



TÉRMINOS DE REFERENCIA
SERVICIO DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS
PARA LA PROMOCIÓN TRANSVERSAL DE LA PARTICIPACIÓN DEL PERÚ EN EL EVENTO EXPO 2025
OSAKA-KANSAI

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva.

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Se requiere la contratación de una Agencia de Comunicaciones y Relaciones Públicas Internacional basada en Japón para realizar acciones de comunicación y promoción de manera permanente en Japón, mercado de interés económico para nuestro país.

3. FINALIDAD PÚBLICA

La presente contratación busca contar con el Servicio de Comunicaciones y Relaciones Públicas para difundir la participación de Perú y el desarrollo de las actividades de promoción que implementará PROMPERÚ en Japón en el marco del evento Expo 2025 Osaka-Kansai, con el objetivo de posicionar la imagen país a nivel internacional de manera transversal, incluyendo la promoción de las inversiones, de la industria de viajes y de las exportaciones peruanas, cumpliendo así con los objetivos institucionales.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

- Centro de costo: Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva.
- Apex: 1366.2024 - Expo Osaka 2025

5. ANTECEDENTES

Las exposiciones universales son eventos donde participan más de 150 países y son organizadas por el Bureau International des Expositions (BIE) cada 5 años. Estas exposiciones son espacios donde se presentan adelantos de la industria, el comercio, las artes: lo mejor y más deslumbrante de cada país para atraer turistas, generar comercio e inversiones y posicionar la imagen del país.

En la Expo 2020 Dubái, el Perú participó con un pabellón de 2,500 mts² que ganó el Premio de Oro al mejor diseño de exhibición y obtuvo importantes resultados, como compromisos comerciales por más de US \$51 millones en 310 citas de negocios, una cobertura mediática valorizada en más de S/. 50 millones y una asistencia superior a la prevista de más de 1.7 millones de visitantes.

En esa línea, Perú participará en la EXPO Osaka 2025 que se realizará del 13 de abril al 13 de octubre del 2025 en la Isla Yumeshima de Osaka, Japón. Durante los 184 días que durará la Expo se proyecta recibirá unas 28.2 millones de visitas (24.7 millones japoneses, 3.5 millones extranjeros).

Mediante Memorando N° 000165-2021-PROMPERÚ/PE, con fecha 12 de octubre de 2021 se recibe la Carta N°O-1A/202/20, en la cual el Gobierno del Japón, a través de la Embajada del Japón en el Perú, extiende la invitación al Perú para la participación en la Expo Osaka-Kansai 2025.

Mediante Oficio N° 164-2023-MINCETUR/DM, emitido por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo el 14 de febrero de 2023, se confirmó la participación del Perú en la Expo Osaka-Kansai 2025.

Mediante Nota RE (DAC)N°6-18/7, el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú a través de la Dirección de Política Cultural con fecha 15 de febrero de 2023 comunica formalmente al Gobierno del Japón su decisión de participar en Expo 2025 Osaka-Kansai.

Posteriormente, mediante Resolución N° 000038-2024-PROMPERÚ/GG, de fecha 12 de abril de 2024, se creó el Departamento de Gestión Expo Osaka-Kansai (DGEOK) como Unidad Funcional de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ, de carácter temporal, dependiente de la Oficina de Producción, que tendrá a su cargo la gestión y supervisión de dicho evento especial. En dicha



resolución, se le otorgan funciones al DGEOK tales como coordinar con los órganos y unidades orgánicas, así como con otros actores del sector público y privado, la gestión de las labores administrativas y logísticas necesarias en todas las fases de participación del Perú en la Expo 2025 Osaka-Kansai.

En este sentido, dada la importancia de este evento, desde el DGEOK se ha realizado la propuesta para la conformación de un grupo de trabajo multisectorial con distintos sectores de gobierno, por lo que se requiere realizar las gestiones necesarias para la creación y seguimiento de las actividades propuestas por el Grupo de Trabajo Multisectorial con la finalidad de desarrollar una labor articulada que impulse y potencie la participación del país en el evento.

Adicionalmente, mediante Resolución N° 000107-2024-PROMPERU/PE, de fecha 25 de junio de 2024 se creó el comité Osaka Kansai, de carácter temporal, encargado de articular la estrategia de contenido para la Expo 2025 Osaka-Kansai y conformado por las Direcciones de línea y principales oficinas de la institución y que desarrolla como funciones destinadas a que las Direcciones de Línea brinden el contenido temático que se requiere para la puesta en marcha de la exposición.

Asimismo, mediante Resolución N° 000101-2024-PROMPERU/GG, de fecha 09 de septiembre de 2024 se creó el Departamento de Marca País– Presidencia Ejecutiva como Unidad Funcional de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ, de carácter temporal, dependiente de la Presidencia Ejecutiva, el cual tiene la responsabilidad de ejecutar las siguientes funciones:

- A. Formular, ejecutar y evaluar el cumplimiento de los Planes Estratégico y Operativo Institucionales de promoción de la imagen país a través de la Marca País y marcas sectoriales y/o especializadas, en coordinación con la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País, la Dirección de las OCEX y la Dirección de las Oficinas Regionales y las demás direcciones de promoción en lo que corresponda, en el ámbito de sus funciones, y en concordancia con la normativa vigente.
- B. Definir y ejecutar las estrategias de marketing para la promoción de la Marca País a nivel nacional e internacional, en coordinación con el Departamento de Marca País, la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País, la Oficina de Producción, la Dirección de las OCEX, la Dirección de las Oficinas Regionales y las demás direcciones de promoción en lo que corresponda.
- C. Proponer, dirigir y ejecutar el desarrollo de proyectos, programas u otras iniciativas de promoción de alto impacto, que contribuyan a fortalecer la imagen país a través de la Marca País.
- D. Coordinar con el Departamento de Marca País, la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País, la Oficina de Producción y la Oficina de Comunicaciones, el desarrollo, ejecución y supervisión de las acciones de mercadeo, publicidad, comunicaciones, desarrollo de material promocional, gestión de apoyo para la promoción y organización de eventos, para la ejecución de las actividades de promoción de la imagen país a través de la Marca País y de las marcas sectoriales y/o especializadas.
- E. Las demás funciones que le asigne la Presidencia Ejecutiva en el marco de sus competencias.

Por otro lado, mediante Resolución N° 000109-2024-PROMPERÚ/GG, de fecha 03 de octubre de 2024, se dejó sin efecto la Resolución de Gerencia General N° 038-2024-PROMPERÚ/GG, a través de la cual se había creado el Departamento de Gestión Expo Osaka-Kansai como unidad funcional de PROMPERÚ.

Perú tiene la oportunidad de presentar un espacio de alto impacto que promocióne la imagen del país y posicionar nuestro turismo, el sector más golpeado por la pandemia y la crisis política.

La Expo Osaka es una gran vitrina para promover a los artesanos, el Turismo Comunitario y a las Pymes porque tiene un alto componente para mostrar los avances en torno a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) al 2030.

La temática del Perú es 'Sabiduría creando/construyendo futuro', que evoca al pasado milenario y de civilizaciones que han aportado alimentos e insumos que hoy el mundo disfruta, y que esto se proyecta hacia adelante gracias al talento y trabajo de los peruanos de hoy.

Cabe destacar que los vínculos entre Japón y Perú son estrechos. Se han celebrado más de 120 años de la migración japonesa a nuestro país, que tiene la segunda colonia japonesa más grande de Sudamérica



(100,000 personas) y en Japón viven alrededor de 40,000 peruanos. La integración cultural se refleja, entre otros, en la gastronomía.

