

BASES INTEGRADAS

CONCURSO PÚBLICO N° 002-2021-PROMPERÚ

CONTRATACIÓN DE SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA LA EJECUCION DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA REACTIVACION DEL TURISMO RECEPTIVO 2021

DEBER DE COLABORACIÓN

La Entidad y todo proveedor que se someta a las presentes Bases, sea como participante, postor y/o contratista, deben conducir su actuación conforme a los principios previstos en la Ley de Contrataciones del Estado.

En este contexto, se encuentran obligados a prestar su colaboración al OSCE y a la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia del INDECOPI, en todo momento según corresponda a sus competencias, a fin de comunicar presuntos casos de fraude, colusión y corrupción por parte de los funcionarios y servidores de la Entidad, así como los proveedores y demás actores que participan en el proceso de contratación.

De igual forma, deben poner en conocimiento del OSCE y a la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia del INDECOPI los indicios de conductas anticompetitivas que se presenten durante el proceso de contratación, en los términos del Decreto Legislativo N° 1034, "Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas", o norma que la sustituya, así como las demás normas de la materia.

La Entidad y todo proveedor que se someta a las presentes Bases, sea como participante, postor y/o contratista del proceso de contratación deben permitir al OSCE o a la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia del INDECOPI el acceso a la información referida a las contrataciones del Estado que sea requerida, prestar testimonio o absolución de posiciones que se requieran, entre otras formas de colaboración.

SECCIÓN GENERAL

DISPOSICIONES COMUNES DEL PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN

CAPÍTULO I ETAPAS DEL PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN

1.1. REFERENCIAS

Cuando en el presente documento se mencione la palabra Ley, se entiende que se está haciendo referencia a la Ley N° 30225, Ley de Contrataciones del Estado, y cuando se mencione la palabra Reglamento, se entiende que se está haciendo referencia al Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado aprobado por Decreto Supremo N° 344-2018-EF.

Las referidas normas incluyen sus respectivas modificaciones, de ser el caso.

1.2. CONVOCATORIA

Se realiza a través de su publicación en el SEACE de conformidad con lo señalado en el artículo 54 del Reglamento, en la fecha señalada en el calendario del procedimiento de selección, debiendo adjuntar las bases y resumen ejecutivo.

1.3. REGISTRO DE PARTICIPANTES

El registro de participantes se realiza conforme al artículo 55 del Reglamento. En el caso de un consorcio, basta que se registre uno (1) de sus integrantes.

Importante

- *Para registrarse como participante en un procedimiento de selección convocado por las Entidades del Estado Peruano, es necesario que los proveedores cuenten con inscripción vigente y estar habilitados ante el Registro Nacional de Proveedores (RNP) que administra el Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado (OSCE). Para obtener mayor información, se puede ingresar a la siguiente dirección electrónica: www.rnp.gob.pe.*
- *Los proveedores que deseen registrar su participación deben ingresar al SEACE utilizando su Certificado SEACE (usuario y contraseña). Asimismo, deben observar las instrucciones señaladas en el documento de orientación "Guía para el registro de participantes electrónico" publicado en <https://www2.seace.gob.pe/>.*
- *En caso los proveedores no cuenten con inscripción vigente en el RNP y/o se encuentren inhabilitados o suspendidos para ser participantes, postores y/o contratistas, el SEACE restringirá su registro, quedando a potestad de estos intentar nuevamente registrar su participación en el procedimiento de selección en cualquier otro momento, dentro del plazo establecido para dicha etapa, siempre que haya obtenido la vigencia de su inscripción o quedado sin efecto la sanción que le impuso el Tribunal de Contrataciones del Estado.*

1.4. FORMULACIÓN DE CONSULTAS Y OBSERVACIONES A LAS BASES

La formulación de consultas y observaciones a las bases se efectúa de conformidad con lo establecido en los numerales 72.1 y 72.2 del artículo 72 del Reglamento.

1.5. ABSOLUCIÓN DE CONSULTAS, OBSERVACIONES E INTEGRACIÓN DE BASES

La absolución de consultas, observaciones e integración de las bases se realizan conforme a las disposiciones previstas en los numerales 72.4 y 72.5 del artículo 72 del Reglamento.

Importante

- *No se absolverán consultas y observaciones a las bases que se presenten en forma física.*
- *Cuando exista divergencia entre lo indicado en el pliego de absolución de consultas y observaciones y la integración de bases, prevalece lo absuelto en el referido pliego; sin perjuicio, del deslinde de responsabilidades correspondiente*

1.6. ELEVACIÓN AL OSCE DEL PLIEGO DE ABSOLUCIÓN DE CONSULTAS Y OBSERVACIONES E INTEGRACIÓN DE BASES

Los cuestionamientos al pliego de absolución de consultas y observaciones así como a las bases integradas por supuestas vulneraciones a la normativa de contrataciones, a los principios que rigen la contratación pública u otra normativa que tenga relación con el objeto de la contratación, pueden ser elevados al OSCE de acuerdo a lo indicado en los numerales del 72.8 al 72.11 del artículo 72 del Reglamento.

La solicitud de elevación para emisión de Pronunciamiento se presenta ante la Entidad, la cual debe remitir al OSCE el expediente completo, de acuerdo a lo señalado en el artículo 124 del TUO de la Ley 27444, aprobado por Decreto Supremo N° 004-2019-JUS, al día hábil siguiente de recibida dicha solicitud.

Advertencia

La solicitud de elevación al OSCE de los cuestionamientos al pliego de absolución de consultas y observaciones, así como a las Bases integradas, se realiza de manera electrónica a través del SEACE, a partir de la oportunidad en que establezca el OSCE mediante comunicado.

Importante

Constituye infracción pasible de sanción según lo previsto en el literal n) del numeral 50.1 del artículo 50 de la Ley, presentar cuestionamientos maliciosos o manifiestamente infundados al pliego de absolución de consultas y/u observaciones.

1.7. FORMA DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS

Las ofertas se presentan conforme lo establecido en el artículo 59 del Reglamento.

Las declaraciones juradas, formatos o formularios previstos en las bases que conforman la oferta deben estar debidamente firmados por el postor (firma manuscrita). Los demás documentos deben ser visados por el postor. En el caso de persona jurídica, por su representante legal, apoderado o mandatario designado para dicho fin y, en el caso de persona natural, por este o su apoderado. No se acepta el pegado de la imagen de una firma o visto. Las ofertas se presentan foliadas.

Importante

- *Los formularios electrónicos que se encuentran en el SEACE y que los proveedores deben llenar para presentar sus ofertas, tienen carácter de declaración jurada.*
- *En caso la información contenida en los documentos escaneados que conforman la oferta no coincida con lo declarado a través del SEACE, prevalece la información declarada en los documentos escaneados.*
- *No se tomarán en cuenta las ofertas que se presenten en físico a la Entidad.*

1.8. PRESENTACIÓN Y APERTURA DE OFERTAS

El participante presentará su oferta de manera electrónica a través del SEACE, desde las 00:01 horas hasta las 23:59 horas del día establecido para el efecto en el cronograma del procedimiento; adjuntando el archivo digitalizado que contenga los documentos que conforman la oferta de acuerdo a lo requerido en las bases.

El participante debe verificar antes de su envío, bajo su responsabilidad, que el archivo pueda ser descargado y su contenido sea legible.

Importante

Los integrantes de un consorcio no pueden presentar ofertas individuales ni conformar más de un consorcio en un procedimiento de selección, o en un determinado ítem cuando se trate de procedimientos de selección según relación de ítems.

En la apertura electrónica de la oferta, el comité de selección, verifica la presentación de lo exigido en la sección específica de las bases, de conformidad con el numeral 73.2 del artículo 73 del Reglamento y determina si las ofertas responden a las características y/o requisitos y condiciones de los Términos de Referencia, detallados en la sección específica de las bases. De no cumplir con lo requerido, la oferta se considera no admitida.

1.9. EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS

La evaluación de las ofertas se realiza conforme a lo establecido en el artículo 74 del Reglamento.

El desempate mediante sorteo se realiza de manera electrónica a través del SEACE.

1.10. CALIFICACIÓN DE OFERTAS

La calificación de las ofertas se realiza conforme a lo establecido en los numerales 75.1 y 75.2 del artículo 75 del Reglamento.

1.11. SUBSANACIÓN DE LAS OFERTAS

La subsanación de las ofertas se sujeta a lo establecido en el artículo 60 del Reglamento. El plazo que se otorgue para la subsanación no puede ser inferior a un (1) día hábil.

La solicitud de subsanación se realiza de manera electrónica a través del SEACE y será remitida al correo electrónico consignado por el postor al momento de realizar su inscripción en el RNP, siendo su responsabilidad el permanente seguimiento de las notificaciones a dicho correo. La notificación de la solicitud se entiende efectuada el día de su envío al correo electrónico.

La presentación de las subsanaciones se realiza a través del SEACE. No se tomará en cuenta la subsanación que se presente en físico a la Entidad.

1.12. RECHAZO DE LAS OFERTAS

Previo al otorgamiento de la buena pro, el comité de selección revisa las ofertas económicas que cumplen los requisitos de calificación, de conformidad con lo establecido para el rechazo de ofertas, previsto en el artículo 68 del Reglamento, de ser el caso.

De rechazarse alguna de las ofertas calificadas, el comité de selección revisa el cumplimiento de los requisitos de calificación de los postores que siguen en el orden de prelación, en caso las hubiere.

1.13. OTORGAMIENTO DE LA BUENA PRO

Definida la oferta ganadora, el comité de selección otorga la buena pro, mediante su publicación en el SEACE, incluyendo el cuadro comparativo y las actas debidamente motivadas de los resultados de la admisión, no admisión, evaluación, calificación, descalificación y el otorgamiento de la buena pro.

1.14. CONSENTIMIENTO DE LA BUENA PRO

Cuando se hayan presentado dos (2) o más ofertas, el consentimiento de la buena pro se produce a los ocho (8) días hábiles siguientes de la notificación de su otorgamiento, sin que los postores hayan ejercido el derecho de interponer el recurso de apelación.

En caso que se haya presentado una sola oferta, el consentimiento de la buena pro se produce el mismo día de la notificación de su otorgamiento.

El consentimiento del otorgamiento de la buena pro se publica en el SEACE al día hábil siguiente de producido.

Importante

Una vez consentido el otorgamiento de la buena pro, el órgano encargado de las contrataciones o el órgano de la Entidad al que se haya asignado tal función realiza la verificación de la oferta presentada por el postor ganador de la buena pro conforme lo establecido en el numeral 64.6 del artículo 64 del Reglamento.

CAPÍTULO II SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS DURANTE EL PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN

2.1. RECURSO DE APELACIÓN

A través del recurso de apelación se pueden impugnar los actos dictados durante el desarrollo del procedimiento de selección hasta antes del perfeccionamiento del contrato.

El recurso de apelación se presenta ante y es resuelto por el Tribunal de Contrataciones del Estado.

Los actos que declaren la nulidad de oficio, la cancelación del procedimiento de selección y otros actos emitidos por el Titular de la Entidad que afecten la continuidad de este, se impugnan ante el Tribunal de Contrataciones del Estado.

Importante

- *Una vez otorgada la buena pro, el comité de selección, está en la obligación de permitir el acceso de los participantes y postores al expediente de contratación, salvo la información calificada como secreta, confidencial o reservada por la normativa de la materia, a más tardar dentro del día siguiente de haberse solicitado por escrito.*

Luego de otorgada la buena pro no se da a conocer las ofertas cuyos requisitos de calificación no fueron analizados y revisados por el comité de selección.

- *A efectos de recoger la información de su interés, los postores pueden valerse de distintos medios, tales como: (i) la lectura y/o toma de apuntes, (ii) la captura y almacenamiento de imágenes, e incluso (iii) pueden solicitar copia de la documentación obrante en el expediente, siendo que, en este último caso, la Entidad deberá entregar dicha documentación en el menor tiempo posible, previo pago por tal concepto.*

- *El recurso de apelación se presenta ante la Mesa de Partes del Tribunal o ante las oficinas desconcentradas del OSCE.*

2.2. PLAZOS DE INTERPOSICIÓN DEL RECURSO DE APELACIÓN

La apelación contra el otorgamiento de la buena pro o contra los actos dictados con anterioridad a ella se interpone dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes de haberse notificado el otorgamiento de la buena pro.

La apelación contra los actos dictados con posterioridad al otorgamiento de la buena pro, contra la declaración de nulidad, cancelación y declaratoria de desierto del procedimiento, se interpone dentro de los ocho (8) días hábiles siguientes de haberse tomado conocimiento del acto que se desea impugnar.

CAPÍTULO III DEL CONTRATO

3.1. PERFECCIONAMIENTO DEL CONTRATO

Los plazos y el procedimiento para perfeccionar el contrato se realiza conforme a lo indicado en el artículo 141 del Reglamento.

Para perfeccionar el contrato, el postor ganador de la buena pro debe presentar los documentos señalados en el artículo 139 del Reglamento y los previstos en la sección específica de las bases.

3.2. GARANTÍAS

Las garantías que deben otorgar los postores y/o contratistas, según corresponda, son las de fiel cumplimiento del contrato y por los adelantos.

3.2.1. GARANTÍA DE FIEL CUMPLIMIENTO

Como requisito indispensable para perfeccionar el contrato, el postor ganador debe entregar a la Entidad la garantía de fiel cumplimiento del mismo por una suma equivalente al diez por ciento (10%) del monto del contrato original. Esta se mantiene vigente hasta la conformidad de la recepción de la prestación a cargo del contratista.

Importante

En los contratos periódicos de prestación de servicios en general que celebren las Entidades con las micro y pequeñas empresas, estas últimas pueden otorgar como garantía de fiel cumplimiento el diez por ciento (10%) del monto del contrato original, porcentaje que es retenido por la Entidad durante la primera mitad del número total de pagos a realizarse, de forma prorrateada en cada pago, con cargo a ser devuelto a la finalización del mismo, conforme lo establecen los numerales 149.4 y 149.5 del artículo 149 del Reglamento.

3.2.2. GARANTÍA DE FIEL CUMPLIMIENTO POR PRESTACIONES ACCESORIAS

En las contrataciones que conllevan la ejecución de prestaciones accesorias, tales como mantenimiento, reparación o actividades afines, se otorga una garantía adicional por una suma equivalente al diez por ciento (10%) del monto del contrato de la prestación accesorias, la misma que debe ser renovada periódicamente hasta el cumplimiento total de las obligaciones garantizadas.

Importante

En los contratos derivados de procedimientos de selección por relación de ítems, cuando el monto del ítem adjudicado o la sumatoria de los montos de los ítems adjudicados sea igual o menor a cien mil Soles (S/ 100,000.00), no corresponde presentar garantía de fiel cumplimiento de contrato ni garantía de fiel cumplimiento por prestaciones accesorias, conforme a lo dispuesto en el literal a) del artículo 152 del Reglamento.

3.2.3. GARANTÍA POR ADELANTO

En caso se haya previsto en la sección específica de las bases la entrega de adelantos, el contratista debe presentar una garantía emitida por idéntico monto conforme a lo estipulado en el artículo 153 del Reglamento.

3.3. REQUISITOS DE LAS GARANTÍAS

Las garantías que se presenten deben ser incondicionales, solidarias, irrevocables y de realización automática en el país, al solo requerimiento de la Entidad. Asimismo, deben ser emitidas por empresas que se encuentren bajo la supervisión directa de la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones y que cuenten con clasificación de riesgo B o superior. Asimismo, deben estar autorizadas para emitir garantías; o estar consideradas en la última lista de bancos extranjeros de primera categoría que periódicamente publica el Banco Central de Reserva del Perú.

