

TÉRMINOS DE REFERENCIA

SERVICIO DE AGENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS PARA EL MERCADO DE PAÍSES BAJOS

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Área Usuaria: Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo/Departamento del Mercado Europeo.

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Se requiere la contratación del servicio de agencia de comunicaciones y relaciones públicas para llevar a cabo la elaboración y ejecución de un plan de comunicación de acuerdo a las estrategias de promoción turística planteadas por la institución para el mercado neerlandés.

3. FINALIDAD PÚBLICA

La presente contratación tiene por finalidad pública fortalecer el posicionamiento y reconocimiento del Perú en el mercado neerlandés, difundiendo la oferta del país como un destino turístico que ofrece naturaleza abierta, sostenible y poco masificada, a través de actividades de aventura, cultura y gastronomía. Además de comunicar que el país se encuentra preparado para ofrecer a los viajeros una estadía acorde a las exigencias de bioseguridad en la presente coyuntura, lo cual promoverá la reactivación del turismo del país y beneficiará a los peruanos involucrados en el sector.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

La presente contratación corresponde al ÁPEX 0224.2023 Agencia de Relaciones Públicas Países Bajos Centro de costo: Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo – Departamento del Mercado Europeo.

5. ANTECEDENTES

Mediante Resolución de Presidencia Ejecutiva N°225-2022-PROMPERÚ/PE con fecha 20 de diciembre de 2022, se aprobó el Presupuesto Institucional de Apertura –PIA correspondiente al año fiscal 2023.

La Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo es la unidad orgánica encargada de proponer, ejecutar y evaluar las actividades de promoción del turismo receptivo en función a los objetivos y estrategias institucionales. En el marco de las actividades regulares de la Sub Dirección de Turismo Receptivo, dentro del Plan Operativo Institucional para el mercado neerlandés se contempló la contratación del servicio de una agencia de relaciones públicas que brinde asesoría de prensa; lo cual permitirá mejorar el posicionamiento del destino Perú, fomentando la generación de mayores divisas e impacto económico en las regiones promocionadas del país

6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

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

7. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

- Proyectar una imagen integral del país que permita atraer más turistas.
- Incrementar el conocimiento y la familiaridad del Perú en los targets del mercado de interés.
- Mejorar la reputación del país incrementando las asociaciones positivas con el Perú en los targets del mercado de interés.
- Incrementar y diferenciar la propuesta de valor del Perú en comparación con sus principales competidores.

8. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

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

8.1 Plan de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El plan de trabajo deberá contener todas las acciones que el proveedor desarrollará durante el periodo del servicio en Países Bajos. ➤ El plan deberá mostrar los periodos o fechas en que el proveedor desarrollará, ejecutará las actividades y/o entregará los productos requeridos. Anexo 1. ➤ Después de enviar el plan de trabajo a PromPerú, 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 enviado. ➤ Todas las acciones contenidas en el plan deberán contar con la aprobación de la Oficina de Comunicaciones y del Departamento de Mercado europeo antes de su ejecución. <p><i>-El plan de trabajo se debe presentar hasta los 10 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.</i></p>
8.2 Plan de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La agencia de comunicaciones y relaciones públicas deberá presentar un plan de comunicaciones para la promoción del destino Perú que conlleve al alcance de la finalidad pública de la presente contratación, para la difusión y cobertura mediática de las actividades de promoción turística para el mercado de Países Bajos. ➤ Dicho plan deberá considerar la elaboración y distribución de notas de prensa, convocatoria a los medios de prensa, influenciadores o líderes de opinión a eventos virtuales o presenciales, gestión de entrevistas, envío de información y material audiovisual a los medios de comunicación tradicionales y no tradicionales, agencias de noticias internacionales, influenciadores y líderes de opinión en el mercado de Países Bajos , teniendo en consideración que las principales ciudades de acción son Milán, Roma y Turín para asegurar el buen desarrollo del plan de comunicaciones y la buena ejecución del plan de trabajo. ➤ El plan de comunicación deberá contemplar el acercamiento a medios especializados en viajes, estilo de vida, noticias y canal comercial del sector turístico con el objetivo de llegar a las audiencias claves del mercado, de acuerdo a la segmentación indicada por PROMPERÚ.