Un reflejo de estas buenas relaciones entre ambos países son los convenios de cooperación en materia educativa, técnica, cultural, entre otros. Además, somos importantes socios comerciales, tenemos un TLC bilateral y somos socios en importantes bloques económicos como APEC o el CPTPP.

El retorno de inversión estimado como resultado de la agenda comercial de exportaciones, turismo e inversiones: 300% (cifra proyectada según resultados de actividades comerciales en Dubái). Asimismo, se proyecta tener una cobertura mediática nacional e internacional superior a los 80 millones de soles.

En este contexto, se ha visto conveniente contratar los servicios de una empresa japonesa experta en asesoría en comunicaciones y prensa en este importante mercado, que posicione a Perú como un destino turístico, de inversiones y centro de negocios que ofrece las siguientes garantías: democracia sólida con instituciones confiables y seguras; crecimiento económico constante superior al promedio de la región; modernización de sectores financiero y productivo. Se espera que este servicio provoque el encuentro y acercamiento con empresarios japoneses e internacionales interesados en invertir en Perú.

6. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

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

7. COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

PROMPERÚ designará 01 (un) representante del Departamento Marca País y (01) un representante de la Oficina de Comunicaciones para que el proveedor pueda coordinar directamente los detalles del servicio.

8. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

La empresa de Comunicaciones y Relaciones Públicas Internacional a ser contratada deberá desarrollar una estrategia de comunicaciones para dar a conocer a los targets del mercado de interés la participación del Perú en la Expo 2025 Osaka-Kansai, así como asegurar la apropiada cobertura a las diversas actividades que PROMPERÚ desarrollará en Japón en el marco de la referida exposición universal.

La estrategia de comunicaciones elaborada por la agencia contratada deberá de contener como mínimo los siguientes puntos:

ACTIVIDAD	SERVICIO REQUERIDO
Plan de Trabajo	El plan de trabajo deberá contener todas las acciones que el proveedor desarrollará durante todo el servicio. En dicho plan se establecerán todas las actividades a desarrollar (en base a la participación de Perú y las actividades de promoción que implementará PROMPERÚ en Japón en el marco del evento Expo 2025 Osaka-Kansai).
	En el plan se deberá de mostrar los periodos o fechas en que el proveedor desarrollará, ejecutará las actividades y/o entregará productos.
	Considerar que el periodo del servicio será a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda hasta 390 días calendario.

	PROMPERÚ puede sugerir los cambios que estime conveniente para el cumplimiento del objetivo de la contratación, en coordinación con el proveedor.
	Todas las acciones contenidas en el plan deberán contar con la aprobación de la Oficina de Comunicaciones, Departamento de Marca País antes de su ejecución.
Plan de comunicación	El plan de comunicaciones deberá contener la estrategia a desarrollar durante el servicio, así como la descripción general de las acciones recomendadas a realizarse con la indicación del público objetivo al cual se está dirigiendo, teniendo en consideración que nuestro mercado de interés es Japón. Asimismo, debe incluir la lista de los principales medios de comunicación y principales líderes de opinión de interés con los cuales se mantendrá un flujo de comunicación permanente.
	El plan de comunicaciones deberá contemplar una estrategia diferenciada de acuerdo a las características particulares del mercado de interés: elaboración y distribución de notas de prensa, gestión de entrevistas, elaboración y envío de información y material audiovisual a los medios de comunicación tradicional y no tradicional. También se deberá de elaborar un dossier de prensa sobre el Perú con los temas que definirá PROMPERÚ.
	<p>Dicha estrategia deberá permitir alcanzar los objetivos planteados (PUNTO 6) en línea con la participación de Perú y las actividades de promoción que implementará PROMPERÚ en Japón en el marco del evento Expo 2025 Osaka-Kansai. Además, la estrategia de comunicaciones a desarrollar por el proveedor deberá de permitir alcanzar los siguientes objetivos específicos propios de la contratación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alcanzar un público objetivo de editores comisionados y prensa japonesa e internacional, empresarios de los sectores de la industria de viajes, exportaciones, inversiones y público en general. • Lograr un mínimo de 280 publicaciones sobre el Perú, marcas sectoriales y temas transversales en los principales medios de comunicación del mercado de interés. • Lograr un mínimo de 14 entrevistas en medios de alto impacto con líderes de opinión (de fuerte posicionamiento y reconocimiento social) japoneses relevantes que hablen sobre temas relacionados a las acciones de PROMPERÚ en Japón, de temas relacionados a la promoción transversal en el marco de la participación de Perú en la Expo 2025 Osaka-Kansai. • Convocar y lograr la asistencia de como mínimo 50 medios de comunicación a los eventos implementados por PROMPERÚ en Japón en el marco de la Expo 2025 Osaka-Kansai para realizar la cobertura de la participación de Perú. • Organizar dos viajes de prensa al Perú previos al evento y obtener la asistencia mínima de 10 medios de prensa o líderes de opinión de Japón en total.
	El plan de comunicaciones deberá desarrollarse por un periodo que comprenda a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda hasta 390 días calendario. A fin de contabilizar todos los resultados e impactos mediáticos logrados en la Expo Osaka-Kansai.
Relaciones Públicas y/o Relacionamento	El proveedor deberá identificar a los principales medios de comunicación tradicional y no tradicional en el mercado de interés.

con Medios de Comunicación, líderes de opinión y stakeholders	<p>El proveedor favorecerá el conocimiento del Perú entre los medios de comunicación, en el mercado de interés, para lo cual el proveedor deberá de generar contenido que cubra los intereses de los medios y coordinar su publicación; así como atención permanente a los medios de comunicación que soliciten información sobre el Perú; igualmente, atención permanente en el pabellón de Perú (el proveedor debe designar a una persona para esta labor presencial en el pabellón peruano) para identificar visitas de periodistas y líderes de opinión para capitalizar oportunidades de difusión positivas sobre nuestra participación en la Expo 2025 Osaka-Kansai.</p>
	<p>El proveedor se encargará de realizar la convocatoria a los medios de comunicación para cubrir las diversas actividades de Perú en la Expo 2025 Osaka-Kansai.</p>
	<p>El proveedor realizará gestión de entrevistas para los voceros peruanos. Distribución de notas de prensa, material audiovisual y dossier de prensa. El proveedor deberá identificar, generar, coordinar y supervisar una agenda de reuniones entre los representantes del Estado peruano con empresarios del sector turismo, exportaciones e inversiones con el objetivo de mostrar los beneficios del país para atraer inversión extranjera.</p>
	<p>El proveedor debe realizar la cobertura del Día de Perú en Expo Osaka-Kansai “PERÚ DAY” (09 de agosto 2025):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Convocatoria de 30 invitados (entre prensa e influenciadores) para asistir al evento. • Convocatoria para el cóctel (mínimo 30 invitados). • 3 Notas de prensa (antes, durante y después del evento). • 60 fotografías, la entrega se realizará durante los días que dure el evento. • Especificaciones técnicas Anexo N° 1). • 01 video de resumen de la actividad en edición por corte, con duración de 5 minutos como máximo (en horizontal y vertical, para web y redes sociales). <p>La entrega se realizará al día siguiente de</p> <ul style="list-style-type: none"> • finalizado el evento. (Especificaciones técnicas Anexo N° 1). • 10 entrevistas como mínimo para el o los representantes peruanos asistentes al evento. • 01 representante de la agencia durante los días del evento. • 01 informe de la actividad.
Asistencia permanente y gestión de crisis	<p>El proveedor siempre tendrá una actitud proactiva para colocar información de Perú en los servicios de noticias en el mercado de interés. Así como para absolver dudas y encontrar respuestas a las inquietudes de los usuarios del servicio.</p>
	<p>El proveedor realizará el monitoreo permanente de los medios y responderá ante posibles noticias que afecten la imagen del país en el mercado de interés, previa coordinación con PROMPERÚ.</p>
	<p>El proveedor brindará información actualizada oportunamente a PROMPERÚ, sobre algunas novedades y tendencias que vayan presentándose en el mercado de interés.</p>
	<p>El proveedor elaborará un clipping (evidencia) de manera semanal donde solo se deberá considerar las publicaciones que hayan surgido a partir de las acciones de comunicación gestionadas por el proveedor en coordinación con PROMPERÚ, aunque la entidad no sea mencionada. En un eventual escenario de crisis o pre-crisis se deberá hacer monitoreo diario de las noticias que afecten la imagen del Perú e</p>