Importante

Corresponde a la Entidad verificar que las garantías presentadas por el postor ganador de la buena pro y/o contratista cumplan con los requisitos y condiciones necesarios para su aceptación y eventual ejecución, sin perjuicio de la determinación de las responsabilidades funcionales que correspondan.

Advertencia

Los funcionarios de las Entidades no deben aceptar garantías emitidas bajo condiciones distintas a las establecidas en el presente numeral, debiendo tener en cuenta lo siguiente:

1. La clasificadora de riesgo que asigna la clasificación a la empresa que emite la garantía debe encontrarse listada en el portal web de la SBS (<http://www.sbs.gob.pe/sistema-financiero/clasificadoras-de-riesgo>).

2. Se debe identificar en la página web de la clasificadora de riesgo respectiva, cuál es la clasificación vigente de la empresa que emite la garantía, considerando la vigencia a la fecha de emisión de la garantía.

3. Para fines de lo establecido en el artículo 148 del Reglamento, la clasificación de riesgo B, incluye las clasificaciones B+ y B.

4. Si la empresa que otorga la garantía cuenta con más de una clasificación de riesgo emitida por distintas empresas listadas en el portal web de la SBS, bastará que en una de ellas cumpla con la clasificación mínima establecida en el Reglamento.

En caso exista alguna duda sobre la clasificación de riesgo asignada a la empresa emisora de la garantía, se deberá consultar a la clasificadora de riesgos respectiva.

De otro lado, además de cumplir con el requisito referido a la clasificación de riesgo, a efectos de verificar si la empresa emisora se encuentra autorizada por la SBS para emitir garantías, debe revisarse el portal web de dicha Entidad (<http://www.sbs.gob.pe/sistema-financiero/relacion-de-empresas-que-se-encuentran-autorizadas-a-emitir-cartas-fianza>).

Los funcionarios competentes deben verificar la autenticidad de la garantía a través de los mecanismos establecidos (consulta web, teléfono u otros) por la empresa emisora.

3.4. EJECUCIÓN DE GARANTÍAS

La Entidad puede solicitar la ejecución de las garantías conforme a los supuestos contemplados en el artículo 155 del Reglamento.

3.5. ADELANTOS

La Entidad puede entregar adelantos directos al contratista, los que en ningún caso exceden en conjunto del treinta por ciento (30%) del monto del contrato original, siempre que ello haya sido previsto en la sección específica de las bases.

3.6. PENALIDADES

3.6.1. PENALIDAD POR MORA EN LA EJECUCIÓN DE LA PRESTACIÓN

En caso de retraso injustificado del contratista en la ejecución de las prestaciones objeto del contrato, la Entidad le aplica automáticamente una penalidad por mora por cada día de atraso, de conformidad con el artículo 162 del Reglamento.

3.6.2. OTRAS PENALIDADES

La Entidad puede establecer penalidades distintas a la mencionada en el numeral precedente, según lo previsto en el artículo 163 del Reglamento y lo indicado en la sección específica de las bases.

Estos dos tipos de penalidades se calculan en forma independiente y pueden alcanzar cada una un monto máximo equivalente al diez por ciento (10%) del monto del contrato vigente, o de ser el caso, del ítem que debió ejecutarse.

3.7. INCUMPLIMIENTO DEL CONTRATO

Las causales para la resolución del contrato, serán aplicadas de conformidad con el artículo 36 de la Ley y 164 del Reglamento.

3.8. PAGOS

El pago se realiza después de ejecutada la respectiva prestación, pudiendo contemplarse pagos a cuenta, según la forma establecida en la sección específica de las bases o en el contrato.

La Entidad paga las contraprestaciones pactadas a favor del contratista dentro de los diez (10) días calendario siguientes de otorgada la conformidad de los servicios, siempre que se verifiquen las condiciones establecidas en el contrato para ello, bajo responsabilidad del funcionario competente.

La conformidad se emite en un plazo máximo de siete (7) días de producida la recepción, salvo que se requiera efectuar pruebas que permitan verificar el cumplimiento de la obligación, en cuyo caso la conformidad se emite en un plazo máximo de quince (15) días, bajo responsabilidad del funcionario que debe emitir la conformidad.

En el caso que se haya suscrito contrato con un consorcio, el pago se realizará de acuerdo a lo que se indique en el contrato de consorcio.

Advertencia

En caso de retraso en los pagos a cuenta o pago final por parte de la Entidad, salvo que se deba a caso fortuito o fuerza mayor, esta reconoce al contratista los intereses legales correspondientes, de conformidad con el artículo 39 de la Ley y 171 del Reglamento, debiendo repetir contra los responsables de la demora injustificada.

3.9. DISPOSICIONES FINALES

Todos los demás aspectos del presente procedimiento no contemplados en las bases se regirán supletoriamente por la Ley y su Reglamento, así como por las disposiciones legales vigentes.

SECCIÓN ESPECÍFICA

CONDICIONES ESPECIALES DEL PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN

CAPÍTULO I GENERALIDADES

1.1. ENTIDAD CONVOCANTE

Nombre : Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERU

RUC N° : 20307167442

Domicilio legal : Calle Uno Oeste N° 50 Piso 14 Edificio MINCETUR, Urb. Córpac – San Isidro

Teléfono: : 616-7300 Anexo 1430

Correo electrónico: : mhelguero@promperu.gob.pe

1.2. OBJETO DE LA CONVOCATORIA

El presente procedimiento de selección tiene por objeto la contratación del SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA LA EJECUCION DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA REACTIVACION DEL TURISMO RECEPTIVO 2021.

1.3. EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN

El expediente de contratación fue aprobado mediante Formato N° 02 de aprobación de expediente de contratación N° 013-2021-OAD el 05 de mayo de 2021

1.4. FUENTE DE FINANCIAMIENTO

Recursos ordinarios.

Importante

La fuente de financiamiento debe corresponder a aquella prevista en la Ley de Equilibrio Financiero del Presupuesto del Sector Público del año fiscal en el cual se convoca el procedimiento de selección.

1.5. SISTEMA DE CONTRATACIÓN

El presente procedimiento se rige por el sistema a suma alzada, de acuerdo con lo establecido en el expediente de contratación respectivo.

1.6. DISTRIBUCIÓN DE LA BUENA PRO

No aplica.

1.7. ALCANCES DEL REQUERIMIENTO

El alcance de la prestación está definido en el Capítulo III de la presente sección de las bases.

1.8. PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Los servicios materia de la presente convocatoria se prestarán en el plazo de doscientos diez (210) días calendario contados a partir del día calendario siguiente de perfeccionado el contrato, en concordancia con lo establecido en el expediente de contratación.

1.9. COSTO DE REPRODUCCIÓN Y ENTREGA DE BASES

Los participantes registrados tienen el derecho de recabar un ejemplar de las bases, para cuyo efecto deben cancelar S/. 5.00 (Cinco y 00/100 Nuevos Soles), en la caja de la Unidad de Finanzas sito en Calle Uno Oeste N° 050 Piso 14 Edificio MINCETUR – San Isidro.

Importante

El costo de entrega de un ejemplar de las bases no puede exceder el costo de su reproducción.

1.10. BASE LEGAL

- Ley N° 30225, Ley de Contrataciones del Estado, modificado por el Decreto Legislativo N° 1444.
- Decreto Supremo N° 082-2019-EF que aprueba el TUO de la Ley 30225 – Ley de Contrataciones del Estado.
- Decreto Supremo N° 344-2018-EF, que aprueba el Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, modificado por Decreto Supremo N° 377-2019-EF.
- Decreto Legislativo N° 1440 – Decreto Legislativo del Sistema Nacional de Presupuesto Público.
- Decreto Supremo N° 168-2020-EF, que dicta disposiciones en materia de contrataciones públicas para facilitar la reactivación de contratos de bienes y servicios y modifica el Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado
- Ley N° 31084 - Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2021.
- Ley N° 31085 - Ley de Equilibrio Financiero del Presupuesto del Sector Público del año fiscal 2021.
- TUO de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General. - Código Civil. –
- Formato N° 04 de designación del comité de selección N° 010-2021-OAD de fecha 05 de mayo de 2021 que designa al Comité de Selección.

Las referidas normas incluyen sus respectivas modificaciones, de ser el caso.

CAPÍTULO II DEL PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN

2.1. CALENDARIO DEL PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN

Según el cronograma de la ficha de selección de la convocatoria publicada en el SEACE.

Importante

De conformidad con la vigesimosegunda Disposición Complementaria Final del Reglamento, en caso la Entidad (Ministerios y sus organismos públicos, programas o proyectos adscritos) haya difundido el requerimiento a través del SEACE siguiendo el procedimiento establecido en dicha disposición, no procede formular consultas u observaciones al requerimiento.

2.2. CONTENIDO DE LAS OFERTAS

La oferta contendrá, además de un índice de documentos¹, la siguiente documentación:

2.2.1. Documentación de presentación obligatoria

2.2.1.1. Documentos para la admisión de la oferta

- a) Declaración jurada de datos del postor. (**Anexo N° 1**)
- b) Documento que acredite la representación de quien suscribe la oferta.

En caso de persona jurídica, copia del certificado de vigencia de poder del representante legal, apoderado o mandatario designado para tal efecto.

En caso de persona natural, copia del documento nacional de identidad o documento análogo, o del certificado de vigencia de poder otorgado por persona natural, del apoderado o mandatario, según corresponda.

El certificado de vigencia de poder expedido por registros públicos no debe tener una antigüedad mayor de treinta (30) días calendario a la presentación de ofertas, computada desde la fecha de emisión.

En el caso de consorcios, este documento debe ser presentado por cada uno de los integrantes del consorcio que suscriba la promesa de consorcio, según corresponda.

Advertencia

De acuerdo con el artículo 4 del Decreto Legislativo N° 1246, las Entidades están prohibidas de exigir a los administrados o usuarios la información que puedan obtener directamente mediante la interoperabilidad a que se refieren los artículos 2 y 3 de dicho Decreto Legislativo. En esa medida, si la Entidad es usuaria de la Plataforma de Interoperabilidad del Estado – PIDE² y siempre que el servicio web se encuentre activo en el Catálogo de Servicios de dicha plataforma, no corresponderá exigir el certificado de vigencia de poder y/o documento nacional de identidad.

- c) Declaración jurada de acuerdo con el literal b) del artículo 52 del Reglamento. (**Anexo N° 2**)

¹ La omisión del índice no determina la no admisión de la oferta.

² Para mayor información de las Entidades usuarias y del Catálogo de Servicios de la Plataforma de Interoperabilidad del Estado – PIDE ingresar al siguiente enlace <https://www.gobiernodigital.gob.pe/interoperabilidad/>

- d) Declaración jurada de cumplimiento de los Términos de Referencia contenidos en el numeral 3.1 del Capítulo III de la presente sección. **(Anexo N° 3)**
- e) Declaración jurada de plazo de prestación del servicio. **(Anexo N° 4)**³
- f) Promesa de consorcio con firmas legalizadas, de ser el caso, en la que se consigne los integrantes, el representante común, el domicilio común y las obligaciones a las que se compromete cada uno de los integrantes del consorcio así como el porcentaje equivalente a dichas obligaciones. **(Anexo N° 5)**
- g) El precio de la oferta en soles debe registrarse directamente en el formulario electrónico del SEACE.

Adicionalmente, en el caso de procedimientos convocados a suma alzada únicamente se debe adjuntar el Anexo N° 6, cuando corresponda indicar el monto de la oferta de la prestación accesoria o que el postor goza de alguna exoneración legal.

El precio total de la oferta y los subtotales que lo componen son expresados con dos (2) decimales.

Importante

- *El comité de selección verifica la presentación de los documentos requeridos. De no cumplir con lo requerido, la oferta se considera no admitida.*
- *En caso de requerir estructura de costos o análisis de precios, esta se presenta para el perfeccionamiento del contrato.*

2.2.1.2. Documentos para acreditar los requisitos de calificación

Incorporar en la oferta los documentos que acreditan los “**Requisitos de Calificación**” que se detallan en el numeral 3.2 del Capítulo III de la presente sección de las bases.

Advertencia

El comité de selección no podrá exigir al postor la presentación de documentos que no hayan sido indicados en los acápites “Documentos para la admisión de la oferta”, “Requisitos de calificación” y “Factores de evaluación”.

2.3. REQUISITOS PARA PERFECCIONAR EL CONTRATO

El postor ganador de la buena pro debe presentar los siguientes documentos para perfeccionar el contrato:

- a) Garantía de fiel cumplimiento del contrato (carta fianza o póliza de caución), de ser el caso.
- b) Contrato de consorcio con firmas legalizadas ante Notario de cada uno de los integrantes de ser el caso.
- c) Código de cuenta interbancaria (CCI) según **Anexo N° 09** o, en el caso de proveedores no domiciliados, el número de su cuenta bancaria y la entidad bancaria en el exterior.
- d) Copia de la vigencia del poder del representante legal de la empresa que acredite que cuenta con facultades para perfeccionar el contrato, cuando corresponda.
- e) Copia de DNI del postor en caso de persona natural, o de su representante legal en caso de persona jurídica.

³ En caso de considerar como factor de evaluación la mejora del plazo de prestación del servicio, el plazo ofertado en dicho anexo servirá también para acreditar este factor.

Advertencia

De acuerdo con el artículo 4 del Decreto Legislativo N° 1246, las Entidades están prohibidas de exigir a los administrados o usuarios la información que puedan obtener directamente mediante la interoperabilidad a que se refieren los artículos 2 y 3 de dicho Decreto Legislativo. En esa medida, si la Entidad es usuaria de la Plataforma de Interoperabilidad del Estado – PIDE⁴ y siempre que el servicio web se encuentre activo en el Catálogo de Servicios de dicha plataforma, no corresponderá exigir los documentos previstos en los literales e) y f).

- f) Domicilio para efectos de la notificación durante la ejecución del contrato.
- g) Detalle de los precios unitarios del precio ofertado.
- h) Estructura de costos.

Importante

- *En caso que el postor ganador de la buena pro sea un consorcio, las garantías que presente este para el perfeccionamiento del contrato, así como durante la ejecución contractual, de ser el caso, además de cumplir con las condiciones establecidas en el artículo 33 de la Ley y el artículo 148 del Reglamento, deben consignar expresamente el nombre completo o la denominación o razón social de los integrantes del consorcio, en calidad de garantizados, de lo contrario no podrán ser aceptadas por las Entidades. No se cumple el requisito antes indicado si se consigna únicamente la denominación del consorcio, conforme lo dispuesto en la Directiva “Participación de Proveedores en Consorcio en las Contrataciones del Estado”.*
- *En los contratos periódicos de prestación de servicios en general que celebren las Entidades con las micro y pequeñas empresas, estas últimas pueden otorgar como garantía de fiel cumplimiento el diez por ciento (10%) del monto del contrato original, porcentaje que es retenido por la Entidad durante la primera mitad del número total de pagos a realizarse, de forma prorrateada en cada pago, con cargo a ser devuelto a la finalización del mismo, conforme lo establece el numeral 149.4 del artículo 149 del Reglamento. Para dicho efecto los postores deben encontrarse registrados en el REMYPE, consignando en la Declaración Jurada de Datos del Postor (Anexo N° 1) o en la solicitud de retención de la garantía durante el perfeccionamiento del contrato, que tienen la condición de MYPE, lo cual será verificado por la Entidad en el link <http://www2.trabajo.gob.pe/servicios-en-linea-2-2> opción consulta de empresas acreditadas en el REMYPE.*
- *En los contratos derivados de procedimientos de selección por relación de ítems, cuando el monto del ítem adjudicado o la sumatoria de los montos de los ítems adjudicados sea igual o menor a cien mil Soles (S/ 100,000.00), no corresponde presentar garantía de fiel cumplimiento de contrato ni garantía de fiel cumplimiento por prestaciones accesorias, conforme a lo dispuesto en el literal a) del artículo 152 del Reglamento.*

- i) Copia de la Ficha RUC de la empresa o de cada una de las empresas, en caso de consorcios
- j) El título técnico requerido del **personal complementario**, serán verificados en el Registro Nacional de Grados Académicos y Títulos Profesionales en el portal web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - SUNEDU a través del siguiente link: <https://enlinea.sunedu.gob.pe/> // o en el Registro Nacional de Certificados, Grados y Títulos a cargo del Ministerio de Educación a través del siguiente link: <http://www.titulosinstitutos.pe/>, según corresponda. El postor debe señalar los nombres y apellidos, DNI y profesión del personal complementario, así como el nombre de la universidad o institución educativa que expidió el grado o título profesional requerido. En caso que el título técnico no se encuentre inscrito en el referido registro, el postor debe presentar la copia del diploma respectivo a fin de acreditar la formación académica requerida del personal complementario.
- k) Acreditar la experiencia del **personal complementario** con cualquiera de los siguientes documentos: (i) copia simple de contratos y su respectiva conformidad o (ii) constancias o

⁴ Para mayor información de las Entidades usuarias de la Plataforma de Interoperabilidad del Estado – PIDE ingresar al siguiente enlace <https://www.gobiernodigital.gob.pe/interoperabilidad/>

(iii) certificados o (iv) cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la experiencia del personal complementario.

