágenes de PROMPERÚ.
- Formularios a ser llenados por medios de prensa e influenciadores para su evaluación.
- Confirmación de la delegación de PROMPERÚ que asistirá al Media Event de WTM.
- Datos de contacto de los co-expositores peruanos y otros invitados al Media Event de WTM.
- Material promocional y merchandising u obsequios a entregar en eventos.
- Información relevante del destino Perú para que sea usado en la presentación que se realizará.
- Kit de prensa para WTM.
- La locación y catering del MEDIA EVENT.

7.3. REQUISITOS DEL PROVEEDOR

DEL CONTRATISTA:

- a. Se requiere contar con experiencia mínima en tres (03) servicios relacionados con el desarrollo de Estrategias de Comunicación y/o trabajo de Relaciones Públicas y/o Manejo de Crisis en el mercado Reino Unido, brindados a empresas del sector turístico como oficinas de turismo, asociaciones de turismo, aerolíneas, hoteles o cruceros. La experiencia acreditada no deberá exceder los cinco (05) años de antigüedad a la presentación de la oferta.

Acreditación: Se acreditará mediante la presentación de copias de contratos, órdenes de servicio o comprobantes de pago, certificados o constancias de trabajo que acrediten la experiencia requerida.

- b. Contar con oficinas físicas en Reino Unido para el adecuado relacionamiento con los medios de prensa de este país.

Acreditación: Las oficinas físicas serán acreditadas mediante el envío de "Certificate of Incorporation" u otro documento que demuestre fehacientemente el requisito.

7.4. LUGAR Y PLAZO DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO

Lugar: El servicio se realizará en el Reino Unido.

Plazo: El plazo de ejecución del servicio será de hasta 370 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato.

7.5. PRODUCTOS

El proveedor deberá enviar los siguientes productos hasta el término del plazo de su servicio, según el siguiente detalle:

N°	PRODUCTO	PLAZO DE ENTREGA DEL PRODUCTO
1	Plan de Comunicaciones	Hasta 15 días calendarios, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
2	Informe de Actividades 1	Hasta 30 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
3	Informe de Actividades 2	Hasta 60 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
4	Informe de Actividades 3	Hasta 90 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
5	Informe de Actividades 4	Hasta 120 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
6	Informe de Actividades 5	Hasta 150 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
7	Informe de Actividades 6	Hasta 180 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
8	Informe de Actividades 7	Hasta 210 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato

9	Informe de Actividades 8	Hasta 240 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
10	Informe de Actividades 9	Hasta 270 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
11	Informe de Actividades 10	Hasta 300 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
12	Informe de Actividades 11	Hasta 330 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
13	Informe de Actividades 12	Hasta 360 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
14	Informe Final	Hasta 370 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato

El contenido de los informes deberán consignar lo siguiente:

- **El Plan de Comunicaciones deberá contener:**

- El detalle de las actividades que se realizará durante el contrato.
- Los objetivos de comunicación para cada actividad.
- Los públicos objetivos.
- Las estrategias y tácticas de comunicación que se emplearán.
- El cronograma tentativo de ejecución de las actividades.
- Los recursos necesarios para implementar el plan.
- Los indicadores clave de desempeño (KPIs) para medir el impacto.

- **Los Informes de Actividades deberán contener:**

- Notas de Prensa (si aplica)
- Relación y detalle de las reuniones/comunicaciones para brindar información a medios de prensa.
- Relación y detalle de las reuniones/comunicaciones para la identificación de oportunidades de promoción.
- Lista de contactos producto de las reuniones/comunicaciones establecidas (si aplica).
- Estrategia de comunicación y plan de acción a seguir para la asesoría en gestión de crisis (si aplica)
- Clipping realizado a los medios sobre noticias de Perú y competidores, incluyendo indicadores de valorizaciones (free press) y audiencia (rating/lectoría)
- Alertas a PROMPERÚ de las historias y tendencias de noticias sobre Perú a la fecha.
- Reporte de las actividades realizadas en el marco de la World Travel Market - WTM (si aplica)
- Resultados del evento con medios de prensa en el marco de WTM (si aplica)
- Evidencia fotográfica de la feria WTM (si aplica).