	<p>informar de manera inmediata a PROMPERÚ.</p> <p>Gestión de Crisis y asistencia permanente ante eventuales hechos fortuitos de diversa naturaleza: el proveedor debe elaborar y presentar un Plan de Gestión de Crisis (el documento enviado deberá contar con la aprobación del Departamento de Marca País).</p> <p>Previo análisis de la situación, si se presentara una situación de crisis en Japón exclusivamente en el marco de Expo 2025 Osaka-Kansai que afecte negativamente la imagen del pabellón de Perú y, por consiguiente, del país, la Agencia de Comunicaciones y Relaciones Públicas Internacional deberá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monitorear cualquier situación que pueda afectar la participación de Perú en la Expo 2025 Osaka-Kansai, sobre el pabellón peruano o la imagen del país en el marco de la Exposición Universal (el mercado de interés es estrictamente japonés). • Elaborar y presentar la Estrategia de Comunicación de acuerdo a los lineamientos del Plan de Gestión de Crisis (la estrategia enviada deberá contar con la aprobación del Departamento de Marca País) y la Oficina de Comunicaciones de PROMPERÚ. • Elaborar y emitir comunicados u otros productos de comunicación en coordinación con el Departamento de Marca País y la Oficina de Comunicaciones de PROMPERÚ. • Atender las solicitudes de información de medios de comunicación, medios de la industria y todas las instituciones/empresas que la soliciten, con el objetivo de informar sobre la situación de manera objetiva y oportuna, reduciendo así los impactos negativos que la crisis pueda generar. • La agencia siempre debe tener una actitud proactiva para colocar los temas de turismo, inversiones y exportaciones de Perú en las noticias, prever soluciones para problemas que se podrían suscitar y descubrir oportunidades de difusión positiva para generar una cobertura positiva con indicadores superiores a los negativos a fin de contrarrestar sus efectos en la percepción del público japonés.
<p>Elaboración y Distribución de productos de comunicación</p>	<p>El proveedor deberá elaborar y distribuir un máximo de 28 productos de comunicación (notas de prensa, artículos, pitches; acompañados por material audiovisual ad hoc como fotos y videos) durante el periodo de la contratación, considerando las siguientes temáticas enmarcadas en la participación de Perú en la Expo 2025 Osaka-Kansai: el destino Perú, marcas sectoriales y temas transversales para promover el turismo, las exportaciones y las inversiones.</p> <p>Elaboración de un (01) press kit, que se entregará durante el plazo de ejecución del servicio a solicitud de PROMPERÚ, el cual deberá desarrollarse bajo el siguiente índice:</p> <ol style="list-style-type: none"> Historia. Economía. Actualidad. Principales Atractivos Turísticos. Principales Productos de Exportación. Principales Oportunidades de Inversión en el Perú. Imagen País / Marca Perú. <p>Los temas de los contenidos se trabajarán de manera conjunta con el proveedor.</p> <p>Todo el material escrito deberá de estar en inglés, para luego ser traducido al idioma japonés, de acuerdo al medio en el cual será distribuido.</p>

	<p>Todo el material escrito producido deberá de ser aprobado por el Departamento de Marca País– Presidencia Ejecutiva antes de su distribución.</p>
Viajes de prensa	<p>El proveedor deberá organizar y ejecutar al menos dos (02) viajes de prensa para un total de diez (10) periodistas de medios japoneses y pagar la totalidad del mismo desde su salida de Japón hasta su retorno a Japón (vuelos internacionales y nacionales, traslados, alojamiento, alimentación, ingreso a atractivos turísticos, permisos de filmación, etc.). Se debe considerar hoteles de al menos 5 estrellas y restaurantes de al menos 5 tenedores. Cada viaje debe incluir el acompañamiento de un (01) representante de PROMPERÚ (debe incluir todos los traslados desde y hacia su domicilio) y un (01) guía en japonés para todas las visitas a realizar durante todo el viaje. Se debe considerar seguros de viaje para todos los periodistas japoneses y para el representante de PROMPERÚ en cada viaje.</p> <p>Cada viaje deberá incluir al menos tres (03) de las regiones priorizadas a promocionar de nuestro país con un mínimo de 8 días de duración, a coordinar previamente con PROMPERÚ. El tour operador o agencia de viaje que realice el viaje deberá ser previamente validado por PROMPERÚ.</p> <p>Itinerario del Press Tour 1 :</p> <p><u>Primer Día</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Llegada a Lima de noche. Cena y pernocte en Lima (hotel cinco estrellas en Miraflores). <p><u>Segundo Día</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno • Media mañana libre • Visita Museo Larco • Almuerzo en restaurante 5 tenedores • Museo Amano • Cena (50 Best Restaurantes) <p><u>Tercer Día</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno • Salida a Pisco • Sobrevuelo a Líneas de Nasca • Glamping en Paracas • Pernocte en Paracas <p><u>Cuarto Día</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno • Visita a Islas Ballestas • Almuerzo en restaurante 5 tenedores • Retorno a Lima • Cena en hotel (o room service) • Pernocte en hotel del aeropuerto <p><u>Quinto Día</u></p>

- Desayuno
- Salida a Cusco
- Ida al Valle Sagrado
- Visita a centro alpaquero
- Almuerzo en restaurante turístico
- Visita a Maras y Moray
- Pernocte en Valle Sagrado

Sexto Día

- Desayuno
- Ida a la estación de Poroy
- Visita a Machu Picchu
- Retorno a Cusco ciudad
- Pernocte en Cusco ciudad

Séptimo Día

- Desayuno
- City Tour Cusco
- Almuerzo en restaurante 5 tenedores
- Retorno a Lima
- Cena en hotel (o room service)

Octavo Día

- Desayuno.
- Mañana libre
- Almuerzo en restaurante nikkei
- Taller de chocolate o café
- Aeropuerto para retorno a Japón

Itinerario del Press Tour 2):

Primer Día

- Llegada a Lima de noche. Cena y pernocte en Lima (hotel cinco estrellas en Miraflores).