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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 de incluir un listado de los medios de comunicación, líderes de opinión y/o influenciadores con los cuales se mantendrá un flujo de comunicación permanente con el objetivo de lograr los objetivos del plan de comunicaciones, el listado debe de estar incluido en el primer entregable y dividido por ciudades y tipo de medio. ➤ El plan de comunicación deberá contener la propuesta de manejo de Crisis, detallada en el numeral 8.6 del presente documento. <p><i>*Los puntos 8.1 y 8.2 se presentarán hasta 10 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.</i></p>
8.3 Relacionamento con Medios de Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El proveedor deberá identificar a los principales medios de comunicación tradicional y digital, así como los principales líderes de opinión e influenciadores de cada mercado en sectores como: viajes, estilo de vida, noticias y canal comercial del sector turístico con el objetivo de llegar a las audiencias clave del mercado Países Bajos. ➤ 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 del mercado, para lo cual el proveedor deberá de generar contenido/información relevante y al mismo tiempo, cubrir los intereses de los medios de prensa, coordinando con ellos la respectiva publicación de notas de prensa previa coordinación con PROMPERÚ; así como la atención de requerimientos asociados a información turística sobre el Perú. ➤ El proveedor deberá convocar a los medios de comunicación para que participen de todas las actividades virtuales o presenciales que podrían realizarse durante el periodo de contratación a fin de lograr que la actividad tenga la máxima convocatoria y repercusión. ➤ Apoyo en viajes de prensa pagados por terceros ➤ Apoyo en la conceptualización, organización y desarrollo de actividades o eventos de interés periodístico en Países Bajos, además de realizar la convocatoria, confirmación y seguimiento de medios de comunicación. ➤ El proveedor deberá identificar, generar y coordinar cualquier oportunidad de cobertura periodística positiva para el destino Perú.
8.4 Elaboración y Distribución de comunicados, notas de prensa y Boletines	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La agencia de comunicaciones y relaciones públicas deberá elaborar y distribuir notas de prensa durante el periodo de la contratación: ➤ Un mínimo de dos (02) comunicados o notas de prensa al mes (elaboración y distribución). ➤ Gestión de un mínimo de cinco (05) publicaciones especiales (exclusivas) en medios masivos o especializados en turismo, gastronomía, lifestyle durante el

<p>/Newsletter.</p>	<p>periodo de contratación.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaboración de un (01) dossier de prensa, el cual deberá desarrollarse en coordinación con PROMPERÚ. Dicho dossier debe estar listo para su distribución dentro de los 02 primeros meses de su 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. ➤ Distribución de notas de prensa elaboradas por la Oficina de Comunicaciones de PROMPERÚ, siempre y cuando dicha nota se encuentre vinculada al sector o resalte un hecho noticioso de gran relevancia para el país. ➤ Toda comunicación será previamente aprobada por la Oficina de Comunicaciones antes de su distribución. ➤ La agencia de Relaciones Públicas, elaborará el contenido y el diseño y distribuirá un (01) boletín electrónico bimestral con noticias de interés del Perú que será distribuido a toda la base de datos de contactos del canal comercial y medios del consumidor final y deberá ser validado por el área de prensa de PROMPERÚ.
<p>8.5 Viajes de prensa</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La Agencia de Relaciones Públicas deberá recomendar a PROMPERÚ los potenciales participantes para viajes de prensa/viajes de blogueros y de influenciadores, cuyo público objetivo se ajusta al target de la segmentación de mercados para el mercado Países Bajos. ➤ La Agencia de Relaciones Públicas deberá organizar y ejecutar al menos un (01) viaje de prensa organizado por un tour operador o agencia de viaje en Países Bajos para dos (02) periodistas de medios Países Bajos* y pagar la totalidad del mismo desde su salida hasta su retorno a Países Bajos. Se debe considerar hoteles de al menos 4 estrellas y restaurantes de al menos 4 tenedores. El viaje debe incluir el acompañamiento de un (01) representante de PROMPERÚ y un (01) guía en para todas las visitas a realizar durante todo el viaje en el Perú. ➤ El viaje deberá incluir al menos dos (02) de las regiones priorizadas a promocionar del Perú y además incluir Lima, con un mínimo de 9 días de duración, a coordinar previamente con Promperú. El tour operador o agencia de viaje que organice el viaje deberá ser previamente validado por PromPerú. Asimismo, deberá tener en cuenta prever los permisos por solicitar y coordinaciones necesarias para el ingreso de equipos de filmación como drones entre otros. ➤ Luego del viaje la Agencia de Relaciones Públicas deberá hacer seguimiento de las publicaciones que vayan apareciendo fruto del viaje de prensa e incluir un reporte del viaje de prensa en el informe mensual de actividades. Es mandatorio enviar un informe de resultados que incluyan: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Resumen de la actividad donde además se deberá incluir el feedback de los participantes de la actividad. ▪ Cantidad total de impactos productos de la actividad. ▪ Valorización de cada una de las publicaciones. ▪ Alcance de cada una de las publicaciones.