Importante

- *Corresponde a la Entidad verificar que las garantías presentadas por el postor ganador de la buena pro cumplan con los requisitos y condiciones necesarios para su aceptación y eventual ejecución, sin perjuicio de la determinación de las responsabilidades funcionales que correspondan.*
- *De conformidad con el Reglamento Consular del Perú aprobado mediante Decreto Supremo N° 076-2005-RE para que los documentos públicos y privados extendidos en el exterior tengan validez en el Perú, deben estar legalizados por los funcionarios consulares peruanos y refrendados por el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú, salvo que se trate de documentos públicos emitidos en países que formen parte del Convenio de la Apostilla, en cuyo caso bastará con que estos cuenten con la Apostilla de la Haya⁵.*
- *La Entidad no puede exigir documentación o información adicional a la consignada en el presente numeral para el perfeccionamiento del contrato.*

2.4. PERFECCIONAMIENTO DEL CONTRATO

El contrato se perfecciona con la suscripción del documento que lo contiene. Para dicho efecto el postor ganador de la buena pro, dentro del plazo previsto en el artículo 141 del Reglamento, debe presentar la documentación requerida mediante la Ventanilla Virtual de PROMPERÚ: <http://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/Home/Index>, indicándose en datos del destinatario a la Unidad de Logística, conteniendo los siguientes datos: "Documentos para perfeccionamiento de contrato del procedimiento de selección Concurso Público N°002-2021-PROMPERU"

El horario de recepción es de lunes a viernes desde las 9:00 hasta las 17:00 horas. Sin embargo, los ciudadanos podrán presentar sus documentos durante las 24 horas del día tomando en cuenta lo siguiente:

- Después de las 17:00 hasta las 23:59 horas, se considerará presentado el siguiente día hábil.
- Entre las 00:00 y las 8:59 horas de días hábiles, se considerará presentado el mismo día.
- En caso la presentación de documentos se realice un día no hábil (sábados, domingos y feriados), se considerará presentado el siguiente día hábil.

Importante

En el caso de procedimientos de selección por relación de ítems, se puede perfeccionar el contrato con la suscripción del documento o con la recepción de una orden de servicios, cuando el monto del valor estimado del ítem no supere los cien mil Soles (S/ 100,000.00).

2.5. FORMA DE PAGO

A) Pago del Fee

Se realizarán 7 pagos parciales e iguales en moneda nacional, por transferencia bancaria, para lo cual:

- El proveedor deberá haber presentado lo siguiente:

⁵ Según lo previsto en la Opinión N° 009-2016/DTN.

- a.1 El entregable que corresponda, según lo indicado en el numeral IX “Productos”.
- a.2 Asimismo, para que proceda el pago 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:

- a) El correo de notificación de la orden de servicio.
- b) El correo de aceptación de Ventanilla Virtual con el envío de su entregable o producto o informe, en la modalidad establecida en sus TDR.

- Cada entregable deberá contar con la conformidad de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo y la Dirección de Promoción del Turismo, y con el visto bueno de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País y el Departamento de Estrategia Creativa y Contenidos. La conformidad no superará de 7 días calendario de producida la recepción de cada entregable.

B) Pago de la Bolsa de Producción:

El pago se realizará en 02 partes, el primero de 50% y el segundo del 50%, en moneda nacional, por transferencia bancaria, para lo cual:

- El proveedor deberá haber presentado lo siguiente:

a.1 El producto que corresponda, según lo indicado en el numeral IX “Productos”.

a.2 Asimismo, para que proceda el pago 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:

- c) El correo de notificación de la orden de servicio.
- d) El correo de aceptación de Ventanilla Virtual con el envío de su entregable o producto o informe, en la modalidad establecida en sus TDR.

- Cada producto deberá contar con la conformidad de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo y la Dirección de Promoción del Turismo, y con el visto bueno de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País y el Departamento de Estrategia Creativa y Contenidos. La conformidad no superará de 7 días calendario de producida la recepción de cada producto.

CAPÍTULO III REQUERIMIENTO

Importante

De conformidad con el numeral 29.8 del artículo 29 del Reglamento, el área usuaria es responsable de la adecuada formulación del requerimiento, debiendo asegurar la calidad técnica y reducir la necesidad de su reformulación por errores o deficiencias técnicas que repercutan en el proceso de contratación.

3.1. TERMINOS DE REFERENCIA

I. DEL REQUERIMIENTO

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

II. ANTECEDENTES

PROMPERÚ, como organismo técnico especializado encargado de la promoción del Perú, viene ejecutando una serie de actividades de comunicación y publicidad en los principales mercados estratégicos, con el objetivo de incentivar el turismo receptivo a través de la difusión de los destinos y atractivos turísticos del país.

En el año 2008 se lanzó la campaña internacional para la promoción turística “Perú, vive la leyenda” en los principales mercados prioritarios. Esta tuvo una duración de tres años y cumplió el siguiente objetivo de comunicación: Posicionar al Perú como un destino de gran valor cultural e histórico.

En marzo del 2011 PROMPERÚ lanzó la marca país lo que permitió a la Dirección de Promoción del Turismo alinear su estrategia de promoción turística a la de posicionamiento del país, el mismo que se sustenta en los siguientes tres pilares:

- a. Polifacético: el Perú tiene una oferta turística para los intereses particulares de cada viajero.
- b. Especialista: el Perú cuenta con atractivos exóticos, inusuales que no se encuentran fácilmente en otras partes del mundo.
- c. Cautivador: el turista que visita el Perú se siente transformado, cautivado y generalmente extiende su estadía o decide regresar a conocer más.

En agosto de 2012 se lanzó la campaña internacional de promoción turística “Perú, Imperio de Tesoros Escondidos”, en los principales mercados prioritarios. Esta tuvo una duración de tres años y cumplió los siguientes objetivos de comunicación:

- Capitalizar el reconocimiento del Perú como destino turístico cultural ampliando nuestra imagen de Machu Picchu y los incas a nuestras múltiples culturas pre-incas y atractivos arqueológicos a lo largo del Perú.
- Romper con los paradigmas de un Perú con infraestructura y servicios precarios mostrando la oferta actual que cumple con los estándares mundiales de calidad.

En enero de 2015 se lanzó la campaña internacional de promoción turística “Perú, país de tesoros escondidos” en los principales mercados prioritarios con los siguientes objetivos de comunicación:

- Lograr deseabilidad, motivando sensorialmente a través de experiencias auténticas, donde se resalten los diferenciales de nuestra oferta turística.
- Incentivar el deseo de viajar al Perú entre los siguientes segmentos identificados: millennials, familias, parejas y adultos activos.
- Ofrecer beneficios emocionales que permitan conectar al viajero con sus necesidades y deseos no materiales.

El concepto creativo sobre el cual se desarrolló (“Perú, país de tesoros escondidos”) fue creado y diseñado para ser largo, duradero y sobre todo flexible. De tal forma que las campañas venideras puedan evolucionar y se mantengan vigentes, y, sobre todo relevantes para el consumidor final, en una industria que es altamente competitiva a nivel mundial y cuyo escenario cambia rápida y constantemente.

En noviembre de 2017 se lanzó la campaña internacional de promoción turística “Perú, el país más rico del mundo” en los mercados prioritarios. Esta campaña se mantuvo durante al año 2018 y 2019 y responde a los siguientes objetivos de comunicación:

- **OBJETIVOS DE MARKETING:** Crecimiento sostenido del % 10 anual del flujo de viaje de turistas internacionales, a fin de contribuir efectivamente a la meta de 5,62 millones de turistas al 2021 (cifra proyectada por el Mincetur).
- **OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN:** Difundir la variada y diversa oferta turística que tiene el Perú, capitalizando el reconocimiento del país como destino cultural y culinario.

El 15 de marzo de 2020, se publica el Decreto Supremo N° 044-2020 PCM, que declara el estado de emergencia nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la nación a consecuencia del brote del COVID-19. En la misma fecha, se emite el Decreto de Urgencia N° 026-2020 “Decreto de Urgencia que establece diversas medidas excepcionales y temporales para prevenir la propagación del Coronavirus (COVID-19) en el territorio nacional, el cual tiene por objeto aprobar medidas adicionales extraordinarias que permitan adoptar las acciones preventivas y de respuesta para reducir el riesgo de propagación y el impacto sanitario de la enfermedad causada por el virus del COVID-19”.

El estado de Emergencia se ha ido ampliando hasta el presente año con la finalidad de intensificar el trabajo y el control el virus en el territorio nacional.

A fin de mantener la presencia comunicacional de Perú durante el estado de emergencia, se lanzó en abril 2020 el spot “Sueño, luego viaje a Perú” en redes sociales para Latinoamérica y Estados Unidos. Posteriormente, se lanza una segunda parte del spot en octubre de 2020, mostrando los principales atractivos turísticos y la implementación de protocolos de seguridad para la industria en Perú tras la reapertura de fronteras.

En el 2020, a raíz de la pandemia generada por la presencia de covid-19, el número de llegadas de turistas internacionales ascendió a 896 523, significando una reducción del -79% respecto al 2019. Del mismo modo, las divisas generadas por turismo receptivo representó un aproximado de US\$ 977 000, monto que representa una reducción del - 79,6%.

En ese contexto es que se ha trabajado en una estrategia de reactivación del turismo receptivo el cual ha definido los siguientes objetivos:

OBJETIVO DE MARKETING:

1. Incrementar el número de arribos de turistas de los 09 mercados seleccionados como público objetivo, en 35%. Priorizar los segmentos millennials y generación X.

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN:

1. Afianzar la imagen de Perú como un destino atractivo para el turismo.

2. Comunicar a las audiencias clave que Perú es un destino seguro (protocolos de bioseguridad y sello Safe Travels)
3. Mostrar la diversidad de experiencias turísticas que tiene el Perú.

III.FINALIDAD PÚBLICA DE LA CONTRATACIÓN

La presente contratación tiene por finalidad pública fortalecer al Perú como destino atractivo para el turismo a través de una estrategia de promoción que contribuya efectivamente al crecimiento sostenido y descentralizado de las divisas generadas por turismo.

IV.OBJETO DEL SERVICIO

PROMPERÚ en el marco de sus actividades de promoción requiere la contratación del servicio de una AGENCIA DE PUBLICIDAD para realizar la campaña internacional de promoción del Perú como destino turístico en los principales mercados internacionales (Estados Unidos, Chile, Ecuador, Colombia, México, Reino Unido, Alemania, Francia y España), como parte de la estrategia de reactivación del sector turístico nacional.

V.DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Está dividida en las siguientes tres actividades:

1. Guía de uso y ejecución de la campaña internacional de turismo

1.1. La AGENCIA tendrá como insumos el brief ([anexo 1](#)), estudios de investigación de mercado ([anexo 2](#)), el manual de identidad visual de la marca país ([anexo 3](#)) nuevo concepto creativo ([anexo 4](#)).

1.2. Seguidamente y sobre la base del brief ([ver anexo 1](#)), el diagnóstico y tomando en cuenta los atributos y posicionamiento de la marca país, la AGENCIA deberá desarrollar la **guía de uso y ejecución de la campaña internacional de turismo** el cual será entregado como parte del producto 2 de la bolsa de producción.

1.3. Esta deberá ser desarrollada en castellano e inglés, estar alineada al manual de identidad visual de la Marca País y contener como mínimo lo siguiente:

1.3.1. **Manifiesto o “reason why”**

1.3.2. **Índice**

1.3.3. **Titular de la campaña (nombre o eslogan)**

1.3.4. **Construcción, área de seguridad y colores del titular de la campaña**

1.3.4.1. Construcción y áreas de seguridad

1.3.4.2. Colores del titular en fondos sólidos

1.3.4.3. Usos incorrectos

1.3.4.4. Versiones en otros idiomas

1.3.5. **Tipografía de campaña**

1.3.5.1. Títulos y encabezados

1.3.5.2. Párrafos y textos generales

1.3.6. **Estructura de avisos de campaña:**

1.3.6.1. Proporciones de los elementos en las piezas gráficas (aviso vertical)

1.3.6.2. Proporciones de los elementos en las piezas gráficas (aviso horizontal)

1.3.6.3. Proporción del titular de campaña para las piezas gráficas vertical

1.3.6.4. Proporción del titular de campaña para las piezas gráficas horizontal

- 1.3.6.5. Bloque de texto y patas
- 1.3.6.6. Aplicaciones del titular de campaña en gráficas
- 1.3.7. **Uso de gráficas en grandes formatos**
 - 1.3.7.1. Aplicaciones en grandes formatos
 - 1.3.7.2. Ejemplos de grandes formatos
- 1.3.8. **Cobranding de campaña**
 - 1.3.8.1. Ejemplos de cobranding
 - 1.3.8.2. Ejemplos de cobranding uso correcto e incorrecto
- 1.3.9. **Piezas digitales**
 - 1.3.9.1. Mailings con y sin aliados
 - 1.3.9.2. Banners con y sin cobranding
 - 1.3.9.3. Diseños para redes sociales

- 1.4. La Agencia deberá considerar el desarrollo de esta actividad como parte de su fee
- 1.5. La AGENCIA deberá realizar a pedido de PROMPERÚ, los cambios y ajustes necesarios a la propuesta hasta que PROMPERÚ se encuentre plenamente satisfecho con la propuesta de la AGENCIA.
- 1.6. Para ese propósito, PROMPERÚ indicará a la AGENCIA lo que considere debe cambiarse, ajustarse y revisarse. Estos ajustes deberán ser presentados por la AGENCIA **en un plazo no mayor de hasta 08 días calendario** contados a partir del día siguiente de haber recibido la indicación a través de un correo electrónico.

2. **Producción, desarrollo y adaptación de piezas publicitarias de la nueva CAMPAÑA internacional de turismo:**

- 2.1. Mientras la AGENCIA desarrolla la producción de la nueva CAMPAÑA deberá brindar en paralelo y sin limitación alguna el servicio de desarrollo, producción y adaptación de TODAS las piezas publicitarias para el mantenimiento de la campaña de Turismo. La AGENCIA deberá considerar este servicio en su fee.
- 2.2. La AGENCIA deberá ejecutar la campaña en los siguientes mercados estratégicos: Estados Unidos, Chile, Colombia, Ecuador, México, Alemania, Francia, España y Reino Unido.
- 2.3. La AGENCIA deberá realizar las traducciones de **TODAS** las piezas publicitarias necesarias para la correcta ejecución de la campaña de mantenimiento e indicadas en el plan de medios y otras⁶ actividades de promoción y/o comunicación solicitadas por PROMPERÚ. Los idiomas que se deben traducir son: inglés norteamericano (USA), inglés británico (Reino Unido), francés y alemán.
- 2.4. Las traducciones deberán ser realizadas por cuatro (4) traductores profesionales que tengan el inglés norteamericano, el inglés británico, el francés y el alemán como lengua nativa (un traductor por cada idioma) y deberán contar con experiencia en traducción de campañas publicitarias. El proveedor en un plazo máximo de siete (07) días calendario a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato, vía correo electrónico, enviará el certificado de estudios que acredite la formación profesional y la experiencia la 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 de los traductores.