Segundo Día

- Desayuno en el hotel.
- Media mañana libre
- Visita Museo Iarco
- Almuerzo en restaurante nikkei
- Museo Amano
- Cena y visita a la Huaca Pucllana

Tercer Día

- Desayuno en el hotel
- Salida a Cusco
- Ida al Valle Sagrado – Ollantaytambo
- Almuerzo en restaurante turístico
- Salida aguas calientes
- Pernocte en Machu Picchu Pueblo

Cuarto Día

- Desayuno
- Retorno a Cusco

	<ul style="list-style-type: none"> • Almuerzo en restaurante turístico • Visita a centro alpaquero • Cena en hotel (o room service) • Pernocte en cusco <p><u>Quinto Día</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno en el hotel • Almuerzo en restaurante 5 estrellas • Experiencia de café / chocolate • Cena en restaurante 5 tenedores <p><u>Sexto Día</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno en hotel • Salida en estación del tren • Tren Cusco - Puno • Almuerzo gourmet a bordo • Pernocte en Puno <p><u>Séptimo Día</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno en hotel • Visita a las islas de Uros y Taquile • Almuerzo experiencia • Cena y pernocte en Lago Titicaca <p><u>Octavo Día</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno en el hotel • Tour Sillustani • Retorno a Lima • Almuerzo en Aeropuerto • Day use en aeropuerto • Retorno a Japón <p>Luego de cada viaje, el proveedor deberá hacer seguimiento de las publicaciones que vayan apareciendo fruto del viaje de prensa e incluir un reporte del viaje de prensa en el informe mensual de actividades. Es obligatorio enviar un informe de resultados que incluyan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Resumen de la actividad donde además se deberá incluir el feedback de los participantes de la actividad. • Cantidad total de impactos productos de la actividad. • Clipping de los resultados (digital o pdf de impresos). • Valorización de cada una de las publicaciones. • Alcance de cada una de las publicaciones. <p>Consideraciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los periodistas pueden ser de 10 medios diferentes pero la incorporación de fotógrafos de revistas o camarógrafos de televisión en alguno de los dos viajes estará sujeto a evaluación del Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva. Si se presenta una propuesta que requiera permisos de fotografía o filmación profesional, el proveedor deberá encargarse de la gestión para ingresar los equipos al Perú. El proveedor también debe encargarse de la gestión y el pago de los permisos necesarios para realizar filmaciones en el viaje de prensa en las locaciones necesarias. • El proveedor no podrá solicitar gratuidades de ningún tipo a nombre de PROMPERÚ para la ejecución del viaje; el proveedor debe asumir el costo total de los dos (02) viajes de prensa (monto incluido dentro de su cotización).
--	--

COBERTURA DE FOTO Y VIDEO	<p>La presente contratación deberá incluir el servicio de registro de foto y video profesional para crear productos de comunicación y cubrir la participación de Perú y el desarrollo de las actividades de promoción que implementará PROMPERÚ en Japón en el marco del evento Expo 2025 Osaka-Kansai y que cumpla las indicaciones del Anexo 1.</p> <p>Durante el periodo de la contratación, se requiere:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Registro de foto y video durante todos los 183 días que se lleve a cabo la Expo Osaka-Kansai). • Registro de foto y video para cubrir las diversas actividades que PROMPERÚ desarrollará en Japón en el marco de la referida exposición universal. <p>Para el desarrollo del servicio, el proveedor deberá contar con el equipo humano (01 fotógrafo y 01 camarógrafo) y los equipos descritos en el Anexo 1.</p> <p>Entregas diarias durante cada día del evento: el proveedor deberá enviar un enlace conteniendo:</p> <p>Fotografía:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una selección no menor a 20 fotografías con retoques básicos de color, contraste, iluminación, etc. • Dicha selección será enviada en formato JPG (mediana resolución) y RAW original. • Este material se enviará en un plazo máximo de dos (2) horas tras la finalización de las actividades del día. <p>Edición de video:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una edición resumen del día conteniendo los principales momentos, espacios o actividades de la jornada, y declaraciones si las hubiera. • Formato: Full HD (1080x1920). • Duración aproximada: 2 minutos. • La edición incluye musicalización (debe usarse pistas musicales libres de derecho). • Este material se enviará en un plazo máximo de doce (12) horas tras la finalización de las actividades del día.
----------------------------------	---

9. REQUISITOS DEL PROVEEDOR Y SU PERSONAL

Para efectuar la presente contratación, el proveedor deberá cumplir el siguiente perfil:

A. REQUISITOS DEL CONTRATISTA

DEL CONTRATISTA

El postor deberá tener experiencia mínima en cuatro (04) servicios con actividades relacionadas:

- Al menos 2 servicios en la elaboración o ejecución de estrategias de comunicación para la promoción o difusión a través de medios de comunicación, así como en medios especializados en los sectores de lifestyle o en exportaciones o tecnología o innovación digital o inversiones en Japón.
- Al menos 2 servicios en gestión de crisis comunicacionales en Japón.
- El postor deberá tener una oficina en Japón.

ACREDITACIÓN:

- Se deberá acreditar la experiencia mediante la presentación de copias de contratos u órdenes de servicio o comprobantes de pago o certificados o constancias de trabajo o cualquier otra documentación que acredite fehacientemente la experiencia requerida.



- Se deberá presentar una constancia o documento simple que indique que tiene una oficina ubicada en Japón.

Todos los documentos deberán ser traducidos al inglés.

DEL PERSONAL CLAVE

El equipo de trabajo debe estar conformado como mínimo por tres (03) profesionales:

Un jefe de cuenta:

Formación Académica: Título profesional universitario o bachiller universitario o su grado homólogo equivalente en Japón o constancia de estudios de Japón de las carreras de ciencias de comunicación o relaciones públicas o periodismo o publicidad o marketing, artes o idiomas o ciencias sociales o humanidades o economía o derecho o filosofía o sociología o lingüística.

Experiencia profesional: Experiencia laboral mínima de 03 servicios liderando campañas en el mercado asiático de comunicación, relaciones públicas, manejo de crisis en los sectores de lifestyle o tecnología o turismo o innovación digital o exportaciones o en eventos internacionales.

ACREDITACIÓN:

- Grado
Académico: la formación académica deberá acreditarse con copia simple del diploma o constancia de los títulos o grados académicos.

- Experiencia laboral se acreditará con copia simple de cualquiera de los siguientes documentos (i) contratos o (ii) constancias o (iii) certificados o (iv) ordenes de servicio o (v) cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la experiencia.

- El personal deberá tener conocimientos en inglés avanzado.

Todos los documentos deberán ser traducidos al inglés.

Un especialista en comunicación estratégica y gestión de crisis:

Formación Académica: Título universitario o título técnico o su grado homólogo equivalente en Japón o constancia de estudios de Japón en la carrera de ciencias de comunicación o relaciones públicas o periodismo o publicidad o marketing o artes o idiomas o ciencias sociales o humanidades o economía o derecho o filosofía o sociología o lingüística.

Experiencia profesional: Experiencia laboral mínima de 03 servicios en la elaboración o implementación de planes de comunicación estratégica y planes de gestión de crisis en Japón.

ACREDITACIÓN:

- Grado
Académico: la formación académica deberá acreditarse con copia simple del diploma o constancia de los títulos o grados académicos.

- Experiencia laboral se acreditará con copia simple de cualquiera de los siguientes documentos (i) contratos o (ii) constancias o (iii) certificados o (iv) ordenes de servicio o (v) cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la experiencia.

- El personal deberá tener conocimientos en inglés avanzado.

Todos los documentos deberán ser traducidos al inglés.

DEL PERSONAL COMPLEMENTARIO

Un especialista en comunicación audiovisual:



Formación Académica: Título universitario o título Técnico o su grado homólogo equivalente en Japón o constancia de estudios de Japón en la carrera de diseño o letras o diseño gráfico o arte o comunicación audiovisual o ciencias de la comunicación.

Experiencia profesional: Experiencia laboral mínima de 03 servicios en la elaboración e implementación de piezas de comunicación audiovisual, como fotos y videos, en Japón.

Nota

La documentación la envía el proveedor al día siguiente de notificada la orden de servicio o suscrito al contrato según corresponda.

Todos los documentos deberán ser traducidos al inglés.

