

TÉRMINOS DE REFERENCIA

SERVICIO DE AGENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS PARA PROMOVER LA CAMPAÑA PERÚ WEEK BRASIL 2024

Centro de Costo	Sub. Dirección Turismo Receptivo Departamento de Mercado Latinoamérica
APEX	1114.2024 GESTIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS BRASIL 2024 - 2025_DS Nro 076-2024-EF

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

El requerimiento de la contratación corresponde a la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo – Departamento de Mercado Latinoamérica.

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

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

3. FINALIDAD PÚBLICA

La presente contratación tiene por finalidad pública promover al Perú a través del evento Peru Week Brasil 2024, difundiendo la campaña hacia el público objetivo en el mercado de Brasil, así como fomentar e incentivar la comercialización del Perú como un destino de viajes cercano, accesible y con una variada oferta turística.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

Centro de costo: Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo – Departamento del Mercado Latinoamérica
1114.2024 GESTIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS BRASIL 2024 - 2025_DS Nro 076-2024-EF

5. ANTECEDENTES

PERU WEEK es una campaña de promoción y venta que se viene realizando en Brasil desde el año 2013, congregando la participación de restaurantes especializados en gastronomía peruana, tour operadores y aerolíneas, ofertando sus productos y paquetes de viajes, a través de un minisitio creado especialmente para la campaña. Dicha campaña tiene por finalidad fomentar los viajes al Perú utilizando como motivador de viajes el turismo gastronómico, a la par de fortalecer el reconocimiento del Perú como un destino apto para dicho segmento. La última edición de Perú Week se llevó a cabo del 14 al 30 de noviembre de 2023.



En dicha ocasión, la campaña tuvo una cobertura en 15 estados de Brasil, reuniendo la oferta de empresas brasileñas: 76 tour operadores, 58 restaurantes, 04 agencias consolidadoras aéreas y 02 aerolíneas. En esa edición, la campaña se enfocó en la promoción de los destinos de interés para el mercado brasileño, como Lima, Cusco, Ica, Puno y Arequipa.

La edición de Peru Week 2024 se realizará del 08 al 22 de noviembre de cara a promover las ventas de viajes para las fiestas de fin de año, así como para el primer trimestre del 2025 que incluye las vacaciones de Carnavales. En esta edición se espera lograr más de USD 4 000 000 en ventas de paquetes turísticos y pasajes aéreos.

Para esta edición 2024, se tendrá una campaña publicitaria desde el 20 de octubre de cara a fomentar la compra de paquetes de viaje y pasajes aéreos entre el público final brasileño. Asimismo, se contará con la participación de influencers para promover la campaña en sus redes sociales y un evento de lanzamiento en el marco de la feria FESTURIS en Gramado, Estado de Río Grande del Sur, que permitirá difundir la campaña entre la prensa, influencers, líderes de opinión, principales restaurantes peruanos asociados y operadores de turismo asociados a la campaña.

6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

La presente contratación tiene por objetivo dar a conocer la Campaña Perú Week en Brasil a través de la difusión y monitoreo en medios y canales tradicionales y digitales para impulsar la concreción del viaje a Perú a través de la compra de paquetes y vuelos.

7. 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 la actividad en el mercado de Brasil, considerando las siguientes fechas clave:

Difusión en medios	:	Prevía aprobación del plan de comunicación
Campaña publicitaria	:	20 de octubre al 22 de noviembre
Evento de Lanzamiento	:	08 de noviembre
Campaña Peru Week (ofertas)	:	09 al 22 de noviembre

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

7.1. Plan De Comunicación

El proveedor deberá elaborar y 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 Plan de Comunicaciones debe incluir, además, una Estrategia de Comunicación para Gestión de Crisis que servirá de guía ante eventuales hechos fortuitos de diversa naturaleza.

El plan 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, acercamiento y convocatoria a los medios de comunicación, influencers o líderes de opinión a la actividad, 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 con el objetivo de llegar a las audiencias clave en el mercado, de acuerdo a la segmentación de 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 la campaña 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 propuestos.

PROMPERÚ tendrá hasta 07 días calendario, contados a partir del día siguiente del envío del plan de comunicaciones, 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 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 05 días calendario, contados desde el día siguiente a la comunicación enviada por PROMPERÚ.

7.2. 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 en el marco de la campaña Peru Week Brasil 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 sobre la actividad, coordinando la respectiva publicación de notas de prensa previa coordinación con PROMPERÚ.

El proveedor deberá convocar a los medios de comunicación para que participen del evento de lanzamiento.

Gestión de un mínimo de siete (07) entrevistas para los voceros autorizados con medios de comunicación con mayor alcance en Brasil en torno a la campaña y actividades relacionadas. Toda entrevista será previamente aprobada por la Oficina de Comunicaciones antes de su realización.