⁶ Se refiere a las acciones de promoción o de comunicación indicadas en el plan de medios donde se ejecuten las campañas.

2.5. La AGENCIA coordinará directamente con las centrales de medios de PROMPERÚ la entrega de las piezas publicitarias de acuerdo a las especificaciones técnicas (indicadas en el plan de medios) para la correcta ejecución de la campaña, así como las piezas necesarias para otras actividades de promoción y/o comunicación solicitadas por PROMPERÚ no contempladas en el plan de medios de manera correcta y oportuna.

2.6. DE LAS PIEZAS PARA TV:

2.6.1. La AGENCIA deberá realizar las copias y/o transferencias de los spots a los formatos que requieran los distintos medios de comunicación de los países donde se lleve a cabo la campaña de promoción, considerando que deberán ser adaptados para la difusión en plataformas on y off line. Los formatos y soportes serán indicados y provistos por las centrales de medios a la AGENCIA, en coordinación con PROMPERÚ.

2.6.2. PROMPERÚ podrá solicitar a la AGENCIA la reedición de cualquiera de las piezas audiovisuales de su archivo.

2.6.3. Una vez concluidas las piezas audiovisuales descritas en el acápite anterior, la AGENCIA deberá entregar a PROMPERÚ (como parte del producto 2 de la bolsa de producción) un disco duro conteniendo el copión en formato editable y las piezas finales en la más alta calidad y en los formatos que la entidad especificará en su momento⁷.

2.7. DE LAS PIEZAS GRÁFICAS:

2.7.1. Deberá considerarse la cantidad de avisos que sean necesarios para implementar la campaña, pudiendo PROMPERÚ solicitar los cambios que juzgue pertinentes hasta obtener el producto deseado.

2.7.2. Una vez que la AGENCIA haya presentado el boceto de los avisos para medios impresos, vía pública y otras piezas gráficas publicitarias corregidos con los cambios solicitados, y PROMPERÚ haya quedado satisfecho con la propuesta, PROMPERÚ deberá dar su aprobación expresa y escrita para que la AGENCIA proceda a su realización, dicha aprobación se realizará a través de correo electrónico.

2.7.3. El texto de los bocetos aprobados deberá ser entregado en castellano y en los demás idiomas correspondientes a los países donde se implementará la campaña.

2.7.4. Para la propuesta creativa y/o realización de los avisos para medios impresos, vía pública y otras piezas gráficas publicitarias, la AGENCIA podrá utilizar el material de la campaña desarrollado previamente, siguiendo los lineamientos gráficos y visuales que se establezcan.

2.7.5. La AGENCIA deberá realizar, a solicitud de PROMPERÚ, los artes finales y la adaptación de los avisos para medios impresos, vía pública y otras piezas gráficas publicitarias con las especificaciones que requieran los distintos medios de comunicación de cada país donde se lleve a cabo la campaña. Los formatos y soportes serán indicados y provistos por las centrales de medios a la AGENCIA.

2.7.6. Una vez concluidas las piezas gráficas publicitarias, la AGENCIA deberá entregar a PROMPERÚ como parte del producto 2 de la bolsa de producción, un disco duro conteniendo las artes en soporte editable y un archivo de texto especificando las consideraciones técnicas utilizadas, como tipo de fuente y si aplicara los archivos digitales originales

⁷ ver punto IX. PRODUCTOS

2.8. DE LAS PIEZAS ONLINE:

2.8.1. Deberá desarrollar banners digitales incluyendo display y rich media (entre animaciones, expandibles, con video, layers e interactivos, estático en JPG, GIFS, entre otros). PROMPERÚ podrá solicitar en cada caso, los cambios que juzgue pertinentes hasta obtener el producto deseado. Deberá considerar la elaboración de diseños de skin para redes sociales.

2.8.2. Para la realización de los banners web y otras piezas publicitarias similares indicadas en el plan de medios y cuadro de materiales, la AGENCIA deberá presentar un boceto inicial de la animación y/u otros materiales que sustenten su propuesta creativa. PROMPERÚ podrá hacer sugerencias y solicitar cambios, correcciones y otras enmiendas, las cuales deberán ser incorporadas al boceto final por la AGENCIA.

2.8.3. El texto de los bocetos aprobados deberá ser entregado en castellano y en los idiomas que solicite PROMPERÚ como son: inglés norteamericano, inglés británico, francés y alemán.

2.8.4. La AGENCIA deberá realizar las artes finales, animaciones finales y adaptaciones técnicas de estas piezas de acuerdo a las especificaciones técnicas entregadas por las centrales de medios según la pauta publicitaria aprobada para cada país. La misma que podrá considerar publicidad en Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, red de display Google, y otros. Asimismo, deberá considerar la realización de los formatos especiales para publicidad en Facebook, Instagram, Twitter y otros.

2.8.5. Dentro del entregable N°7, el proveedor deberá entregar las piezas publicitarias en un disco duro el software de las aplicaciones para dispositivos móviles y cualquier otra pieza que PROMPERÚ haya solicitado producir a la AGENCIA, en soporte editable y un archivo de texto especificando las consideraciones técnicas utilizadas, como tipo de fuente y si aplicara los archivos digitales originales de todas las fotos tomadas en formato RAW.⁸

NOTA: Para el desarrollo del servicio descrito en el presente numeral la AGENCIA deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- El servicio deberá ser deducido en un fee que será mensual (en periodos de 30 días calendario) por la agencia.
- La estrategia creativa, línea gráfica, copys y mensajes de la campaña deberán estar alineados al concepto creativo descrito en el brief ([anexo 1 y anexo 4](#))
- La agencia deberá tomar como referencia los planes de medios adjuntos en el [anexo 6](#), para tener una aproximación de los formatos a desarrollar para la correcta implementación de la campaña en los mercados estratégicos mencionados (Estados Unidos, Chile, Colombia, Ecuador, México, Alemania, Francia, España y Reino Unido).

3. Producción de material para la difusión de la campaña:

3.1. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

3.1.1. La AGENCIA deberá producir una (01) pieza audiovisual (de una duración no mayor de 30 segundos) a partir de los 4 destinos y actividades determinadas por PROMPERÚ en la Matriz de Destinos (anexo 7) y deberán ser entregada como parte del producto 1 de la bolsa de producción, las

⁸ ver punto IX. PRODUCTOS

cuales deberán tener las siguientes consideraciones creativas:

- Considerar “mobilizar” el contenido digital (priorizar la plataforma mobile).
- Realizar reducciones de 15, 10 y 6 segundos para pautas publicitarias
- Capturar la atención rápidamente: comenzar con los elementos más fascinantes al inicio, incorporando la identidad de la marca y la campaña.
- Diseñar para comprender sin sonido: contar la historia visualmente y utilizar subtítulos.
- Encuadrar la historia para el feed mobile: probar diversos encuadres, generar sorpresa visual.
- Innovar y experimentar con efectos visuales, pequeñas historias y secuencia visual, tan corto como pueda ser y tan largo como necesite ser.
- Las piezas audiovisuales deberán ser editadas a partir del material de archivo y del nuevo material producido.
- Todas las piezas audiovisuales deberán ser creadas bajo un mismo concepto unificador y deben ser reconocidos como parte integrante de la campaña de reactivación del turismo receptivo ([ver anexo 4](#))
- Asimismo, las piezas audiovisuales deberán incluir locuciones nativas de castellano neutro para Latinoamérica, castellano ibérico para España, inglés norteamericano, inglés británico, francés y alemán.

3.2. PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA

3.2.1. La AGENCIA deberá renovar los contratos de uso de imagen de los modelos que participaron en la producción (foto y video) de la campaña “Perú el país más rico del mundo del año 2018 y 2019”. La relación completa de los modelos se encuentra. [Ver anexo 5](#)

3.2.2. Para el caso de la producción 2018, la renovación debe comprender el uso de la imagen por 2 años, contados a partir del día siguiente de firmada la renovación.

3.2.3. Para el caso de la producción 2019, la renovación debe comprender el uso de la imagen por 2 años, contados a partir del día siguiente de firmada la renovación.

3.2.4. La AGENCIA deberá realizar la producción de 15 fotografías contra la bolsa de producción para el desarrollo de avisos para plataformas digitales, medios impresos, vía pública y las piezas gráficas publicitarias.

3.2.5. Los destinos a considerar en la producción son: Cusco, Ica, Lima e Iquitos de acuerdo a lo indicado en el [anexo 7](#)

3.2.6. La AGENCIA deberá de incluir en el presupuesto de producción, TODOS los costos que de esta acción deriven, descritas en este acápite, incluidos derechos de autor, honorarios profesionales del fotógrafo, toma fotográfica, traductores profesionales de lengua nativa, retoque digital, desplazamientos, viajes, estadía, viáticos y manutención del talento, del equipo realizador, de los supervisores de la AGENCIA y gastos para un funcionario de PROMPERÚ que supervisará el servicio en las diferentes locaciones, y demás costos que la agencia crea conveniente para la realización del servicio de producción.

3.2.7. La producción fotográfica deberá considerar el retoque fotográfico de las tomas solicitadas por PROMPERÚ.

NOTA: Para el desarrollo del servicio descrito en el presente numeral la AGENCIA deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- El servicio deberá ser deducido en un costo denominado bolsa de producción que será pagado en 02 partes.
- Los parámetros para realizar el servicio se rigen en base al [anexo 8](#)

VI. COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN DEL SERVICIO

La coordinación y supervisión del servicio estará a cargo de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País en su condición de área técnica especializada.

La Oficina de estrategia de imagen y marca país en su condición de área técnica especializada realizará las coordinaciones internas con la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo y Dirección de Promoción del Turismo respecto a la opinión técnica desde el punto de vista de la actividad de promoción turística durante el desarrollo del servicio.

VII. PERFIL REQUERIDO

1. EXPERIENCIA DEL POSTOR EN LA ESPECIALIDAD:

El postor debe acreditar un monto facturado acumulado equivalente a S/ 6'381,000.00 (Seis millones trescientos ochenta y un mil con 00/100 Soles), por los servicios iguales o similares al objeto de la convocatoria, durante los ocho (8) años anteriores a la fecha de la presentación de ofertas que se computarán desde la fecha de la conformidad o emisión del comprobante de pago, según corresponda.

Se consideran servicios similares a los siguientes: campañas publicitarias de productos o servicios, que hayan sido ejecutadas bajo una estrategia 360 para lo cual deberán haber sido pauteadas como mínimo en 3 de las siguientes plataformas: televisión, medios impresos, medios digitales y vía pública.

2. EQUIPAMIENTO ESTRATÉGICO

La agencia deberá contar con:

2.1. Un servidor de almacenamiento para subir, descargar, compartir archivos que no tenga limitaciones de tiempo y espacio durante todo el periodo del servicio. Se debe acceder de forma segura y permitir subir un archivo de hasta 100 GB de tamaño.

3. **PERSONAL CLAVE:** La AGENCIA deberá de asignar un equipo a exclusividad para el presente servicio - no compartido con otras cuentas de PROMPERÚ- el cual deberá contar con el siguiente perfil:

3.1. Un (01) Director de Cuentas:

Mínimo profesional técnico en Publicidad, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Administración, Artes o Humanidades.

Deberá tener como mínimo diez (10) años de experiencia realizando coordinaciones y supervisando campañas publicitarias.

Actividades: Coordinar y gestionar la cuenta a nivel interno para la obtención de resultados Y Planificación de las tareas de todo el equipo de la agencia.

3.2. Un (01) Ejecutivo de cuentas 100%⁹:

⁹ Se refiere a que el personal mencionado debe tener el 100% de tiempo dedicado al servicio requerido por PROMPERÚ.

Mínimo profesional técnico en Publicidad, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Administración, Artes, Ciencias Sociales o Humanidades.

Deberá tener como mínimo cinco (05) años de experiencia en la ejecución y seguimiento de campañas publicitarias.

Actividades: Gestión de la cuenta a nivel interno para la obtención de resultados Y Coordinación entre el equipo de la agencia y el cliente

3.3. Un (01) Director Creativo:

Mínimo profesional técnico en Publicidad, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Administración, Artes, Ciencias Sociales o Humanidades.

Deberá tener como mínimo diez (10) años de experiencia supervisando el desarrollo creativo y conceptual de campañas publicitarias.

Actividades: Generación de estrategias de comunicación y coordinación con todo el personal creativo; redactores, diseñadores y el director de arte sobre la elaboración de las piezas publicitarias.

3.4. Un (01) Director de Arte:

Mínimo profesional técnico en Publicidad, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Administración, Artes, Cine, Ciencias Sociales o Humanidades.

Deberá tener como mínimo diez (10) años de experiencia supervisando material y piezas gráficas y audiovisuales de campañas publicitarias.

Actividades: Dirigir los equipos de diseño artístico y de diseño de producción Y Responsable de aterrizar a una forma visual “la idea”. Es el responsable de que las ilustraciones, la tipografía y la composición de las piezas publicitarias.

NOTA:

El tiempo de experiencia será **computado a partir de la obtención del egreso, para lo cual deberá presentar la constancia de egresado, caso contrario se contabilizará desde la fecha indicada en el título de egreso**, durante el cual la persona ha acumulado experiencia.

De presentarse experiencia ejecutada paralelamente (traslape), para el cómputo del tiempo de dicha experiencia sólo se considerará una vez el periodo traslapado.

4. PERSONAL COMPLEMENTARIO:

4.1. Un (01) Redactor publicitario:

Mínimo profesional técnico en Publicidad, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Administración, Artes, Ciencias Sociales o Humanidades.

Deberá tener como mínimo ocho (08) años de experiencia en la redacción de contenidos de campañas publicitarias.

Actividades: Generar ideas, Establecer el concepto publicitario, Expresar verbalmente la idea creativa: ideas, conceptos y textos, Controlar el proceso de producción de los mensajes

4.2. Un (01) Arte finalista:

Mínimo profesional técnico en Publicidad, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Administración, Artes, Ciencias Sociales o Humanidades.

Deberá tener como mínimo ocho (08) años de experiencia en la supervisión de piezas gráficas y audiovisuales de campañas publicitarias.

Actividades: Preparación y revisión del trabajo gráfico y controlar todas las tipografías, el sangrado, pruebas color, etc.

4.3. Un (01) Diseñador Gráfico:

Mínimo profesional técnico en Publicidad, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Administración, Artes, Ciencias Sociales o Humanidades.

Deberá tener como mínimo ocho (08) años de experiencia en el desarrollo de piezas gráficas.

Actividades: Desarrollo y diseño de las piezas gráficas de la campaña para medios impresos.

4.4. Un (01) Diseñador Digital:

Mínimo profesional técnico en Publicidad, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Administración, Artes, Ciencias Sociales o Humanidades.

Deberá tener como mínimo ocho (08) años de experiencia en el desarrollo de piezas digitales.

Actividades: Desarrollo y diseño de las piezas gráficas de la campaña para plataformas digitales

NOTA:

- El tiempo de experiencia será **computado a partir de la obtención del egreso, para lo cual deberá presentar la constancia de egresado, caso contrario se contabilizará desde la fecha indicada en el título de egreso**, durante el cual la persona ha acumulado experiencia.
- De presentarse experiencia ejecutada paralelamente (traslape), para el cómputo del tiempo de dicha experiencia sólo se considerará una vez el periodo traslapado.
- Para perfeccionar el contrato el proveedor deberá acreditar el perfil requerido del personal complementario.