10. PRODUCTOS

El proveedor entregará su producto a través de “Ventanilla Virtual” de PROMPERÚ en el siguiente link <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/>, durante las 24 horas del día, con atención al Departamento de Marca País

El proveedor deberá emitir un reporte de actividades realizadas según la descripción del servicio:

Reportes	Información a entregar (*)	Plazo de entrega del producto	V°B° y/o Conformidad según corresponda:	Porcentaje (%) a pagar
Producto 1	<ul style="list-style-type: none"> - Informe detallando el Plan de trabajo aprobado. - Elaboración de una Propuesta de plan de comunicación. - Propuesta de plan de crisis. - Resumen de las actividades realizadas (Directorio de medios de comunicación atendidos con las acciones realizadas; resumen de las acciones que los países considerados como competencia para Perú están realizando para cada sector de interés; clipping evidencia de las publicaciones generadas con su respectiva valorización medido en AVE y ROI, audiencia medido en alcance/lectoría y tono positivo/negativo). - Conclusiones y recomendaciones. 	Hasta 30 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	<ul style="list-style-type: none"> - V°B°: Oficina de Comunicaciones (OCM) y Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva 	25%
Producto 2	<ul style="list-style-type: none"> - Resumen de las actividades realizadas (Directorio de medios de comunicación atendidos con las acciones realizadas; resumen de las acciones que los países considerados como competencia para Perú están realizando para cada sector de interés; clipping evidencia de las publicaciones generadas con su respectiva 	Hasta 60 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	<ul style="list-style-type: none"> - V°B°: Oficina de Comunicaciones (OCM) - Conformidad: Departamento de Marca País– Presidencia Ejecutiva 	5%

	valorización medido en AVE y ROI, audiencia medido en alcance/lectoría y tono positivo/negativo). - Conclusiones y recomendaciones.			
Producto 3	- Resumen de las actividades realizadas (Directorio de medios de comunicación atendidos con las acciones realizadas; resumen de las acciones que los países considerados como competencia para Perú están realizando para cada sector de interés; clipping evidencia de las publicaciones generadas con su respectiva valorización medido en AVE y ROI, audiencia medido en alcance/lectoría y tono positivo/negativo). - Conclusiones y recomendaciones.	Hasta 90 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	- V°B°: Oficina de Comunicaciones (OCM) - Conformidad: Departamento de Marca País– Presidencia Ejecutiva	5%
Producto 4	- Resumen de las actividades realizadas (Directorio de medios de comunicación atendidos con las acciones realizadas; resumen de las acciones que los países considerados como competencia para Perú están realizando para cada sector de interés; clipping evidencia de las publicaciones generadas con su respectiva valorización medido en AVE y ROI, audiencia medido en alcance/lectoría y tono positivo/negativo). - Conclusiones y recomendaciones.	Hasta 120 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	- V°B°: Oficina de Comunicaciones (OCM) - Conformidad: Departamento de Marca País– Presidencia Ejecutiva	5%
Producto	- Resumen de las actividades realizadas (Directorio de medios de comunicación atendidos con las acciones realizadas; resumen de las acciones que los países considerados como competencia para Perú están realizando para cada sector de interés; clipping evidencia de las publicaciones generadas con su respectiva valorización medido en AVE y ROI, audiencia medido en alcance/lectoría y tono positivo/negativo). - Conclusiones y recomendaciones.	Hasta 150 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	- V°B°: Oficina de Comunicaciones (OCM) - Conformidad: Departamento de Marca País– Presidencia Ejecutiva	5%

5	recomendaciones.			
Producto 6	<ul style="list-style-type: none"> - Resumen de las actividades realizadas (Directorio de medios de comunicación atendidos con las acciones realizadas; resumen de las acciones que los países considerados como competencia para Perú están realizando para cada sector de interés; clipping evidencia de las publicaciones generadas con su respectiva valorización medido en AVE y ROI, audiencia medido en alcance/lectoría y tono positivo/negativo). - Conclusiones y recomendaciones. 	Hasta 180 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	<ul style="list-style-type: none"> - V°B°: Oficina de Comunicaciones (OCM) - Conformidad: Departamento de Marca País– Presidencia Ejecutiva 	5%
Producto 7	<ul style="list-style-type: none"> - Resumen de las actividades realizadas (Directorio de medios de comunicación atendidos con las acciones realizadas; resumen de las acciones que los países considerados como competencia para Perú están realizando para cada sector de interés; clipping evidencia de las publicaciones generadas con su respectiva valorización medido en AVE y ROI, audiencia medido en alcance/lectoría y tono positivo/negativo). - Conclusiones y recomendaciones. 	Hasta 210 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	<ul style="list-style-type: none"> - V°B°: Oficina de Comunicaciones (OCM) - Conformidad: Departamento de Marca País– Presidencia Ejecutiva 	5%
Producto 8	<ul style="list-style-type: none"> - Resumen de las actividades realizadas (Directorio de medios de comunicación atendidos con las acciones realizadas; resumen de las acciones que los países considerados como competencia para Perú están realizando para cada sector de interés; clipping evidencia de las publicaciones generadas con su respectiva valorización medido en AVE y ROI, audiencia medido en alcance/lectoría y tono positivo/negativo). - Conclusiones y recomendaciones. 	Hasta 240 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	<ul style="list-style-type: none"> - V°B°: Oficina de Comunicaciones (OCM) - Conformidad: Departamento de Marca País– Presidencia Ejecutiva 	5%

	recomendaciones.			
Producto 9	<ul style="list-style-type: none"> - Resumen de las actividades realizadas (Directorio de medios de comunicación atendidos con las acciones realizadas; resumen de las acciones que los países considerados como competencia para Perú están realizando para cada sector de interés; clipping evidencia de las publicaciones generadas con su respectiva valorización medido en AVE y ROI, audiencia medido en alcance/lectoría y tono positivo/negativo). - Conclusiones y recomendaciones. 	Hasta 270 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	<ul style="list-style-type: none"> - V°B°: Oficina de Comunicaciones (OCM) - Conformidad: Departamento de Marca País– Presidencia Ejecutiva 	5%
Producto 10	<ul style="list-style-type: none"> - Resumen de las actividades realizadas (Directorio de medios de comunicación atendidos con las acciones realizadas; resumen de las acciones que los países considerados como competencia para Perú están realizando para cada sector de interés; clipping evidencia de las publicaciones generadas con su respectiva valorización medido en AVE y ROI, audiencia medido en alcance/lectoría y tono positivo/negativo). - Conclusiones y recomendaciones. 	Hasta 300 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	<ul style="list-style-type: none"> - V°B°: Oficina de Comunicaciones (OCM) - Conformidad: Departamento de Marca País– Presidencia Ejecutiva 	5%
Producto 11	<ul style="list-style-type: none"> - Resumen de las actividades realizadas (Directorio de medios de comunicación atendidos con las acciones realizadas; resumen de las acciones que los países considerados como competencia para Perú están realizando para cada sector de interés; clipping evidencia de las publicaciones generadas con su respectiva valorización medido en AVE y ROI, audiencia medido en alcance/lectoría y tono positivo/negativo). 	Hasta 330 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	<ul style="list-style-type: none"> - V°B°: Oficina de Comunicaciones (OCM) - Conformidad: Departamento de Marca País– Presidencia Ejecutiva 	5%