- **El Informe Final deberá contener:**

- Resumen de notas de prensa efectuadas al cierre del contrato.

- Relación anual de las reuniones/comunicaciones para brindar información a medios de prensa
- Relación anual de las reuniones/comunicaciones para la identificación de oportunidades de promoción.
- Lista de contactos producto de las consultas respondidas a los medios e identificación de oportunidades.
- Estrategia de comunicación y plan de acción llevadas a cabo durante el año para la asesoría en gestión de crisis (si aplica).
- Relación del clipping realizado a los medios durante el periodo de contratación sobre noticias de Perú y competidores, incluyendo indicadores de valorizaciones (free press) y audiencia (rating/lectoría)
- Relación de alertas a PROMPERÚ de las historias y tendencias de noticias sobre Perú durante el periodo de contratación.
- Resultados totales de acciones en la feria World Travel Market.
- Resultados del evento con medios de prensa de ser el caso.
- Incluir la relación de seguimientos a publicaciones pendientes producto del relacionamiento con los medios.
- Resumen ejecutivo y análisis de las acciones realizadas.
- Sugerencias de actividades a considerar para el mercado de Reino Unido.

La Oficina Comercial del Perú en Londres emitirá opinión del servicio dentro de las 24 horas de presentado el entregable para la consideración del área técnica.

Los productos 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>

7.6. FORMA DE PAGO

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

- o Primer pago: a la entrega y conformidad del producto 1 y 2 (10% del pago total)
- o Segundo pago: a la entrega y conformidad del producto 3 (8% del pago total)
- o Tercer pago: a la entrega y conformidad del producto 4 (8% del pago total)
- o Cuarto pago: a la entrega y conformidad del producto 5 (8% del pago total)
- o Quinto pago: a la entrega y conformidad del producto 6 (8% del pago total)
- o Sexto pago: a la entrega y conformidad del producto 7 (8% del pago total)
- o Séptimo pago: a la entrega y conformidad del producto 8 (8% del pago total)
- o Octavo pago: a la entrega y conformidad del producto 9 (8% del pago total)
- o Noveno pago: a la entrega y conformidad del producto 10 (8% del pago total)
- o Décimo pago: a la entrega y conformidad del producto 11 (8% del pago total)
- o Onceavo pago: a la entrega y conformidad del producto 12 (8% del pago total)
- o Doceavo pago: a la entrega y conformidad del producto 13 y 14 (10% del pago total)

El pago se realizará por transferencia bancaria y en moneda extranjera (libras esterlinas), a la cuenta del proveedor; el pago se realizará después de la entrega de cada producto 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 recibido 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:

Nota: La retribución que corresponde por la parte del servicio que se ejecutará solamente en el territorio peruano se encuentra dentro del ámbito de aplicación del Impuesto a la Renta, según normativa del Perú. Los servicios digitales se consideran renta de fuente peruana y por tanto estará afectada del impuesto a la renta sobre el monto total que corresponda del contrato (ref.30%).

7.7. CONFORMIDAD DEL SERVICIO

Emitirán conformidad del servicio los siguientes:

- Subdirección de Turismo Receptivo (STR)
- Departamento del Mercado Anglosajón (DMAN)

Emitirá visto bueno del servicio:

- Oficina de Comunicaciones (OCM)

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

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

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 la Ley General de Contrataciones Públicas, ofrecido, negociado o efectuado, cualquier pago o, en general, cualquier beneficio o incentivo ilegal en relación con el 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 la Ley General de Contrataciones Públicas.

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.

Finalmente, EL CONTRATISTA se compromete a no colocar a los funcionarios públicos con los que deba interactuar, en situaciones reñidas con la ética. En tal sentido, reconoce y acepta la prohibición de ofrecerles a éstos cualquier tipo de obsequio, donación, beneficio y/o gratificación, ya sea de bienes o servicios, cualquiera sea la finalidad con la que se lo haga.

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 PROMPERÚ y de manera supletoria a la Ley General de Contrataciones Públicas, su Reglamento y demás normas complementarias.