CONSIDERACIONES PARA EL PERSONAL CLAVE Y COMPLEMENTARIO:

- El director de cuentas será, por parte de la AGENCIA, el responsable de la ejecución de los servicios solicitados, y coordinará todo el proceso de las campañas (desarrollo de estrategia publicitaria, creatividad y producción, adaptaciones, entrega puntual de materiales, reuniones de coordinación) con PROMPERÚ.
- PROMPERÚ se reserva el derecho de solicitar el cambio de cualquier integrante del equipo a cargo de la cuenta, a simple requerimiento por escrito de la Dirección de Promoción de Turismo. La agencia se obliga a realizar el cambio en un periodo no mayor a 15 días calendario debiendo esta persona cumplir como mínimo el perfil del personal requerido.
- Cabe señalar que durante la ejecución del contrato PROMPERÚ tiene la potestad de verificar la información brindada.
- Previa coordinación, PROMPERÚ podrá solicitar una reunión con el equipo asignado por la AGENCIA (personal clave y complementario), en el momento que lo considere pertinente, previa coordinación a través de correo electrónico.

VIII. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución de la presente contratación es de doscientos diez (210) días calendario contados a partir del día calendario siguiente de perfeccionado el contrato.

IX. PRODUCTOS

1. **Entregables 1 al 7 vinculados al pago del fee de agencia:**

Los informes del 1 al 7 deberán ser entregados cada 30 días calendario, conteniendo el status de la campaña como son las evidencias de las piezas de publicidad en diversos formatos como piezas audiovisuales o piezas gráficas para plataformas digitales o redes sociales o vía pública o prensa escrita. Así mismo, cualquier otro trabajo parte del presente servicio como desarrollo de ideas creativas, propuestas de key visual o bocetos de una propuesta gráfica o guiones de piezas audiovisuales, estos deberán haber sido desarrollados durante ese periodo.

Es importante indicar que, los productos deberán ser enviados a “Ventanilla Virtual” de PROMPERU, en esta ventanilla podrán presentar sus trámites durante 24 horas del día, sin embargo, los plazos de presentación serán los siguientes:

- De lunes a viernes de 9.00 am a 17.00 horas, días laborales, serán considerados presentados el mismo día.
- Si fuera presentado posterior a las 17 horas será considerado presentando el día laborable siguiente.
- Si fuera presentado en un día no laborable, será considerado presentado el día laborable siguiente.

En el cuerpo del mensaje y asunto, se deberá detallar la Orden de Servicio y el número del entregable.

El cronograma de entrega será de la siguiente manera:

N° Entregable	FECHA DE ENTREGA
1	Hasta 30 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
2	Hasta 60 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
3	Hasta 90 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
4	Hasta 120 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
5	Hasta 150 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
6	Hasta 180 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
7	Hasta 210 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato

2. **Productos vinculados al pago de la bolsa de producción:**

Producto 1:

- Entrega a PROMPERÚ de la devolución del director y trabajo de pre producción general (PPG), el cual incluye scouting de locaciones, casting, dirección de arte, vestuario, shooting board y calendario de filmación - fotografía; así como los bocetos trabajados de la nueva CAMPAÑA que la AGENCIA haya planteado en su propuesta creativa y cuyo desarrollo haya sido aprobado por PROMPERÚ.
- Cartas de renovación de derechos de uso de imagen de los modelos del 2018 y 2019 solicitado por PROMPERÚ a la AGENCIA.

Producto 2:

- Entrega a PROMPERÚ de un disco duro conteniendo: una (01) pieza audiovisual (de una duración no mayor de 30 segundos), las 15 fotografías, los materiales audiovisuales y sus respectivas adaptaciones, las fotografías retocadas, las piezas digitales y cualquier pieza de publicidad o comunicación de la nueva CAMPAÑA junto con el copión con la totalidad de las horas filmadas, las pistas musicales originales de los spots, las cartas que acrediten la cesión de derechos de uso de imagen de los spots, las fotografías (en caso se usarán modelo o actores) y las pistas musicales. Asimismo, la AGENCIA deberá entregar la GUÍA DE USO Y EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA en formato digital PDF y editable en inglés y castellano. Todo el material (imágenes grabadas, ediciones, música, fotos, documentos, etc.) será entregado como archivos en un disco duro. Los discos o unidades recibidas serán propiedad de PROMPERÚ.

El cronograma de entrega será de la siguiente manera:

PRODUCTO N°	FECHA DE ENTREGA
1	Hasta 30 días calendario contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato
2	Hasta 90 días calendario contados a partir del día siguiente de entregado el producto 1.

NOTA:

La aprobación del producto se realizará hasta en 05 días calendarios de la entrega, a través del correo electrónico, de requerir modificaciones al producto, PROMPERÚ comunicará vía correo electrónico a la AGENCIA y otorgará hasta 03 días calendario para realizar dichos cambios, la nueva aprobación por parte de PROMPERÚ estará sujeta al mismo procedimiento indicado anteriormente. Es importante indicar que, los productos deberán ser enviados a “Ventanilla Virtual” de PROMPERU, en esta ventanilla podrán presentar sus trámites durante 24 horas del día, sin embargo, los plazos de presentación serán los siguientes:

- De lunes a viernes de 9.00 am a 17.00 horas, días laborales, serán considerados presentados el mismo día.
- Si fuera presentado posterior a las 17 horas será considerado presentando el día laborable siguiente.
- Si fuera presentado en un día no laborable, será considerado presentado el día laborable siguiente.

En el cuerpo del mensaje y asunto, se deberá detallar la Orden de Servicio y el número del entregable.

X.FORMA DE PAGO

C) Pago del Fee

Se realizarán 7 pagos parciales e iguales en moneda nacional, por transferencia bancaria, para lo cual:

- El proveedor deberá haber presentado lo siguiente:

a.1 El entregable que corresponda, según lo indicado en el numeral IX “Productos”.

a.2 Asimismo, para que proceda el pago 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:

e) El correo de notificación de la orden de servicio.

f) El correo de aceptación de Ventanilla Virtual con el envío de su entregable o producto o informe, en la modalidad establecida en sus TDR.

- Cada entregable deberá contar con la conformidad de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo y la Dirección de Promoción del Turismo, y con el visto bueno de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País y el Departamento de Estrategia Creativa y Contenidos. La conformidad no superará de 7 días calendario de producida la recepción de cada entregable.

D) Pago de la Bolsa de Producción:

El pago se realizará en 02 partes, el primero de 50% y el segundo del 50%, en moneda nacional, por transferencia bancaria, para lo cual:

- El proveedor deberá haber presentado lo siguiente:
 - a.1 El producto que corresponda, según lo indicado en el numeral IX “Productos”.
 - a.2 Asimismo, para que proceda el pago 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:
 - g) El correo de notificación de la orden de servicio.
 - h) El correo de aceptación de Ventanilla Virtual con el envío de su entregable o producto o informe, en la modalidad establecida en sus TDR.
- Cada producto deberá contar con la conformidad de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo y la Dirección de Promoción del Turismo, y con el visto bueno de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País y el Departamento de Estrategia Creativa y Contenidos. La conformidad no superará de 7 días calendario de producida la recepción de cada producto.

XI.DE LOS DERECHOS DE AUTOR

TODOS los derechos tanto intelectuales como materiales y los que deriven sobre los productos y/o piezas publicitarias resultantes de este contrato, serán propiedad exclusiva de PROMPERÚ quién dispondrá de su libre difusión. Asimismo, TODOS los derechos tanto intelectuales como materiales y los que deriven sobre las grabaciones de imágenes en movimiento, con o sin sonido y las fotografías que se realicen en el proceso de producción de las grabaciones audiovisuales o avisos impresos y cualquier otra pieza publicitaria, que no se hayan utilizado en el producto final pertenecerán a la Comisión de Promoción del Perú (PROMPERÚ).

PROMPERÚ tendrá la titularidad íntegra, exclusiva y a perpetuidad sobre los derechos de autor¹⁰ de los spots, videos (incluidas imágenes y sonido) y todas las piezas publicitarias sin restricción en el ámbito nacional e internacional. En este sentido, PROMPERÚ tendrá, entre otras prerrogativas reconocidas en la Ley sobre el Derecho de Autor aprobada por el Decreto Legislativo N° 822, el derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir sobre los spots y todas las piezas publicitarias:

- a) La reproducción por cualquier forma o procedimiento.
- b) La comunicación al público por cualquier medio.
- c) La distribución al público.
- d) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación.
- e) La importación al territorio nacional de copias de la obra hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- f) Cualquier otra forma de utilización que no está contemplada en la Ley antes referida como excepción al derecho patrimonial, siendo la lista que antecede meramente enunciativa y no taxativa.

La AGENCIA, en su calidad de responsable de la creación, por encargo de PROMPERÚ, de las piezas publicitarias objeto del presente servicio, declara y garantiza que cuenta con todas las autorizaciones para el uso de la imagen de las personas (incluidas las celebridades peruanas y extranjeras de ser el

¹⁰ Solamente en el caso de que se considere el uso de modelos o celebridades se considerará la renovación de derechos anualmente.

caso, que puedan participar en la campaña) y todas las autorizaciones de las personas naturales y/o jurídicas que escribirán los textos de los avisos, banners, aplicaciones para dispositivos móviles, los guiones de los spots y videos, la música, las traducciones, así como de las personas que desarrollarán y ejecutarán el diseño gráfico y en general todas las labores necesarias o convenientes para la realización de todas las piezas publicitarias resultantes de este contrato. La AGENCIA declara asimismo que cuenta con la autorización expresa, previa y escrita, de todas esas personas naturales y/o jurídicas para transferir a PROMPERÚ los derechos de autor y derechos conexos derivados de la inclusión de las mencionadas creaciones a que se refiere el presente servicio. La AGENCIA deberá entregar a PROMPERÚ las cartas que acrediten la cesión de derechos de uso tanto de la música, video, personajes (actores y/o modelos) de todas las piezas de la campaña, incluidas las fotografías, al término de la producción.

En el presente contrato DEBERÁN incluirse los derechos de imagen a perpetuidad -de todas las piezas de la campaña en los mercados estratégicos propuestos por PROMPERÚ.

La agencia deberá proporcionar el detalle de los modelos y fechas de contratación en el formato proporcionado por PROMPERÚ en el [anexo 8](#)

XII.CONFIDENCIALIDAD

El proveedor se obliga a mantener en forma confidencial la información suministrada por PROMPERÚ, asumiendo la obligación de 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. Las imágenes, logos y otros elementos no podrán ser entregados a terceros.

XIII.DISPOSICIONES FINALES

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.

PROMPERÚ aplicará según corresponda las sanciones previstas en la Ley de Contrataciones del Estado y su Reglamento en caso de incumplimiento por parte del proveedor de lo estipulado en los Términos de Referencia.

XIV.REQUISITOS DE CALIFICACIÓN

EXPERIENCIA DEL POSTOR EN LA ESPECIALIDAD:

Requisitos:

El postor debe acreditar un monto facturado acumulado equivalente a S/ 6'381,000.00 (Seis millones trescientos ochenta y un mil con 00/100 Soles), por los servicios iguales o similares al objeto de la convocatoria, durante los ocho (8) años anteriores a la fecha de la presentación de ofertas que se computarán desde la fecha de la conformidad o emisión del comprobante de pago, según corresponda.

Se consideran servicios similares a los siguientes: campañas publicitarias de productos o servicios, que hayan sido ejecutadas bajo una estrategia 360 para lo cual deberán haber sido pauteadas como mínimo en 3 de las siguientes plataformas: televisión, medios impresos, medios digitales y vía pública.

Acreditación:

La experiencia del postor en la especialidad se acreditará con copia simple de (i) contratos u órdenes de servicios, y su respectiva conformidad o constancia de prestación; o (ii) comprobantes de pago

cuya cancelación se acredite documental y fehacientemente, con voucher de depósito, nota de abono, reporte de estado de cuenta, cualquier otro documento emitido por Entidad del sistema financiero que acredite el abono o mediante cancelación en el mismo comprobante de pago, correspondientes a un máximo de veinte (20) contrataciones.

EQUIPAMIENTO ESTRATÉGICO:

Requisitos:

La agencia deberá contar con:

Un servidor de almacenamiento para subir, descargar, compartir archivos que no tenga limitaciones de tiempo y espacio durante todo el periodo del servicio. Se debe acceder de forma segura y permitir subir un archivo de hasta 100 GB de tamaño.

Acreditación:

Copia de documentos que sustenten la propiedad, la posesión, el compromiso de compra venta o alquiler u otro documento que acredite la disponibilidad del equipamiento estratégico requerido.

PERSONAL CLAVE:

FORMACIÓN ACADÉMICA:

Requisitos:

- Mínimo profesional técnico en Publicidad, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Administración, Artes o Humanidades, del personal clave requerido como **Director de Cuentas**
- Mínimo profesional técnico en Publicidad, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Administración, Artes, Ciencias Sociales o Humanidades, del personal clave requerido como **Ejecutivo de cuentas 100%**
- Mínimo profesional técnico en Publicidad, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Administración, Artes, Ciencias Sociales o Humanidades, del personal clave requerido como **Director Creativo**
- Mínimo profesional técnico en Publicidad, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Administración, Artes, Cine, Ciencias Sociales o Humanidades, del personal clave requerido como **Director de Arte**

Acreditación:

El título de profesional técnico será verificado por el órgano encargado de las contrataciones o comité de selección, según corresponda, en el Registro Nacional de Grados Académicos y Títulos Profesionales en el portal web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - SUNEDU a través del siguiente link: <https://enlinea.sunedu.gob.pe/> o en el Registro Nacional de Certificados, Grados y Títulos a cargo del Ministerio de Educación a través del siguiente link : <http://www.titulosinstitutos.pe/>, según corresponda.

En caso el título de profesional técnico no se encuentre inscrito en los referidos registros, el postor debe presentar la copia del diploma respectivo a fin de acreditar la formación académica requerida.

EXPERIENCIA DEL PERSONAL CLAVE:

Requisitos:

- Mínimo diez (10) años de experiencia realizando coordinaciones y supervisando campañas publicitarias, del personal clave requerido como **Director de Cuentas**
- Mínimo cinco (05) años de experiencia en la ejecución y seguimiento de campañas publicitarias, del personal clave requerido como **Ejecutivo de cuentas 100%**
- Mínimo diez (10) años de experiencia supervisando el desarrollo creativo y conceptual de campañas publicitarias, del personal clave requerido como **Director Creativo**

- Mínimo diez (10) años de experiencia supervisando material y piezas gráficas y audiovisuales de campañas publicitarias, del personal clave requerido como **Director de Arte**

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.

XV.ANTICORRUPCIÓN

El proveedor 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.

Además, el proveedor 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 personal apropiadas para evitar los referidos actos o prácticas.

XVI.BIOSEGURIDAD

El proveedor del servicio deberá contar con los implementos de protección necesarios para prevenir el contagio del COVID-19 (mascarilla, alcohol, otros de acuerdo a las disposiciones del sector salud), bajo su costo y responsabilidad: Implementos que deberán ser continuamente reemplazados, garantizando el uso adecuado de los mismos (en forma y estado), con el fin de salvaguardar la salud en la ejecución del servicio.

El proveedor es responsable de cumplir con las medidas de seguridad, tales como: limpieza y desinfección de su área de trabajo (mesas, escritorios, teclados, etc.), mantener la distancia de seguridad entre personas (1.5 metros), lavado de manos, entre otras, diseñadas para prevenir el contagio del COVID-19.