	- Conclusiones y recomendaciones.			
Producto 12	- Resumen de las actividades realizadas (Directorio de medios de comunicación atendidos con las acciones realizadas; resumen de las acciones que los países considerados como competencia para Perú están realizando para cada sector de interés; clipping evidencia de las publicaciones generadas con su respectiva valorización medido en AVE y ROI, audiencia medido en alcance/lectoría y tono positivo/negativo). - Conclusiones y recomendaciones.	Hasta 360 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	- V°B°: Oficina de Comunicaciones (OCM) - Conformidad: Departamento de Marca País– Presidencia Ejecutiva	5%
Producto 13	- Resumen de las actividades realizadas (Directorio de medios de comunicación atendidos con las acciones realizadas; resumen de las acciones que los países considerados como competencia para Perú están realizando para cada sector de interés; clipping evidencia de las publicaciones generadas con su respectiva valorización medido en AVE y ROI, audiencia medido en alcance/lectoría y tono positivo/negativo). - Conclusiones y recomendaciones.	Hasta 390 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	- V°B°: Oficina de Comunicaciones (OCM) - Conformidad: Departamento de Marca País– Presidencia Ejecutiva.	20%

11. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de ejecución será de hasta 390 días calendarios, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda:

12. OTRAS OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA Y OTROS

El contratista es el responsable directo y absoluto de las actividades que realizará, sea directamente o a través de su personal, debiendo responder por el servicio brindado.

Obligaciones de PROMPERÚ:

- Asignar a un representante de PROMPERÚ para las coordinaciones del servicio.
- Brindar información necesaria que le sirva como insumo para generar notas de prensa y artículos.
- Brindar acceso al banco de imágenes de PROMPERÚ para poder usar las imágenes de archivo.
- Designar los voceros para las entrevistas generadas por la empresa contratada.

Obligaciones de la empresa:

- Asignar a un miembro de su equipo para las coordinaciones con los representantes del Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva y la Oficina de Comunicaciones de PROMPERÚ con los cuales deberá mantener una comunicación fluida.
- La comunicación se realizará en idioma español o inglés.
- El proveedor podrá ampliar el equipo de acuerdo a las necesidades que considere para la mejora del servicio.
- Es obligación del proveedor prever que el servicio a brindar sea a todo costo, es decir que todos los gastos que se generen por el desplazamiento, estadía, materiales, impuestos, entre otros gastos necesarios para la ejecución del servicio se encuentran contemplados en su cotización, y serán asumidos por él.

13. FORMA DE PAGO

El pago se realizará en 13 pagos parciales en moneda extranjera (dólares americanos), por transferencia bancaria, según el siguiente detalle:

Producto	Plazo de entrega del producto	Porcentaje (%) a pagar
Producto 1	Hasta 30 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	25%
Producto 2	Hasta 60 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	5%
Producto 3	Hasta 90 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	5%
Producto 4	Hasta 120 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	5%
Producto 5	Hasta 150 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	5%
Producto 6	Hasta 180 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	5%
Producto 7	Hasta 210 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	5%
Producto 8	Hasta 240 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	5%
Producto 9	Hasta 270 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	5%
Producto 10	Hasta 300 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	5%
Producto 11	Hasta 330 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	5%
Producto 12	Hasta 360 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	5%
Producto 13	Hasta 390 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada	20%

	la orden de servicio o suscripción del contrato, según corresponda.	
--	---	--

Se deberá contar con la conformidad del servicio que será brindada por el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, previo visto bueno de la Oficina de Comunicaciones. La conformidad no superará de 07 días calendario de haberse entregado el producto correspondiente. Para realizar el pago el proveedor deberá haber entregado los productos según se detalla en el punto 10.

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:

- El correo de notificación de la orden de servicio.
- Orden de Servicio.
- Correo de confirmación del registro del producto emitido por la Ventanilla Virtual, según usuario.

Notas:

- Los pagos realizados a la empresa en virtud del presente contrato estarán sujetos a las disposiciones del Convenio para evitar la doble imposición entre la República del Perú y Japón, aplicable desde el 1 de enero de 2022. El Contratista se compromete a proporcionar toda la documentación necesaria para acreditar su residencia fiscal y aplicar las tasas de retención de impuestos establecidas en dicho convenio. En caso de cualquier discrepancia en la interpretación o aplicación del convenio, ambas partes acuerdan someterse a la resolución de las autoridades fiscales competentes de cada país.

14. CONFORMIDAD DEL SERVICIO

La conformidad del servicio será brindada por el Departamento de Marca País– Presidencia Ejecutiva, previo visto bueno de la Oficina de Comunicaciones. La conformidad no superará de 07 días calendario de haberse entregado el producto correspondiente.

15. ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD

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

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

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

16. DERECHOS INTELECTUALES

PROMPERÚ tendrá la titularidad íntegra y exclusiva sobre los derechos de autor de los productos desarrollados a partir de la presente contratación, 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 No 822, el derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir:

- 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. La modificación sin que eso altere el contenido.
- G. 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.

El contratista, en su calidad de responsable de la creación por encargo de PROMPERÚ de los productos materia del presente servicio, declara y garantiza que: Cuenta con todas las autorizaciones para el uso de la imagen y nombre de las personas que van a ser incluidas en los productos comunicacionales; y todas las autorizaciones de las personas naturales que desarrollarán y ejecutarán todas las labores necesarias o convenientes para la mejor realización del servicio.

17. PENALIDADES

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

$$\text{Penalidad Diaria} = \frac{0.10 \times \text{Monto}}{F \times \text{Plazo en días}}$$

Donde F tiene los siguientes valores:

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

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

18. OTRAS PENALIDADES

Son susceptibles a la aplicación de “otras penalidades” de ocurrir los siguientes supuestos:

Plan de comunicaciones			
	SUPUESTOS DE APLICACIÓN DE PENALIDAD	FORMA DE CÁLCULO	PROCEDIMIENTO
1	No lograr un mínimo de 280 publicaciones sobre el Perú durante el periodo de contratación.	0.01 % del valor total de la contratación por no alcanzar el mínimo requerido.	Mediante informe emitido por un representante del Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, la presunta infracción para que le otorgue al proveedor el plazo de 5 días calendario para que efectúe el descargo. Una vez efectuado el descargo por el proveedor, el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva

			<p>según sea el caso, evaluará la pertinencia o no de aplicar otras penalidades.</p> <p>Del resultado de la evaluación realizada por el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, comunicará al proveedor la respuesta al descargo, dentro del plazo de cinco días calendario.</p>
2	No lograr un mínimo de 14 entrevistas en medios de alto impacto durante el periodo de contratación.	0.01 % del valor total de la contratación por cada una de las entrevistas que no se realizaron para alcanzar el mínimo requerido.	<p>Mediante informe emitido por un representante del Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, la presunta infracción para que le otorgue al proveedor el plazo de 5 días calendario para que efectúe el descargo.</p> <p>Una vez efectuado el descargo por el proveedor, el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva según sea el caso, evaluará la pertinencia o no de aplicar otras penalidades.</p> <p>Del resultado de la evaluación realizada por el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, comunicará al proveedor la respuesta al descargo, dentro del plazo de cinco días calendario.</p>
3	No lograr la asistencia de un mínimo de 50 medios de comunicación a los eventos implementados por PROMPERÚ en Japón en el marco de la Expo 2025 Osaka-Kansai	0.01 % del valor total de la contratación por cada uno de los medios de comunicación que no asistió para alcanzar el mínimo requerido.	<p>Mediante informe emitido por un representante del Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, la presunta infracción para que le otorgue al proveedor el plazo de 5 días calendario para que efectúe el descargo.</p> <p>Una vez efectuado el descargo por el proveedor, el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva según sea el caso, evaluará la pertinencia o no de aplicar otras penalidades.</p> <p>Del resultado de la evaluación realizada por el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, comunicará al proveedor la respuesta al descargo, dentro del plazo de cinco días calendario.</p>
4	No lograr la participación mínima de 10 medios de prensa de Japón durante los dos viajes de prensa al Perú previos al evento.	0.1 % del valor total de la contratación por cada uno de los periodistas que no participó en los viajes de prensa para alcanzar el mínimo requerido.	<p>Mediante informe emitido por un representante del Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, la presunta infracción para que le otorgue al proveedor el plazo de 5 días calendario para que efectúe el descargo.</p> <p>Una vez efectuado el descargo por el proveedor, el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva según sea el caso, evaluará la pertinencia o no de aplicar otras penalidades.</p> <p>Del resultado de la evaluación realizada por el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, comunicará al proveedor la respuesta al descargo, dentro del plazo de cinco días calendario.</p>