	<p>*02 periodistas de dos medios Países Bajos mediano o 01 periodista + 01 fotógrafo de un medio Países Bajos grande (de gran alcance)</p> <p>-El proveedor no deberá solicitar gratuidades de ningún tipo a nombre de PROMPERÚ para la ejecución del viaje.</p>
8.6 Manejo de crisis	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Con el objetivo de minimizar el impacto y la percepción negativa de Perú como destino turístico ante una situación de crisis (llámese: desastres naturales, disturbios sociales, accidentes, etc.) la agencia de relaciones públicas deberá informar de manera inmediata sobre la situación y monitorear las publicaciones (impresa o digital) que hagan referencia de la crisis. ➤ La agencia de relaciones públicas deberá de plantear una estrategia, así como desarrollar material (Ej. Comunicados, notas de prensa, Q&A's) y acciones (Ej. gestión de entrevistas) que ayuden a minimizar el impacto de la percepción negativa del Perú como destino turístico en un momento de crisis. Antes de la implementación de la estrategia esta será aprobada por la Oficina de Comunicaciones. ➤ En el caso de que se detecte alguna imprecisión o inexactitud en las publicaciones, la agencia deberá de contactar con el editor o responsable del programa o sección para solicitar la corrección respectiva, para lo cual se compartirá la información correcta para su subsanación. ➤ Todas las consultas, a través de llamadas y correos electrónicos, al proveedor con respecto a una situación de crisis en el Perú deben ser manejadas, registradas y verificadas con PROMPERÚ. ➤ Terminada la crisis la agencia de relaciones públicas deberá de elaborar un informe dando cuenta de lo acontecido, así como de las acciones desarrolladas para controlar la crisis.
8.7 Monitoreo de información	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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, esta parte deberá de incluir las principales noticias de los países considerados competencia. ➤ El proveedor siempre tendrá una actitud proactiva para colocar información de Perú en los servicios de noticias en el mercado Países Bajos. Así como para absolver consultas y coordinar respuestas positivas a las inquietudes de los medios. ➤ El proveedor realizará el monitoreo permanente de los medios y responderá ante posibles noticias que afecten la imagen del País en el mercado Países Bajos, previa coordinación con PROMPERÚ para un adecuado manejo de pre-crisis. ➤ El proveedor brindará información actualizada oportunamente a PROMPERÚ, sobre novedades y tendencias referidos a la cobertura de los medios que vayan presentándose en el mercado Países Bajos.
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ El proveedor deberá elaborar un informe mensual, en el cual se relatan las