Dada la propagación del COVID-19, el proveedor para la realización del servicio no deberá pertenecer al grupo de personas vulnerables (adultos mayores y los grupos de cualquier edad con afecciones subyacentes graves).

ANEXOS:

Los anexos podrán ser descargados en los links siguientes:

1. El brief de campaña: [anexo 1](#)
2. Estudios de investigación de mercado: [anexo 2](#)
3. El manual de identidad visual de la marca país y campana de TR: [anexo 3](#)
4. concepto creativo de campaña: [anexo 4](#)
5. Lista de modelos y presupuesto para la renovación de modelos 2018 y 2019: [anexo 5](#)
6. Plan de medios referenciales de formatos y piezas: [anexo 6](#)
7. Matriz de destinos y segmentos: [anexo 7](#)
8. Consideraciones y parámetros de producción de fotos y video: [anexo 8](#)

Importante

Para determinar que los postores cuentan con las capacidades necesarias para ejecutar el contrato, el comité de selección incorpora los requisitos de calificación previstos por el área usuaria en el requerimiento, no pudiendo incluirse requisitos adicionales, ni distintos a los siguientes:

3.2. REQUISITOS DE CALIFICACIÓN

A	CAPACIDAD TÉCNICA Y PROFESIONAL
A.1	EQUIPAMIENTO ESTRATÉGICO
	<p><u>Requisitos:</u></p> <p>La agencia deberá contar con: Un servidor de almacenamiento para subir, descargar, compartir archivos que no tenga limitaciones de tiempo y espacio durante todo el periodo del servicio. Se debe acceder de forma segura y permitir subir un archivo de hasta 100 GB de tamaño.</p> <p><u>Acreditación:</u></p> <p>Copia de documentos que sustenten la propiedad, la posesión, el compromiso de compra venta o alquiler u otro documento que acredite la disponibilidad del equipamiento estratégico requerido.</p> <div style="border: 1px solid blue; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>Importante</p> <p><i>En el caso que el postor sea un consorcio los documentos de acreditación de este requisito pueden estar a nombre del consorcio o de uno de sus integrantes.</i></p> </div>
A.2	CALIFICACIONES DEL PERSONAL CLAVE
A.2.1	FORMACIÓN ACADÉMICA
	<p><u>Requisitos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Mínimo profesional técnico en Publicidad, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Administración, Artes o Humanidades, del personal clave requerido como Director de Cuentas • Mínimo profesional técnico en Publicidad, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Administración, Artes, Ciencias Sociales o Humanidades, del personal clave requerido como Ejecutivo de cuentas 100% • Mínimo profesional técnico en Publicidad, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Administración, Artes, Ciencias Sociales o Humanidades, del personal clave requerido como Director Creativo • Mínimo profesional técnico en Publicidad, Ciencias de la Comunicación, Marketing, Administración, Artes, Cine, Ciencias Sociales o Humanidades, del personal clave requerido como Director de Arte <p><u>Acreditación:</u></p> <p>El título técnico será verificado por el comité de selección en el Registro Nacional de Grados Académicos y Títulos Profesionales en el portal web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - SUNEDU a través del siguiente link: https://enlinea.sunedu.gob.pe/ // o en el Registro Nacional de Certificados, Grados y Títulos a cargo del Ministerio de Educación a través del siguiente link: http://www.titulosinstitutos.pe/, según corresponda.</p> <p>El postor debe señalar los nombres y apellidos, DNI y profesión del personal clave, así como el nombre de la universidad o institución educativa que expidió el grado o título profesional requerido.</p> <p>En caso el título técnico no se encuentre inscrito en el referido registro, el postor debe presentar la copia del diploma respectivo a fin de acreditar la formación académica requerida.</p>
A.3	EXPERIENCIA DEL PERSONAL CLAVE

	<p><u>Requisitos:</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Mínimo diez (10) años de experiencia realizando coordinaciones y supervisando campañas publicitarias, del personal clave requerido como Director de Cuentas• Mínimo cinco (05) años de experiencia en la ejecución y seguimiento de campañas publicitarias, del personal clave requerido como Ejecutivo de cuentas 100%• Mínimo diez (10) años de experiencia supervisando el desarrollo creativo y conceptual de campañas publicitarias, del personal clave requerido como Director Creativo• Mínimo diez (10) años de experiencia supervisando material y piezas gráficas y audiovisuales de campañas publicitarias, del personal clave requerido como Director de Arte <p><u>De presentarse experiencia ejecutada paralelamente (traslape), para el cómputo del tiempo de dicha experiencia sólo se considerará una vez el periodo traslapado.</u></p> <p><u>Acreditación:</u></p> <p>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.</p> <p>Importante</p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Los documentos que acreditan la experiencia deben incluir los nombres y apellidos del personal clave, el cargo desempeñado, el plazo de la prestación indicando el día, mes y año de inicio y culminación, el nombre de la Entidad u organización que emite el documento, la fecha de emisión y nombres y apellidos de quien suscribe el documento.</i>• <i>En caso los documentos para acreditar la experiencia establezcan el plazo de la experiencia adquirida por el personal clave en meses sin especificar los días se debe considerar el mes completo.</i>• <i>Se considerará aquella experiencia que no tenga una antigüedad mayor a veinticinco (25) años anteriores a la fecha de la presentación de ofertas.</i>• <i>Al calificar la experiencia del personal, se debe valorar de manera integral los documentos presentados por el postor para acreditar dicha experiencia. En tal sentido, aun cuando en los documentos presentados la denominación del cargo o puesto no coincida literalmente con aquella prevista en las bases, se deberá validar la experiencia si las actividades que realizó el personal corresponden con la función propia del cargo o puesto requerido en las bases.</i>
B	EXPERIENCIA DEL POSTOR EN LA ESPECIALIDAD

<p><u>Requisitos:</u></p> <p>El postor debe acreditar un monto facturado acumulado equivalente a S/ 6'381,000.00 (Seis millones trescientos ochenta y un mil con 00/100 Soles), por la contratación de servicios iguales o similares al objeto de la convocatoria, durante los ocho (8) años anteriores a la fecha de la presentación de ofertas que se computarán desde la fecha de la conformidad o emisión del comprobante de pago, según corresponda.</p> <p>Se consideran servicios similares a los siguientes: campañas publicitarias de productos o servicios, que hayan sido ejecutadas bajo una estrategia 360 para lo cual deberán haber sido pauteadas como mínimo en 3 de las siguientes plataformas: televisión, medios impresos, medios digitales y vía pública.¹¹</p> <p><u>Acreditación:</u></p> <p>La experiencia del postor en la especialidad se acreditará con copia simple de (i) contratos u órdenes de servicios, y su respectiva conformidad o constancia de prestación; o (ii) comprobantes de pago cuya cancelación se acredite documental y fehacientemente, con voucher de depósito, nota de abono, reporte de estado de cuenta, cualquier otro documento emitido por Entidad del sistema financiero que acredite el abono o mediante cancelación en el mismo comprobante de pago¹², correspondientes a un máximo de veinte (20) contrataciones.</p> <p>En caso los postores presenten varios comprobantes de pago para acreditar una sola contratación, se debe acreditar que corresponden a dicha contratación; de lo contrario, se asumirá que los comprobantes acreditan contrataciones independientes, en cuyo caso solo se considerará, para la evaluación, las veinte (20) primeras contrataciones indicadas en el Anexo N° 7 referido a la Experiencia del Postor en la Especialidad.</p> <p>En el caso de servicios de ejecución periódica o continuada, solo se considera como experiencia la parte del contrato que haya sido ejecutada durante los ocho (8) años anteriores a la fecha de presentación de ofertas, debiendo adjuntarse copia de las conformidades correspondientes a tal parte o los respectivos comprobantes de pago cancelados.</p> <p>En los casos que se acredite experiencia adquirida en consorcio, debe presentarse la promesa de consorcio o el contrato de consorcio del cual se desprenda fehacientemente el porcentaje de las obligaciones que se asumió en el contrato presentado; de lo contrario, no se computará la experiencia proveniente de dicho contrato.</p> <p>Asimismo, cuando se presenten contratos derivados de procesos de selección convocados antes del 20.09.2012, la calificación se ceñirá al método descrito en la Directiva "Participación de Proveedores</p>
--

¹¹ En conformidad a la respuesta de la consulta N° 1 del participante TAILOR SAC. Consulta: En relación a la experiencia del postor en la especialidad.

¿Se aceptará contratos donde se ha realizado la creatividad para campañas que han sido pauteadas en al menos 3 de las plataformas que se indican en las bases? Para precisar más la consulta, en estos contratos sólo hemos realizado la creatividad más no la publicación de los medios.

¿o es necesario que la agencia haya realizado la creatividad y también la gestión de medios? si este fuera el caso ¿la forma para demostrar la experiencia sería formar un consorcio con la central de medios? Respuesta: De acuerdo a lo que se indica en las bases la experiencia del postor en la especialidad "(...) se acreditará con copia simple de (i) contratos u órdenes de servicios, y su respectiva conformidad o constancia de prestación; o (ii) comprobantes de pago cuya cancelación se acredite documental y fehacientemente, con voucher de depósito, nota de abono, reporte de estado de cuenta, cualquier otro documento emitido por Entidad del sistema financiero(...)"

Y de acuerdo a la precisión del área usuaria: *En relación a la experiencia nos referimos a que la agencia debe haber desarrollado tanto la creatividad, así como también las adaptaciones de las piezas publicitarias a las diferentes plataformas que se mencionan en los TDR como son: televisión, medios impresos, medios digitales y vía pública. En ese sentido, no se solicita como experiencia la gestión de los medios.*

Por lo que el Comité de Selección solicita a los participantes ceñirse a lo que se indica en las Bases.

¹² Cabe precisar que, de acuerdo con la **Resolución N° 0065-2018-TCE-S1 del Tribunal de Contrataciones del Estado:**

"... el solo sello de cancelado en el comprobante, cuando ha sido colocado por el propio postor, no puede ser considerado como una acreditación que produzca fehaciencia en relación a que se encuentra cancelado. Admitir ello equivaldría a considerar como válida la sola declaración del postor afirmando que el comprobante de pago ha sido cancelado"

(...)

"Situación diferente se suscita ante el sello colocado por el cliente del postor [sea utilizando el término "cancelado" o "pagado"] supuesto en el cual sí se contaría con la declaración de un tercero que brinde certeza, ante la cual debiera reconocerse la validez de la experiencia".

en Consorcio en las Contrataciones del Estado”, debiendo presumirse que el porcentaje de las obligaciones equivale al porcentaje de participación de la promesa de consorcio o del contrato de consorcio. En caso que en dichos documentos no se consigne el porcentaje de participación se presumirá que las obligaciones se ejecutaron en partes iguales.

Si el titular de la experiencia no es el postor, consignar si dicha experiencia corresponde a la matriz en caso que el postor sea sucursal, o fue transmitida por reorganización societaria, debiendo acompañar la documentación sustentatoria correspondiente.

Si el postor acredita experiencia de una persona absorbida como consecuencia de una reorganización societaria, debe presentar adicionalmente el **Anexo N° 8**.

Cuando en los contratos, órdenes de servicios o comprobantes de pago el monto facturado se encuentre expresado en moneda extranjera, debe indicarse el tipo de cambio venta publicado por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP correspondiente a la fecha de suscripción del contrato, de emisión de la orden de servicios o de cancelación del comprobante de pago, según corresponda.

Sin perjuicio de lo anterior, los postores deben llenar y presentar el **Anexo N° 7** referido a la Experiencia del Postor en la Especialidad.

Importante

- *Al calificar la experiencia del postor, se debe valorar de manera integral los documentos presentados por el postor para acreditar dicha experiencia. En tal sentido, aun cuando en los documentos presentados la denominación del objeto contractual no coincida literalmente con el previsto en las bases, se deberá validar la experiencia si las actividades que ejecutó el postor corresponden a la experiencia requerida.*
- *En el caso de consorcios, solo se considera la experiencia de aquellos integrantes que se hayan comprometido, según la promesa de consorcio, a ejecutar el objeto materia de la convocatoria, conforme a la Directiva “Participación de Proveedores en Consorcio en las Contrataciones del Estado”.*

Importante

- *Si como resultado de una consulta u observación corresponde precisarse o ajustarse el requerimiento, se solicita la autorización del área usuaria y se pone de conocimiento de tal hecho a la dependencia que aprobó el expediente de contratación, de conformidad con el numeral 72.3 del artículo 72 del Reglamento.*
- *El cumplimiento de los Términos de Referencia se realiza mediante la presentación de una declaración jurada. De ser el caso, adicionalmente la Entidad puede solicitar documentación que acredite el cumplimiento del algún componente de estos. Para dicho efecto, consignará de manera detallada los documentos que deben presentar los postores en el literal e) del numeral 2.2.1.1 de esta sección de las bases.*
- *Los requisitos de calificación determinan si los postores cuentan con las capacidades necesarias para ejecutar el contrato, lo que debe ser acreditado documentalmente, y no mediante declaración jurada.*

**CAPÍTULO IV
 FACTORES DE EVALUACIÓN**

La evaluación se realiza sobre la base de cien (100) puntos.

Para determinar la oferta con el mejor puntaje y el orden de prelación de las ofertas, se considera lo siguiente:

FACTOR DE EVALUACIÓN	PUNTAJE / METODOLOGÍA PARA SU ASIGNACIÓN
A. PRECIO	
<p><u>Evaluación:</u></p> <p>Se evaluará considerando el precio ofertado por el postor.</p> <p><u>Acreditación:</u></p> <p>Se acreditará mediante registro en el SEACE o el documento que contiene el precio de la oferta (Anexo N° 6), según corresponda.</p>	<p>La evaluación consistirá en otorgar el máximo puntaje a la oferta de precio más bajo y otorgar a las demás ofertas puntajes inversamente proporcionales a sus respectivos precios, según la siguiente fórmula:</p> $P_i = \frac{O_m \times PMP}{O_i}$ <p>i = Oferta P_i = Puntaje de la oferta a evaluar O_i = Precio i O_m = Precio de la oferta más baja PMP = Puntaje máximo del precio</p> <p style="text-align: right;">100 puntos</p>
PUNTAJE TOTAL	100 puntos

Importante

Los factores de evaluación elaborados por el comité de selección son objetivos y guardan vinculación, razonabilidad y proporcionalidad con el objeto de la contratación. Asimismo, estos no pueden calificar con puntaje el cumplimiento de los Términos de Referencia ni los requisitos de calificación.

CAPÍTULO V PROFORMA DEL CONTRATO

Importante

Dependiendo del objeto del contrato, de resultar indispensable, puede incluirse cláusulas adicionales o la adecuación de las propuestas en el presente documento, las que en ningún caso pueden contemplar disposiciones contrarias a la normativa vigente ni a lo señalado en este capítulo.

Conste por el presente documento, la contratación del servicio de agencia de publicidad para la ejecución de la campaña publicitaria para la reactivación del turismo receptivo 2021, que celebra de una parte la COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO - PROMPERU, en adelante LA ENTIDAD, con RUC N° 20307167442, con domicilio legal en [.....], representada por [.....], identificado con DNI N° [.....], y de otra parte [.....], con RUC N° [.....], con domicilio legal en [.....], inscrita en la Ficha N° [.....] Asiento N° [.....] del Registro de Personas Jurídicas de la ciudad de [.....], debidamente representado por su Representante Legal, [.....], con DNI N° [.....], según poder inscrito en la Ficha N° [.....], Asiento N° [.....] del Registro de Personas Jurídicas de la ciudad de [.....], a quien en adelante se le denominará EL CONTRATISTA en los términos y condiciones siguientes:

CLÁUSULA PRIMERA: ANTECEDENTES

Con fecha [.....], el comité de selección adjudicó la buena pro del **CONCURSO PÚBLICO N° 002-2021-PROMPERÚ** para la contratación del servicio de agencia de publicidad para la ejecución de la campaña publicitaria para la reactivación del turismo receptivo 2021, a [INDICAR NOMBRE DEL GANADOR DE LA BUENA PRO], cuyos detalles e importe constan en los documentos integrantes del presente contrato.