7.3 Elaboración Y Distribución De Comunicados De Prensa O Notas De Prensa

La agencia de comunicaciones y relaciones públicas deberá elaborar y difundir un mínimo de dos (02) comunicados o notas de prensa durante el período de la contratación. 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, así como también los medios especializados.

Toda comunicación será previamente aprobada por la Oficina de Comunicaciones antes de su distribución. Las notas de prensa deben de ser enviadas en idioma español para su aprobación y distribuidas en idioma portugués.

7.4 Evento de Lanzamiento

La agencia de comunicaciones y relaciones públicas deberá asignar a dos representantes para que acompañen el evento de lanzamiento de la campaña el día 08 de noviembre en el marco de la feria FESTURIS en Gramado, Estado de Río Grande del Sur.

El proveedor deberá realizar la convocatoria de prensa, influencers y líderes de opinión para participar del evento.

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 Brasil y pueda perjudicar los objetivos que se intentan conseguir con la campaña Peru Week, la Agencia de Relaciones Públicas del destino deberá:

- En caso de noticias de impacto negativo del destino Perú, la Agencia deberá activar la Estrategia de Comunicación para Gestión de Crisis presentada en el Plan de Comunicaciones.
- 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, en esta parte deberá de incluir también las principales noticias de los países considerados competencia.

7.7 Informe Parcial

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

Para la aprobación del informe Parcial, 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) 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.*

7.8 Informe Final

El proveedor deberá de elaborar un informe final, en el cual se detalle el total de las acciones realizadas en el marco del servicio 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 y entrevistas (pre campaña - campaña y post campaña)
- d) Lista de los principales medios de comunicación atendidos durante el periodo de la contratación, indicando nombre, medio de comunicación, correo electrónico y redes sociales.
- e) Alcance y KPI obtenidos como resultado de la gestión 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 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. **Véase Anexo**

7.10 Recursos A Ser Provistos Por Promperú

- Asignar a dos representantes de PROMPERÚ para las coordinaciones del servicio: uno de la Oficina de Comunicaciones y uno de la Coordinación del Departamento de Mercado Latinoamérica de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.
- 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.

7.11 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 al servicio contratado.
- Completar el Formato SIMI, dicho formato (Excel) será entregado por PROMPERÚ después de la notificación de la Orden de Servicio.
- 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.
- El contratista es el responsable directo y absoluto de las actividades que realizará, sea directamente o a través de su personal, debiendo responder por el servicio brindado.

7.12 Requisitos del Proveedor y de su Personal

Perfil del proveedor:

- a) Con experiencia de al menos cinco (5) servicios prestados en 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.

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

Acreditación:

- a) 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.
- b) Se acredita con la constitución de empresa o documento equivalente.

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 de comunicación para la promoción del turismo.

- Un (01) Encargado de Prensa y Relaciones Públicas

Con experiencia mínima de cuatro (04) años 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.

- Un (01) especialista en redacción de productos de comunicación de corte periodístico

Con experiencia mínima de cinco (05) años elaborando productos de difusión dirigidos a medios de comunicación tradicionales (generalistas o especializados) en el mercado latinoamericano.

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. LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El presente servicio se realizará en su totalidad en territorio brasileño.

El plazo de ejecución del servicio será desde el día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato hasta el 10 de diciembre 2024.

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 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 cinco (5) días calendario contados a partir de la notificación de las observaciones.

Producto	Información a entregar (*)	Plazo de entregadel producto	V°B y/o Conformidad según corresponda:	Porcentaje(%) a pagar
Producto 1	Plan de comunicaciones	Hasta los 10 días calendario contados desde el día siguiente de notificada la Orden de Servicio o perfeccionamiento del contrato.	Sub-Dirección Turismo Receptivo Departamento Mercado Latinoamérica Oficina de Comunicaciones	30%
Producto 2	<ul style="list-style-type: none"> Informe parcial Formato SIMI parcial 	Hasta el 07 de noviembre de 2024.	Sub-Dirección Turismo Receptivo Departamento Mercado Latinoamérica Oficina de Comunicaciones	35%
Producto 3	Informe final (Véase indicación del punto VII.) Formato SIMI (Véase Anexo 1.)	Hasta el 10 de diciembre 2024	Sub-Dirección Turismo Receptivo Departamento Mercado Latinoamérica Oficina de Comunicaciones	35%

10. FORMA DE PAGO

El pago se realizará en pagos parciales en moneda extranjera (dólares americanos) por transferencia bancaria; en 03 pagos parciales según lo solicitado en el numeral 9. para lo cual deberá contar con la conformidad de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo y del Departamento de Mercado Latinoamérica, previo 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, 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:

- El correo de notificación de la orden de servicio.
- Orden de Servicio.
- 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.

11. CONFORMIDAD DEL SERVICIO:

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



12. 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.

13. 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.

14. 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.

15. 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.

16. 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.

17. 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.

18. 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.

19. 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 1

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