<p>8.8 Informe Mensual</p>	<p>acciones realizadas en el mercado y los resultados obtenidos en cada periodo.</p> <p>➤ El informe mensual se entregará en los siete (07) días calendarios después de finalizado cada mes durante el periodo de contratación, este debe incluir los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Resumen de actividades realizadas durante el mes ▪ Todas las notas de prensa enviadas durante el mes. ▪ Relación de entrevistas realizadas (indicar fecha tentativa de publicación en caso no se haya realizado). ▪ Relación de publicaciones pendientes (en caso de haber, indicar fecha tentativa de publicación). ▪ Relación de entrevistas realizadas (indicar fecha tentativa de publicación en caso no se haya realizado). ▪ Boletín bimensual enviados ▪ Clipping de las publicaciones generadas durante el mes con su respectiva valorización (publicity) y audiencia (rating/lectoría). ▪ Resumen de las acciones que los países considerados como competencia para Perú están realizando para la promoción de sus respectivos destinos <p>*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.</p> <p>*La valorización deberá de estar expresada en dólares americanos.</p>
<p>8.9 Informe Final</p>	<p>➤ El proveedor deberá de elaborar un informe final, en el cual se detalle el total de las acciones realizadas en el mercado Países Bajos y los resultados obtenidos consolidados durante todo el periodo de contratación.</p> <p>➤ Para la aprobación del informe final, este debe incluir los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Resumen de actividades realizadas durante el periodo de la contratación. ▪ Breve análisis sobre los temas de interés de los periodistas sobre el destino Perú, así como de las oportunidades detectadas durante el periodo de contratación. ▪ Todas las notas de prensa enviadas ▪ Boletines de prensa enviados ▪ Base de datos de los principales medios de comunicación atendidos durante el periodo de la contratación, indicando la lista de contactos (nombre completo y correo electrónico), así como la siguiente información: tipo de publicación, cantidad de publicaciones, alcance y valorización. ▪ Relación de entrevistas realizadas en el periodo de la contratación (indicar fecha tentativa de publicación en caso no se haya realizado). ▪ Relación de publicaciones pendientes (en caso de haber, indicar fecha tentativa de publicación) ▪ Resultados del viaje de prensa. ▪ Clipping de las publicaciones generadas durante el periodo de contratación con su respectiva valorización (publicity) y audiencia (rating/lectoría).

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conclusiones ▪ Recomendaciones <p><i>*En el clipping se deberán considerar las publicaciones que hagan referencia al Perú y las publicaciones que hayan surgido a partir de la presente contratación.</i></p> <p><i>*La valorización deberá de estar expresada en dólares americanos.</i></p>
--	---

8.10 RECURSOS A SER PROVISTOS POR PROMPERÚ

PROMPERÚ tendrá un plazo de hasta tres (03) días calendario, contados a partir del día siguiente de *de notificada la orden de servicio* para brindar al proveedor la siguiente información vía correo electrónico:

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

8.11 REQUISITOS DEL PROVEEDOR Y DE SU PERSONAL:

DEL PROVEEDOR:

El proveedor deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Experiencia mínima de cinco (5) servicios relacionados a la elaboración y ejecución de estrategias de comunicación para la promoción y difusión del sector turístico a través de medios de comunicación tradicional y digital, de alcance masivo, o en medios especializados en turismo, gastronomía, lifestyle y la cadenacomercial, con alcance en todo Países Bajos, en los últimos 12 años.
- El proveedor a contratar además debe contar con una oficina en Países Bajos.

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.

DEL PERSONAL:

▪ Un (01) Director de servicio

Con experiencia mínima de ocho (08) años en el manejo de cuentas de países o empresas del sector turismo diseñando e implementando estrategias de comunicación para la promoción del turismo en el mercado neerlandés.

▪ 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 en la elaboración de planes de comunicación, notas de prensa, boletines, monitoreo de noticias - clipping, manejo de crisis en el mercado neerlandés.

Acreditación:

La experiencia del personal 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.

8.12 LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

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

El plazo de ejecución del servicio será de hasta **365** días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio

8.13 PRODUCTOS

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

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

Los productos a entregar por parte del proveedor son:

Producto	Información a entregar(*)	Plazo de entrega del producto	Porcentaje (%) a pagar
Producto 1	Plan de trabajo Plan de comunicación	Hasta los 10 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio.	0%
Producto 2	<ul style="list-style-type: none"> Informe mensual según lo indicado en el numeral 8.8 de las acciones realizadas durante el periodo del primer mes. Formato SIMI consolidado 	Hasta los 30 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio	12%
Producto 3	<ul style="list-style-type: none"> Informe mensual según lo indicado en el numeral 8.8 de las acciones realizadas durante el periodo del segundo mes. Formato SIMI consolidado 	Hasta los 60 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio	8%