CLÁUSULA SEGUNDA: OBJETO

El presente contrato tiene por objeto el servicio de agencia de publicidad para la ejecución de la campaña publicitaria para la reactivación del turismo receptivo 2021.

CLÁUSULA TERCERA: MONTO CONTRACTUAL

El monto total del presente contrato asciende a [CONSIGNAR MONEDA Y MONTO], que incluye todos los impuestos de Ley.

Este monto comprende el costo del servicio, todos los tributos, seguros, transporte, inspecciones, pruebas y, de ser el caso, los costos laborales conforme a la legislación vigente, así como cualquier otro concepto que pueda tener incidencia sobre la ejecución del servicio materia del presente contrato.

CLÁUSULA CUARTA: DEL PAGO¹³

LA ENTIDAD se obliga a pagar la contraprestación a EL CONTRATISTA en [INDICAR MONEDA], en PAGOS PARCIALES, luego de la recepción formal y completa de la documentación correspondiente, según lo establecido en el artículo 171 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado.

Para tal efecto, el responsable de otorgar la conformidad de la prestación deberá hacerlo en un plazo que no excederá de los siete (7) días de producida la recepción, salvo que se requiera efectuar pruebas que permitan verificar el cumplimiento de la obligación, en cuyo caso la conformidad se emite en un plazo máximo de quince (15) días, bajo responsabilidad de dicho funcionario.

¹³ En cada caso concreto, dependiendo de la naturaleza del contrato, podrá adicionarse la información que resulte pertinente a efectos de generar el pago.

LA ENTIDAD debe efectuar el pago de las contraprestaciones pactadas a favor del CONTRATISTA dentro de los diez (10) días calendario siguientes de otorgada la conformidad de los servicios, siempre que se verifiquen las condiciones establecidas en el contrato para ello, bajo responsabilidad del funcionario competente.

En caso de retraso en el pago por parte de LA ENTIDAD, salvo que se deba a caso fortuito o fuerza mayor, EL CONTRATISTA tendrá derecho al pago de intereses legales conforme a lo establecido en el artículo 39 de la Ley de Contrataciones del Estado y en el artículo 171 de su Reglamento, los que se computan desde la oportunidad en que el pago debió efectuarse.

CLÁUSULA QUINTA: DEL PLAZO DE LA EJECUCIÓN DE LA PRESTACIÓN

El plazo de ejecución del presente contrato es de doscientos diez (210) días calendario contados a partir del día calendario siguiente de perfeccionado el contrato.

CLÁUSULA SEXTA: PARTES INTEGRANTES DEL CONTRATO

El presente contrato está conformado por las bases integradas, la oferta ganadora, así como los documentos derivados del procedimiento de selección que establezcan obligaciones para las partes.

CLÁUSULA SÉTIMA: GARANTÍAS

EL CONTRATISTA entregó al perfeccionamiento del contrato la respectiva garantía incondicional, solidaria, irrevocable, y de realización automática en el país al solo requerimiento, a favor de LA ENTIDAD, por los conceptos, montos y vigencias siguientes:

- De fiel cumplimiento del contrato: [CONSIGNAR EL MONTO], a través de la [INDICAR EL TIPO DE GARANTÍA PRESENTADA] N° [INDICAR NÚMERO DEL DOCUMENTO] emitida por [SEÑALAR EMPRESA QUE LA EMITE]. Monto que es equivalente al diez por ciento (10%) del monto del contrato original, la misma que debe mantenerse vigente hasta la conformidad de la recepción de la prestación.

Importante

Al amparo de lo dispuesto en el numeral 149.4 del artículo 149 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, en el caso de contratos periódicos de prestación de servicios en general, si el postor ganador de la buena pro solicita la retención del diez por ciento (10%) del monto del contrato original como garantía de fiel cumplimiento de contrato, debe consignarse lo siguiente:

“De fiel cumplimiento del contrato: [CONSIGNAR EL MONTO], a través de la retención que debe efectuar LA ENTIDAD, durante la primera mitad del número total de pagos a realizarse, de forma prorrateada, con cargo a ser devuelto a la finalización del mismo.”

CLÁUSULA OCTAVA: EJECUCIÓN DE GARANTÍAS POR FALTA DE RENOVACIÓN

LA ENTIDAD puede solicitar la ejecución de las garantías cuando EL CONTRATISTA no las hubiere renovado antes de la fecha de su vencimiento, conforme a lo dispuesto por el literal a) del numeral 155.1 del artículo 155 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado.

CLÁUSULA NOVENA: CONFORMIDAD DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La conformidad de la prestación del servicio se regula por lo dispuesto en el artículo 168 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado. La conformidad será otorgada por la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo y la Dirección de Promoción del Turismo, y con el visto bueno de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País y el Departamento de Estrategia Creativa y Contenidos en el plazo máximo de siete (07) días de producida la recepción.

De existir observaciones, LA ENTIDAD las comunica al CONTRATISTA, indicando claramente el sentido de estas, otorgándole un plazo para subsanar no menor de dos (2) ni mayor de ocho (8) días. Dependiendo de la complejidad o sofisticación de las subsanaciones a realizar el plazo para subsanar no puede ser menor de cinco (5) ni mayor de quince (15) días. Si pese al plazo otorgado, EL CONTRATISTA no cumpliera a cabalidad con la subsanación, LA ENTIDAD puede otorgar al CONTRATISTA periodos adicionales para las correcciones pertinentes. En este supuesto corresponde aplicar la penalidad por mora desde el vencimiento del plazo para subsanar.

Este procedimiento no resulta aplicable cuando los servicios manifiestamente no cumplan con las características y condiciones ofrecidas, en cuyo caso LA ENTIDAD no otorga la conformidad, debiendo considerarse como no ejecutada la prestación, aplicándose la penalidad que corresponda por cada día de atraso.

CLÁUSULA DÉCIMA: DECLARACIÓN JURADA DEL CONTRATISTA

EL CONTRATISTA declara bajo juramento que se compromete a cumplir las obligaciones derivadas del presente contrato, bajo sanción de quedar inhabilitado para contratar con el Estado en caso de incumplimiento.

CLÁUSULA UNDÉCIMA: RESPONSABILIDAD POR VICIOS OCULTOS

La conformidad del servicio por parte de LA ENTIDAD no enerva su derecho a reclamar posteriormente por defectos o vicios ocultos, conforme a lo dispuesto por los artículos 40 de la Ley de Contrataciones del Estado y 173 de su Reglamento.

El plazo máximo de responsabilidad del contratista es de un (01) año contado a partir de la conformidad otorgada por LA ENTIDAD.

CLÁUSULA DUODÉCIMA: PENALIDADES

Si EL CONTRATISTA incurre en retraso injustificado en la ejecución de las prestaciones objeto del contrato, LA ENTIDAD le aplica automáticamente una penalidad por mora por cada día de atraso, de acuerdo a la siguiente fórmula:

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

Donde:

F = 0.25 para plazos mayores a sesenta (60) días o;

F = 0.40 para plazos menores o iguales a sesenta (60) días.

El retraso se justifica a través de la solicitud de ampliación de plazo debidamente aprobado. Adicionalmente, se considera justificado el retraso y en consecuencia no se aplica penalidad, cuando EL CONTRATISTA acredite, de modo objetivamente sustentado, que el mayor tiempo transcurrido no le resulta imputable. En este último caso la calificación del retraso como justificado por parte de LA ENTIDAD no da lugar al pago de gastos generales ni costos directos de ningún tipo, conforme el numeral 162.5 del artículo 162 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado.

Importante

De haberse previsto establecer penalidades distintas a la penalidad por mora, incluir dichas penalidades, los supuestos de aplicación de penalidad, la forma de cálculo de la penalidad para cada supuesto y el procedimiento mediante el cual se verifica el supuesto a penalizar, conforme el artículo 163 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado.

Estas penalidades se deducen de los pagos a cuenta o del pago final, según corresponda; o si fuera necesario, se cobra del monto resultante de la ejecución de la garantía de fiel cumplimiento.

Estos dos (2) tipos de penalidades pueden alcanzar cada una un monto máximo equivalente al diez por ciento (10%) del monto del contrato vigente, o de ser el caso, del ítem que debió ejecutarse.

Cuando se llegue a cubrir el monto máximo de la penalidad por mora o el monto máximo para otras penalidades, de ser el caso, LA ENTIDAD puede resolver el contrato por incumplimiento.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCERA: RESOLUCIÓN DEL CONTRATO

Cualquiera de las partes puede resolver el contrato, de conformidad con el numeral 32.3 del artículo 32 y artículo 36 de la Ley de Contrataciones del Estado, y el artículo 164 de su Reglamento. De darse el caso, LA ENTIDAD procederá de acuerdo a lo establecido en el artículo 165 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado.

CLÁUSULA DÉCIMA CUARTA: RESPONSABILIDAD DE LAS PARTES

Cuando se resuelva el contrato por causas imputables a algunas de las partes, se debe resarcir los daños y perjuicios ocasionados, a través de la indemnización correspondiente. Ello no obsta la aplicación de las sanciones administrativas, penales y pecuniarias a que dicho incumplimiento diere lugar, en el caso que éstas correspondan.

Lo señalado precedentemente no exime a ninguna de las partes del cumplimiento de las demás obligaciones previstas en el presente contrato.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA: 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.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA: MARCO LEGAL DEL CONTRATO

Sólo en lo no previsto en este contrato, en la Ley de Contrataciones del Estado y su Reglamento, en las directivas que emita el OSCE y demás normativa especial que resulte aplicable, serán de aplicación supletoria las disposiciones pertinentes del Código Civil vigente, cuando corresponda, y demás normas de derecho privado.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA: SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS¹⁴

Las controversias que surjan entre las partes durante la ejecución del contrato se resuelven mediante conciliación o arbitraje, según el acuerdo de las partes.

Cualquiera de las partes tiene derecho a iniciar el arbitraje a fin de resolver dichas controversias dentro del plazo de caducidad previsto en la Ley de Contrataciones del Estado y su Reglamento.

Facultativamente, cualquiera de las partes tiene el derecho a solicitar una conciliación dentro del plazo de caducidad correspondiente, según lo señalado en el artículo 224 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, sin perjuicio de recurrir al arbitraje, en caso no se llegue a un acuerdo entre ambas partes o se llegue a un acuerdo parcial. Las controversias sobre nulidad del contrato solo pueden ser sometidas a arbitraje.

El Laudo arbitral emitido es inapelable, definitivo y obligatorio para las partes desde el momento de su notificación, según lo previsto en el numeral 45.21 del artículo 45 de la Ley de Contrataciones del Estado.

CLÁUSULA DÉCIMA OCTAVA: FACULTAD DE ELEVAR A ESCRITURA PÚBLICA

Cualquiera de las partes puede elevar el presente contrato a Escritura Pública corriendo con todos los gastos que demande esta formalidad.

¹⁴ De acuerdo con el numeral 225.3 del artículo 225 del Reglamento, las partes pueden recurrir al arbitraje ad hoc cuando las controversias deriven de procedimientos de selección cuyo valor estimado sea menor o igual a cinco millones con 00/100 soles (S/ 5 000 000,00).

CLÁUSULA DÉCIMA NOVENA: DOMICILIO PARA EFECTOS DE LA EJECUCIÓN CONTRACTUAL

Las partes declaran el siguiente domicilio para efecto de las notificaciones que se realicen durante la ejecución del presente contrato:

DOMICILIO DE LA ENTIDAD: [.....]

DOMICILIO DEL CONTRATISTA: [CONSIGNAR EL DOMICILIO SEÑALADO POR EL POSTOR GANADOR DE LA BUENA PRO AL PRESENTAR LOS REQUISITOS PARA EL PERFECCIONAMIENTO DEL CONTRATO]

La variación del domicilio aquí declarado de alguna de las partes debe ser comunicada a la otra parte, formalmente y por escrito, con una anticipación no menor de quince (15) días calendario.

De acuerdo con las bases integradas, la oferta y las disposiciones del presente contrato, las partes lo firman por duplicado en señal de conformidad en la ciudad de [.....] al [CONSIGNAR FECHA].

“LA ENTIDAD”

“EL CONTRATISTA”

ANEXOS

ANEXO N° 1

DECLARACIÓN JURADA DE DATOS DEL POSTOR

Señores

COMITÉ DE SELECCIÓN

CONCURSO PÚBLICO N° 002-2021-PROMPERU

Presente.-

El que se suscribe, [.....], postor y/o Representante Legal de [CONSIGNAR EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA], identificado con [CONSIGNAR TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD] N° [CONSIGNAR NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD], con poder inscrito en la localidad de [CONSIGNAR EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA] en la Ficha N° [CONSIGNAR EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA] Asiento N° [CONSIGNAR EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA], **DECLARO BAJO JURAMENTO** que la siguiente información se sujeta a la verdad:

Nombre, Denominación o Razón Social :			
Domicilio Legal :			
RUC :	Teléfono(s) :		
MYPE ¹⁵	Sí	No	
Correo electrónico :			

Autorización de notificación por correo electrónico:

... [CONSIGNAR SÍ O NO] autorizo que se notifiquen al correo electrónico indicado las siguientes actuaciones:

1. Solicitud de la descripción a detalle de todos los elementos constitutivos de la oferta.
2. Solicitud de subsanación de los requisitos para perfeccionar el contrato.
3. Solicitud al postor que ocupó el segundo lugar en el orden de prelación para presentar los documentos para perfeccionar el contrato.
4. Respuesta a la solicitud de acceso al expediente de contratación.
5. Notificación de la orden de servicios¹⁶

Asimismo, me comprometo a remitir la confirmación de recepción, en el plazo máximo de dos (2) días hábiles de recibida la comunicación.

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]

.....
Firma, Nombres y Apellidos del postor o Representante legal, según corresponda

Importante

La notificación dirigida a la dirección de correo electrónico consignada se entenderá válidamente efectuada cuando la Entidad reciba acuse de recepción.

¹⁵ Esta información será verificada por la Entidad en la página web del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo en la sección consulta de empresas acreditadas en el REMYPE en el link <http://www2.trabajo.gob.pe/servicios-en-linea-2-2/> y se tendrá en consideración, en caso el postor ganador de la buena pro solicite la retención del diez por ciento (10%) del monto del contrato original, en calidad de garantía de fiel cumplimiento, en los contratos periódicos de prestación de servicios, según lo señalado en el artículo 149 del Reglamento.

¹⁶ Consignar en el caso de procedimientos de selección por relación de ítems, cuando el monto del valor estimado del ítem no supere los cien mil Soles (S/ 100 000.00), cuando se haya optado por perfeccionar el contrato con una orden de servicios.