Producción de material audiovisual:			
5	No realizar el registro de foto y video durante los 183 días que se lleve a cabo la Expo Osaka-Kansai).	0.01 % del valor total de la contratación por cada uno de los días que no se contó con registro de foto y video.	<p>Mediante informe emitido por un representante del Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, la presunta infracción para que le otorgue al proveedor el plazo de 5 días calendario para que efectúe el descargo.</p> <p>Una vez efectuado el descargo por el proveedor, el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva según sea el caso, evaluará la pertinencia o no de aplicar otras penalidades.</p> <p>Del resultado de la evaluación realizada por el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, comunicará al proveedor la respuesta al descargo, dentro del plazo de cinco días calendario.</p>
6	No realizar las entregas diarias del material audiovisual producidos durante los 183 días de evento.	0.01 % del valor total de la contratación por cada uno de los días que no se contó con registro de foto y video.	<p>Mediante informe emitido por un representante del Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, la presunta infracción para que le otorgue al proveedor el plazo de 5 días calendario para que efectúe el descargo.</p> <p>Una vez efectuado el descargo por el proveedor, el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva según sea el caso, evaluará la pertinencia o no de aplicar otras penalidades.</p> <p>Del resultado de la evaluación realizada por el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, comunicará al proveedor la respuesta al descargo, dentro del plazo de cinco días calendario.</p>
Elaboración y Distribución de productos de comunicación.			
7	No elaborar y distribuir un máximo de 28 productos de comunicación.	0.01 % del valor total de la contratación por cada una de los productos de comunicación que faltó para alcanzar el máximo requerido.	<p>Mediante informe emitido por un representante del Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, la presunta infracción para que le otorgue al proveedor el plazo de 5 días calendario para que efectúe el descargo.</p> <p>Una vez efectuado el descargo por el proveedor, el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva según sea el caso, evaluará la pertinencia o no de aplicar otras penalidades.</p> <p>Del resultado de la evaluación realizada por el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, comunicará al proveedor la respuesta al descargo, dentro del plazo de cinco días calendario.</p>
8	No entregar el press kit de acuerdo a los	0.01 % del valor total de la contratación al no entregarse	Mediante informe emitido por un representante del Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, la presunta infracción para que le otorgue al proveedor el plazo de 5 días calendario para que

	solicitado.	en el plazo solicitado previamente por PROMPERÚ	<p>efectúe el descargo.</p> <p>Una vez efectuado el descargo por el proveedor, el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva según sea el caso, evaluará la pertinencia o no de aplicar otras penalidades.</p> <p>Del resultado de la evaluación realizada por el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, comunicará al proveedor la respuesta al descargo, dentro del plazo de cinco días calendario.</p>
Cobertura del Día de Perú en Expo Osaka-Kansai “PERÚ DAY” (09 de agosto 2025):			
9	No cumplir con la entrega mínima de 60 fotografías durante el evento.	0.1 % del valor total de la contratación por no cumplir con la entrega mínima.	<p>Mediante informe emitido por un representante del Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, la presunta infracción para que le otorgue al proveedor el plazo de 5 días calendario para que efectúe el descargo.</p> <p>Una vez efectuado el descargo por el proveedor, el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva según sea el caso, evaluará la pertinencia o no de aplicar otras penalidades.</p> <p>Del resultado de la evaluación realizada por el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, comunicará al proveedor la respuesta al descargo, dentro del plazo de cinco días calendario.</p>
10	No cumplir con la elaboración y entrega de 01 video de resumen de la actividad al día siguiente de finalizada el evento.	0.1 % del valor total de la contratación por no cumplir con producción y entrega de un video resumen de la actividad.	<p>Mediante informe emitido por un representante del Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, la presunta infracción para que le otorgue al proveedor el plazo de 5 días calendario para que efectúe el descargo.</p> <p>Una vez efectuado el descargo por el proveedor, el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva según sea el caso, evaluará la pertinencia o no de aplicar otras penalidades.</p> <p>Del resultado de la evaluación realizada por el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, comunicará al proveedor la respuesta al descargo, dentro del plazo de cinco días calendario.</p>
11	No lograr el mínimo de 10 entrevistas durante el evento.	0.1 % del valor total de la contratación por cada una de las entrevistas que no se realizaron para alcanzar el mínimo	<p>Mediante informe emitido por un representante del Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, la presunta infracción para que le otorgue al proveedor el plazo de 5 días calendario para que efectúe el descargo.</p> <p>Una vez efectuado el descargo por el proveedor, el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva según sea el caso, evaluará la pertinencia o no de</p>

		requerido.	<p>aplicar otras penalidades.</p> <p>Del resultado de la evaluación realizada por el Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva, comunicará al proveedor la respuesta al descargo, dentro del plazo de cinco días calendario.</p>
--	--	------------	---

19. PROPIEDAD INTELECTUAL

El proveedor del servicio no tendrá ningún título, patente u otros derechos de propiedad en ninguno de los entregables o material promocional preparados para ejecutar el servicio. El proveedor deberá reconocer a PROMPERÚ como titular exclusivo de los derechos patrimoniales sobre los entregables o material promocional creado en relación al contrato suscrito con PROMPERÚ.

PROMPERÚ tendrá el uso perpetuo, exclusivo y a título oneroso, entre otras prerrogativas reconocidas en el Perú por la Ley sobre el Derecho de Autor aprobada por el Decreto Legislativo No 822, sobre los entregables o material promocional, entre los que se encuentran las bases de datos, spots, videos (incluidas imágenes y sonido) y de todas las piezas publicitarias, sin restricción en el ámbito nacional e internacional, comprendiendo, especialmente derecho exclusivo a realizar, autorizar o prohibir:

- La reproducción por cualquier forma o procedimiento.
- La comunicación al público por cualquier medio.
- La distribución al público.
- La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación.
- La importación al territorio nacional de copias hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio, incluyendo la transmisión.
- 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.

20. RESOLUCIÓN DE CONTRATO

El Departamento de Marca País– Presidencia Ejecutiva puede solicitar por escrito a la Oficina de Administración a través de un informe técnico, la resolución del contrato por las siguientes causales:

- Incumplimiento injustificado de obligaciones contractuales, legales reglamentarias a su cargo, pese a haber sido notificado para ello;
- Acumulación del monto máximo de la penalidad por mora o el monto máximo para otras penalidades, en la ejecución de la prestación a su cargo; o
- Paralización o reducción injustificada de la ejecución de la prestación, pese a haber sido notificado para corregir tal situación;
- Por acuerdo entre las partes
- Por caso fortuito o fuerza mayor, que imposibilite a la entidad de manera definitiva continuar con el contrato

21. 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 efectuar, 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.

22. MODIFICACIONES DEL CONTRATO

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

23. SUSPENSIÓN DEL CONTRATO

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

directos, salvo aquellos que resulten necesarios para viabilizar la suspensión.