Producto 4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informe mensual según lo indicado en el numeral 8.8 de las acciones realizadas durante el periodo del tercer mes. ▪ Formato SIMI consolidado 	Hasta Los 90 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio	8%
Producto 5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informe mensual según lo indicado en el numeral 8.8 de las acciones realizadas durante el periodo del cuarto mes. ▪ Formato SIMI consolidado 	Hasta los 120 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio	8%
Producto 6	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informe mensual según lo indicado en el numeral 8.8 de las acciones realizadas durante el periodo del quinto mes. 	Hasta los 150 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio	8%
Producto 7	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informe mensual según lo indicado en el numeral 8.8 de las acciones realizadas durante el periodo del sexto mes. ▪ Formato SIMI consolidado 	Hasta los 180 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio	8%
Producto 8	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informe mensual según lo indicado en el numeral 8.8 de las acciones realizadas durante el periodo del séptimo mes. ▪ Formato SIMI consolidado 	Hasta los 210 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio	8%
Producto 9	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informe mensual según lo indicado en el numeral 8.8 de las acciones realizadas durante el periodo del octavo mes. ▪ Formato SIMI consolidado 	Hasta los 240 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio	8%
Producto 10	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Informe mensual según lo indicado en el numeral 8.8 de las acciones realizadas durante el periodo del noveno mes. ▪ Formato SIMI consolidado 	Hasta los 270 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio	8%

Producto 11	<ul style="list-style-type: none"> Informe mensual según lo indicado en el numeral 8.8 de las acciones realizadas durante el periodo del décimo mes. Formato SIMI consolidado 	Hasta los 300 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio	8%
Producto 12	<ul style="list-style-type: none"> Informe mensual según lo indicado en el numeral 8.8 de las acciones realizadas durante el periodo del onceavo mes. Formato SIMI consolidado 	Hasta los 330 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio	8%
Producto 13	<ul style="list-style-type: none"> Informe mensual según lo indicado en el numeral 8.8 de las acciones realizadas durante el periodo del doceavo mes. Informe final según 8.9 de las acciones realizadas durante el periodo del contrato. Formato SIMI consolidado 	Hasta los 365 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la Orden de Servicio	8%

(*) Véase indicación del punto 8.8 y 8.9

8.14 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 Países Bajos 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.

8.15 FORMA DE PAGO

El pago se realizará en **pagos parciales** en moneda extranjera (**euros**) tal y como se indica en el cuadro del numeral “8.13 Productos”. Los pagos se realizarán por transferencia bancaria, para lo cual el proveedor deberá de haber entregado cada producto y deberá contar con la conformidad del Departamento del Mercado Europeo y la Subdirección de Promoción de Turismo Receptivo, previo visto bueno de la Oficina de Comunicaciones. La emisión

de la conformidad no superará de 07 días calendario luego de haberse recibido el producto.

Asimismo, el proveedor enviará su comprobante de pago 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:

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.

8.16 CONFORMIDAD DEL SERVICIO

La conformidad será emitida por la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo y el Departamento Mercado Europeo, previo visto bueno de la Oficina de Comunicaciones, en un plazo que no superará de 7 días calendario de entregado el producto correspondiente.

8.17 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:

Penalidad diaria = 0.10 x monto

F x plazo en días

Donde F tiene los siguientes valores:

- o Para los plazos menores o iguales a sesenta (60) días, para bienes, servicios en general y consultorías: $F=0.40$.
- o 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; 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) Cualquiera de las partes puede resolver el Contrato por caso fortuito, fuerza mayor o por hecho sobreviniente al perfeccionamiento del Contrato que no sea imputable a las partes y que imposibilite de manera definitiva la continuación de la ejecución del Contrato.

13. SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN CONTRATACIONES CON PROVEEDORES

Las controversias que surjan entre las partes sobre la ejecución, interpretación, resolución, ineficacia, modificaciones al contrato, conformidad por la prestación del bien o servicio, 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, según corresponda.

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 1

Nombre de Actividad		Noviembre a octubre											
		mie	jue	vie	sab	dom	lun	mar	mie	jue	vie	sab	dom
País	Acciones	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Países Bajos	**Ejemplos de actividades a continuación:												
	Nota de prensa (E) en elaboración (A) en aprobación												
	Envío de nota Perú												
	Gestión de entrevistas												
	Invitación a periodistas												
	Monitoreo de noticias												
	Entrega de resultados												