Importante

Cuando se trate de consorcios, la declaración jurada es la siguiente:

ANEXO N° 1

DECLARACIÓN JURADA DE DATOS DEL POSTOR

Señores

COMITÉ DE SELECCIÓN

CONCURSO PÚBLICO N° 002-2021-PROMPERU

Presente.-

El que se suscribe, [...], representante común del consorcio [CONSIGNAR EL NOMBRE DEL CONSORCIO], identificado con [CONSIGNAR TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD] N° [CONSIGNAR NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD], **DECLARO BAJO JURAMENTO** que la siguiente información se sujeta a la verdad:

Datos del consorciado 1			
Nombre, Denominación o Razón Social :			
Domicilio Legal :			
RUC :	Teléfono(s) :		
MYPE ¹⁷		Sí	No
Correo electrónico :			

Datos del consorciado 2			
Nombre, Denominación o Razón Social :			
Domicilio Legal :			
RUC :	Teléfono(s) :		
MYPE ¹⁸		Sí	No
Correo electrónico :			

Datos del consorciado ...			
Nombre, Denominación o Razón Social :			
Domicilio Legal :			
RUC :	Teléfono(s) :		
MYPE ¹⁹		Sí	No
Correo electrónico :			

Autorización de notificación por correo electrónico:

Correo electrónico del consorcio:

... [CONSIGNAR SÍ O NO] autorizo que se notifiquen al correo electrónico indicado las siguientes actuaciones:

¹⁷ En los contratos periódicos de prestación de servicios, esta información será verificada por la Entidad en la página web del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo en la sección consulta de empresas acreditadas en el REMYPE en el link <http://www2.trabajo.gob.pe/servicios-en-linea-2-2/> y se tendrá en consideración, en caso el consorcio ganador de la buena pro solicite la retención del diez por ciento (10%) del monto del contrato original, en calidad de garantía de fiel cumplimiento, según lo señalado en el artículo 149 del Reglamento. Para dicho efecto, todos los integrantes del consorcio deben acreditar la condición de micro o pequeña empresa.

¹⁸ Ibídem.

¹⁹ Ibídem.

1. Solicitud de la descripción a detalle de todos los elementos constitutivos de la oferta.
2. Solicitud de subsanación de los requisitos para perfeccionar el contrato.
3. Solicitud al postor que ocupó el segundo lugar en el orden de prelación para presentar los documentos para perfeccionar el contrato.
4. Respuesta a la solicitud de acceso al expediente de contratación.
5. Notificación de la orden de servicios²⁰

Asimismo, me comprometo a remitir la confirmación de recepción, en el plazo máximo de dos (2) días hábiles de recibida la comunicación.

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]

.....
**Firma, Nombres y Apellidos del representante
común del consorcio**

Importante

La notificación dirigida a la dirección de correo electrónico consignada se entenderá válidamente efectuada cuando la Entidad reciba acuse de recepción.

²⁰ Consignar en el caso de procedimientos de selección por relación de ítems, cuando el monto del valor estimado del ítem no supere los cien mil Soles (S/ 100 000.00), cuando se haya optado por perfeccionar el contrato con una orden de servicios.

ANEXO N° 2

DECLARACIÓN JURADA (ART. 52 DEL REGLAMENTO DE LA LEY DE CONTRATACIONES DEL ESTADO)

Señores

**COMITÉ DE SELECCIÓN
CONCURSO PÚBLICO N° 002-2021-PROMPERU**

Presente.-

Mediante el presente el suscrito, postor y/o Representante Legal de [CONSIGNAR EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA], declaro bajo juramento:

- i. No haber incurrido y me obligo a no incurrir en actos de corrupción, así como a respetar el principio de integridad.
- ii. No tener impedimento para postular en el procedimiento de selección ni para contratar con el Estado, conforme al artículo 11 de la Ley de Contrataciones del Estado.
- iii. Que mi información (en caso que el postor sea persona natural) o la información de la persona jurídica que represento, registrada en el RNP se encuentra actualizada.
- iv. Conocer las sanciones contenidas en la Ley de Contrataciones del Estado y su Reglamento, así como las disposiciones aplicables del TUO de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.
- v. Participar en el presente proceso de contratación en forma independiente sin mediar consulta, comunicación, acuerdo, arreglo o convenio con ningún proveedor; y, conocer las disposiciones del Decreto Legislativo N° 1034, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.
- vi. Conocer, aceptar y someterme a las bases, condiciones y reglas del procedimiento de selección.
- vii. Ser responsable de la veracidad de los documentos e información que presento en el presente procedimiento de selección.
- viii. Comprometerme a mantener la oferta presentada durante el procedimiento de selección y a perfeccionar el contrato, en caso de resultar favorecido con la buena pro.

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]

.....
**Firma, Nombres y Apellidos del postor o
Representante legal, según corresponda**

Importante

En el caso de consorcios, cada integrante debe presentar esta declaración jurada, salvo que sea presentada por el representante común del consorcio.

ANEXO N° 3

DECLARACIÓN JURADA DE CUMPLIMIENTO DE LOS TÉRMINOS DE REFERENCIA

Señores

COMITÉ DE SELECCIÓN

CONCURSO PÚBLICO N° 002-2021-PROMPERU

Presente.-

Es grato dirigirme a usted, para hacer de su conocimiento que luego de haber examinado las bases y demás documentos del procedimiento de la referencia y, conociendo todos los alcances y las condiciones detalladas en dichos documentos, el postor que suscribe ofrece el servicio de agencia de publicidad para la ejecución de la campaña publicitaria para la reactivación del turismo receptivo 2021, de conformidad con los Términos de Referencia que se indican en el numeral 3.1 del Capítulo III de la sección específica de las bases y los documentos del procedimiento.

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]

.....
**Firma, Nombres y Apellidos del postor o
Representante legal o común, según corresponda**

Importante

Adicionalmente, puede requerirse la presentación de documentación que acredite el cumplimiento de los términos de referencia, conforme a lo indicado en el acápite relacionado al contenido de las ofertas de la presente sección de las bases.

ANEXO N° 4

DECLARACIÓN JURADA DE PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Señores
COMITÉ DE SELECCIÓN
CONCURSO PÚBLICO N° 002-2021-PROMPERU
Presente.-

Mediante el presente, con pleno conocimiento de las condiciones que se exigen en las bases del procedimiento de la referencia, me comprometo a prestar el servicio objeto del presente procedimiento de selección en el plazo de doscientos diez (210) días calendario contados a partir del día calendario siguiente de perfeccionado el contrato.

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]

.....
Firma, Nombres y Apellidos del postor o
Representante legal o común, según corresponda

ANEXO N° 5

PROMESA DE CONSORCIO

(Sólo para el caso en que un consorcio se presente como postor)

Señores

COMITÉ DE SELECCIÓN

CONCURSO PÚBLICO N° 002-2021-PROMPERU

Presente.-

Los suscritos declaramos expresamente que hemos convenido en forma irrevocable, durante el lapso que dure el procedimiento de selección, para presentar una oferta conjunta al **CONCURSO PÚBLICO N° 002-2021-PROMPERU**.

Asimismo, en caso de obtener la buena pro, nos comprometemos a formalizar el contrato de consorcio, de conformidad con lo establecido por el artículo 140 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, bajo las siguientes condiciones:

a) Integrantes del consorcio

1. [NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL DEL CONSORCIADO 1].
2. [NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL DEL CONSORCIADO 2].

b) Designamos a [CONSIGNAR NOMBRES Y APELLIDOS DEL REPRESENTANTE COMÚN], identificado con [CONSIGNAR TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD] N° [CONSIGNAR NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD], como representante común del consorcio para efectos de participar en todos los actos referidos al procedimiento de selección, suscripción y ejecución del contrato correspondiente con [CONSIGNAR NOMBRE DE LA ENTIDAD].

Asimismo, declaramos que el representante común del consorcio no se encuentra impedido, inhabilitado ni suspendido para contratar con el Estado.

c) Fijamos nuestro domicilio legal común en [.....].

d) Las obligaciones que corresponden a cada uno de los integrantes del consorcio son las siguientes:

1. OBLIGACIONES DE [NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL DEL CONSORCIADO 1] [%]²¹

[DESCRIBIR LAS OBLIGACIONES DEL CONSORCIADO 1]

2. OBLIGACIONES DE [NOMBRE, DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL DEL CONSORCIADO 2] [%]²²

[DESCRIBIR LAS OBLIGACIONES DEL CONSORCIADO 2]

TOTAL OBLIGACIONES

100%²³

²¹ Consignar únicamente el porcentaje total de las obligaciones, el cual debe ser expresado en número entero, sin decimales.

²² Consignar únicamente el porcentaje total de las obligaciones, el cual debe ser expresado en número entero, sin decimales.

²³ Este porcentaje corresponde a la sumatoria de los porcentajes de las obligaciones de cada uno de los integrantes del consorcio.

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]

.....
Consortiado 1
Nombres, apellidos y firma del Consortiado 1
o de su Representante Legal
Tipo y N° de Documento de Identidad

.....
Consortiado 2
Nombres, apellidos y firma del Consortiado 2
o de su Representante Legal
Tipo y N° de Documento de Identidad

Importante

De conformidad con el artículo 52 del Reglamento, las firmas de los integrantes del consorcio deben ser legalizadas.

ANEXO N° 6

PRECIO DE LA OFERTA

Señores

COMITÉ DE SELECCIÓN

CONCURSO PÚBLICO N° 002-2021-PROMPERU

Presente.-

Es grato dirigirme a usted, para hacer de su conocimiento que, de acuerdo con las bases, mi oferta es la siguiente:

CONCEPTO	PRECIO TOTAL S/.
Servicio de agencia de publicidad para la ejecución de la campaña publicitaria para la reactivación del turismo receptivo 2021 (Bolsa de Producción)	
Servicio de agencia de publicidad para la ejecución de la campaña publicitaria para la reactivación del turismo receptivo 2021 (Fee de la Agencia- 7 entregables)	
TOTAL S/.	

El precio de la oferta en soles incluye todos los tributos, seguros, transporte, inspecciones, pruebas y, de ser el caso, los costos laborales conforme a la legislación vigente, así como cualquier otro concepto que pueda tener incidencia sobre el costo del servicio a contratar; excepto la de aquellos postores que gocen de alguna exoneración legal, no incluirán en el precio de su oferta los tributos respectivos.

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]

.....
**Firma, Nombres y Apellidos del postor o
Representante legal o común, según corresponda**

Importante

- *El postor debe consignar el precio total de la oferta, sin perjuicio que, de resultar favorecido con la buena pro, presente el detalle de precios unitarios para el perfeccionamiento del contrato.*
- *El postor que goce de alguna exoneración legal, debe indicar que su oferta no incluye el tributo materia de la exoneración, debiendo incluir el siguiente texto:*

Mi oferta no incluye [CONSIGNAR EL TRIBUTO MATERIA DE LA EXONERACIÓN].

ANEXO N° 7

EXPERIENCIA DEL POSTOR EN LA ESPECIALIDAD

Señores
COMITÉ DE SELECCIÓN
CONCURSO PÚBLICO N° 002-2021-PROMPERU
Presente.-

Mediante el presente, el suscrito detalla la siguiente EXPERIENCIA EN LA ESPECIALIDAD:

Nº	CLIENTE	OBJETO DEL CONTRATO	Nº CONTRATO / O/S / COMPROBANTE DE PAGO	FECHA DEL CONTRATO O CP ²⁴	FECHA DE LA CONFORMIDAD DE SER EL CASO ²⁵	EXPERIENCIA PROVENIENTE ²⁶ DE:	MONEDA	IMPORTE ²⁷	TIPO DE CAMBIO VENTA ²⁸	MONTO FACTURADO ACUMULADO ²⁹
1										
2										
3										
4										

²⁴ Se refiere a la fecha de suscripción del contrato, de la emisión de la Orden de Servicios o de cancelación del comprobante de pago, según corresponda.

²⁵ Únicamente, cuando la fecha del perfeccionamiento del contrato, sea previa a los ocho (8) años anteriores a la fecha de presentación de ofertas, caso en el cual el postor debe acreditar que la conformidad se emitió dentro de dicho periodo.

²⁶ Si el titular de la experiencia no es el postor, consignar si dicha experiencia corresponde a la matriz en caso que el postor sea sucursal, o fue transmitida por reorganización societaria, debiendo acompañar la documentación sustentatoria correspondiente. Al respecto, según la Opinión N° 216-2017/DTN "Considerando que la sociedad matriz y la sucursal constituyen la misma persona jurídica, la sucursal puede acreditar como suya la experiencia de su matriz". Del mismo modo, según lo previsto en la Opinión N° 010-2013/DTN, "... en una operación de reorganización societaria que comprende tanto una fusión como una escisión, la sociedad resultante podrá acreditar como suya la experiencia de la sociedad incorporada o absorbida, que se extingue producto de la fusión; asimismo, si en virtud de la escisión se transfiere un bloque patrimonial consistente en una línea de negocio completa, la sociedad resultante podrá acreditar como suya la experiencia de la sociedad escindida, correspondiente a la línea de negocio transmitida. De esta manera, la sociedad resultante podrá emplear la experiencia transmitida, como consecuencia de la reorganización societaria antes descrita, en los futuros procesos de selección en los que participe".

²⁷ Se refiere al monto del contrato ejecutado incluido adicionales y reducciones, de ser el caso.

²⁸ El tipo de cambio venta debe corresponder al publicado por la SBS correspondiente a la fecha de suscripción del contrato, de la emisión de la Orden de Servicios o de cancelación del comprobante de pago, según corresponda.

²⁹ Consignar en la moneda establecida en las bases.

Nº	CLIENTE	OBJETO DEL CONTRATO	N° CONTRATO / O/S / COMPROBANTE DE PAGO	FECHA DEL CONTRATO O CP ²⁴	FECHA DE LA CONFORMIDAD DE SER EL CASO ²⁵	EXPERIENCIA PROVENIENTE ²⁶ DE:	MONEDA	IMPORTE ²⁷	TIPO DE CAMBIO VENTA ²⁸	MONTO FACTURADO ACUMULADO ²⁹
5										
6										
7										
8										
9										
10										
...										
20										
TOTAL										

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]

.....
Firma, Nombres y Apellidos del postor o Representante legal o común, según corresponda

ANEXO N° 8

DECLARACIÓN JURADA (NUMERAL 49.4 DEL ARTÍCULO 49 DEL REGLAMENTO)

Señores
COMITÉ DE SELECCIÓN
CONCURSO PÚBLICO N° 002-2021-PROMPERU
Presente.-

Mediante el presente el suscrito, postor y/o Representante Legal de [CONSIGNAR EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA], declaro que la experiencia que acredito de la empresa [CONSIGNAR LA DENOMINACIÓN DE LA PERSONA JURÍDICA] absorbida como consecuencia de una reorganización societaria, no se encuentra en el supuesto establecido en el numeral 49.4 del artículo 49 del Reglamento.

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]

.....
**Firma, Nombres y Apellidos del postor o
Representante legal, según corresponda**

Importante

A efectos de cautelar la veracidad de esta declaración, el postor puede verificar la información de la Relación de Proveedores Sancionados por el Tribunal de Contrataciones del Estado con Sanción Vigente en <http://portal.osce.gob.pe/rnp/content/relación-de-proveedores-sancionados>.

También le asiste dicha facultad al órgano encargado de las contrataciones o al órgano de la Entidad al que se le haya asignado la función de verificación de la oferta presentada por el postor ganador de la buena pro.

ANEXO Nº 09

CARTA AUTORIZACION

Señores
COMITÉ DE SELECCIÓN
CONCURSO PÚBLICO Nº 002-2021-PROMPERÚ
Presente. -

Asunto: Autorización para el pago con abonos en cuenta

Por medio de la presente, comunico a usted que el número del Código de Cuenta Interbancario (CCI) de.....(**Indicar el nombre o razón social del proveedor**) que represento es el N° (**Indicar el Código de Cuenta Interbancario – 20 dígitos**); agradeciéndole se sirva disponer lo conveniente de manera que los pagos a nombre de mi representada sean abonados en la cuenta que corresponde al indicado CCI en el Banco..... (**Indicar nombre del banco**)

Asimismo, dejo constancia que la factura a ser emitida por el suscrito (o mi representada) una vez cumplida o atendida la correspondiente Orden de Compra y/o de Servicio quedará cancelada para todos sus efectos mediante la sola acreditación del importe de la referida factura a favor de la cuenta en la entidad bancaria a que se refiere el primer párrafo de la presente.

Atentamente,

.....
Firma, Nombres y Apellidos del postor o
Representante legal o común, según corresponda