La suspensión tendrá la formalidad establecida en la contratación originaria.

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

24. SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS EN CONTRATACIONES CON PROVEEDORES NO DOMICILIADOS

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

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

25. OTRAS DISPOSICIONES

El proveedor se sujetará a las disposiciones contenidas en la Directiva que regula las Contrataciones con proveedores no domiciliados en el País en PROMPERÚ, y de manera supletoria a la Ley de Contrataciones del Estado, su Reglamento y demás normas complementarias.

ANEXO 1
REGISTRO FOTOGRÁFICO Y EN VIDEO

A. Consideraciones generales

- El trabajo es en exclusividad. El proveedor no podrá hacer uso de cualquier material realizado durante la contratación, fuera de los servicios considerados en el presente documento.
- La contratación es a todo costo. El presupuesto del proveedor deberá incluir servicios profesionales, administrativos, transporte, viáticos, operativos, logísticos, servicio de internet, equipos, entre otros gastos necesarios para cumplir con el servicio integral.
- El servicio deberá realizarse contemplando los más altos estándares de calidad internacional. Deberá tener capacidad de adaptarse a los diferentes formatos y necesidades de los públicos objetivos asistentes al evento (medios tradicionales, orgánicos y líderes de opinión presentes y no presentes en el evento).
- El material fotográfico deberá realizarse en formato horizontal y vertical
- El material en video deberá realizarse en formato Full HD, contemplándose tomas en formato vertical, en caso sea conveniente.
- Para el registro en foto y video, y para las ediciones, se deberán seguir las pautas elaboradas por PROMPERÚ que pueden encontrarse en <https://andendecontenidos.promperu.gob.pe/?w=7dDN8Hymnf>

B. TAREAS

Registro de foto y video

- El proveedor deberá de realizar el registro fotográfico y de video durante los eventos considerando los siguientes puntos:
- Imágenes generales del pabellón Perú y de las actividades de promoción de Perú desarrolladas por PROMPERÚ en el marco de la EXPO
- Imágenes de la prensa, líderes de opinión y, en general, el público que visite las instalaciones y actividades de promoción en el marco de la EXPO
- Imágenes de las acciones y/o activaciones (talleres, seminarios, degustaciones, cooking show u otros) que se realicen en torno a este evento dentro y fuera del recinto ferial.
- Imágenes del pabellón de Perú en las que se vea interacción de los expositores con los asistentes de distintas nacionalidades.
- Imágenes de los otros países expositores.
- Imágenes de los exteriores de la feria y que ayuden a contextualizar en qué ciudad se desarrolla la feria.
- Imágenes de las instalaciones de la feria (fachada, stands, zona de conferencias, etc.).
- Imágenes de exteriores de lugares icónicos de la ciudad en la que se realiza el evento.
- Imágenes generales de la ciudad donde se realice la exposición
- El proveedor puede sugerir temas de fotografías y video que no hayan sido consideradas anteriormente y que sean relevantes y que no incurra en gastos adicionales.
- Contemplar la posibilidad de timelapses, hyperlapses y tomas con drone.

Entrevistas

- El proveedor coordinará con el representante de PROMPERÚ la elección de las personas a entrevistar por cada día de actividades, debiendo considerarse asistentes, expositores, artistas participantes, entre otros actores clave.
- Se deberá usar micrófono solapero inalámbrico o direccional. En ningún caso se usará audio ambiental.
- Los encuadres deberán ser en plano busto del entrevistado, sin elementos o acciones que distraigan el foco del encuadre.
- Deberá considerarse la realización de entrevistas en inglés.
- Las entrevistas deberán realizarse durante todos los días del servicio.

Ediciones

- Por cada día del evento se realizará una edición resumen que incluya las principales actividades del día, espacios o actividades de la jornada, y declaraciones si las hubiera.
- Duración aproximada: 2 minutos.
- La edición incluye colocar claquetas, sobreimpresiones y subtítulos (de requerirse).
- La edición incluye musicalización. Se deberá usar música libre de derechos o en todo caso pistas comerciales de las cuales el proveedor tenga autorización de uso.
- Para el desarrollo de las ediciones PROMPERÚ proporcionará claquetas, tipografía, pautas de edición generales. En el caso de entrevistas y testimonios se podrá coordinar con representantes de PROMPERÚ sobre los temas a considerar en ellas.

Envío diario durante la realización del evento

- Todo el material será enviado a través de enlace de descarga de internet, almacenado en la nube en un espacio previamente coordinado con PROMPERÚ. Todo el material enviado deberá estar debidamente organizado e identificado.

Por cada día del evento el proveedor enviará:

Fotografía

- Una selección no menor a 20 fotografías de los principales momentos y actividades del día.
- Estas fotografías tendrán los ajustes básicos de color, contraste, iluminación y encuadre.
- Dicha selección será enviada en formato JPG en una dimensión no menor a 3000 pixeles por el lado más grande y RAW original.
- Este material se enviará en un plazo máximo de dos (2) horas tras la finalización de las actividades del día.

Edición de video

- Una edición de video de acuerdo a lo indicado en puntos anteriores.
- Este material se enviará en un plazo máximo de doce (12) horas tras la finalización de las actividades del día.
- PROMPERÚ deberá aprobar la edición de video, pudiendo solicitarse los cambios requeridos hasta lograr la aprobación final de cada edición.

C. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

Fotografía

- Cámara fotográfica profesional con resolución no menor a 21 mpx, con kit de lentes y accesorios (luces, trípode o sistema de estabilización).
- Las fotografías se tomarán en formato digital en formato RAW o equivalente y en JPG.
- Se deberá de asegurar la calidad técnica de las fotografías: iluminación, enfoque, color, etc.
- Se deberá de considerar encuadres variados de una misma situación o actividad.

Video

- Formato de registro: Full HD (1080p) a 30 cuadros progresivos (preferible) o 24 cuadros progresivos (dependiendo del equipo). Videos en formato horizontal y vertical (para redes sociales).
- Lentes angulares, zoom y teleobjetivo.
- Accesorios (tarjetas, baterías, shoulder, trípode o estabilizador de cámara.).
- Kit de audio profesional: Micrófono inalámbrico lavalier, solapero o de corbata, o micrófono direccional.
- Kit de registro audio ambiental.
- Audífonos para monitoreo de audio.
- Drone.

Ediciones

- Formato: Full HD (1080x1920), H.264 MPEG-4.
- Por cada edición se requiere las siguientes versiones:
- Video limpio (sin texto y sin música)
- Video musicalizado sin texto
- Video musicalizado subtitolado al inglés

D. DERECHOS INTELECTUALES Y RESPONSABILIDADES

- PROMPERÚ tendrá la titularidad íntegra y exclusiva sobre los derechos de autor del video (incluidas imágenes y sonido) 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:
 - 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. La modificación del material fílmico y fotográfico sin que eso altere el contenido de las imágenes y sin perjuicio del creador de las mismas.
 - G. 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.
- El contratista, en su calidad de responsable de la creación por encargo de PROMPERÚ de las fotografías y video materia del presente servicio, declara y garantiza que:
 - Cuenta con todas las autorizaciones para el uso de la imagen de las personas que van a ser incluidas en el video y fotografías; y todas las autorizaciones de las personas naturales que escribirán los textos del guión, la música, que realicen 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 mejor realización del video.
 - Cuenta con la autorización expresa, previa y escrita, de todas esas personas para poder transferir los derechos de autor y derechos conexos derivados de la inclusión de las mencionadas creaciones en el video a que se refiere el presente servicio