

TÉRMINOS DE REFERENCIA

SERVICIO DE DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA PERÚ EN EXPO 2025 OSAKA KANSAI

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Departamento de Marca País

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Se solicita la contratación de una agencia de marketing digital con experiencia en el mercado japonés, para que brinde el servicio de desarrollo e implementación de estrategia de marketing digital para Perú en Expo 2025 Osaka-Kansai.

3. FINALIDAD PÚBLICA

La presente contratación busca contar con el Servicio de Desarrollo e Implementación de Estrategia de Marketing Digital que implementará PROMPERÚ en Japón en el marco del evento Expo 2025 Osaka-Kansai, con la finalidad de posicionar la imagen país a nivel internacional de manera transversal, mostrando al mundo sus productos y servicios de exportación, destinos turísticos, gastronomía, patrimonios culturales, naturales e inmateriales, su talento y expresiones artísticas.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

Centro de costo: Departamento de Marca País – Presidencia Ejecutiva.

ÁPEX: Apex: 1366.2024 - Expo Osaka 2025

5. ANTECEDENTES

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ, es el organismo técnico especializado adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, competente para formular, aprobar, ejecutar y evaluar las estrategias y planes de promoción de bienes y servicios exportables, así como de turismo interno y receptivo, promoviendo y difundiendo la imagen del Perú en materia turística y de exportaciones, de conformidad con las políticas, estrategias y objetivos sectoriales. Tiene como misión posicionar al Perú en el mundo a través de la promoción de su imagen, sus destinos turísticos y sus productos de exportación con valor agregado, contribuyendo al desarrollo sostenible y descentralizado del país.

Las exposiciones universales son organizadas por el Bureau International des Expositions, se llevan a cabo cada 5 años y son consideradas eventos de alto impacto mundial. La Expo 2025 Osaka - Kansai, se realizará en la isla Yumeshima en la región de Osaka - Japón, del 13 de abril al 13 de octubre del 2025, reunirá a más de 150 países y proyecta recibir a más de 28 millones de visitantes. La participación del Perú representa un gran beneficio al país, debido a que representa una plataforma única para hacer visible ante el mercado internacional, en especial el japonés, nuestra diversidad y riqueza a nivel cultural, de atractivos turísticos y de oferta exportable, generando interés no solo en el consumidor final sino también en potenciales compradores e inversores, además de generar un impacto económico importante en el país y consolidando el posicionamiento de su imagen.

El 19 de abril de 2024, conforme a la normativa de la Expo, se suscribió el contrato de participación entre el Comisionado General del Perú, la Asociación Japonesa para la Exposición Universal 2025 y el Comisionado General de Exhibición de la Expo 2025 Osaka-Kansai, el cual constituye el documento principal y acredita la participación del Perú en esta exposición universal.

6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

6.1 OBJETIVO GENERAL

Posicionar a Perú como destino turístico, servicios exportables e inversiones e imagen país en Japón y a nivel internacional durante la Expo 2024 Osaka-Kansai, utilizando plataformas digitales y estrategias adaptadas a la cultura y preferencias de Japón y turistas internacionales.

6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Se requiere la contratación del servicio para cumplir los siguientes objetivos específicos:

- Destacar a Perú como un destino turístico biodiverso y milenario, mostrando sus atractivos, cultura, gastronomía y experiencias únicas, para atraer a turistas japoneses e internacionales presentes en la Expo 2025 Osaka-Kansai.
- Promover las exportaciones peruanas, impulsar las inversiones extranjeras en el país y fomentar el turismo receptivo.
- Mostrar los esfuerzos y avances de Perú en sostenibilidad, conservación ambiental y energías renovables, posicionando al país como un líder en estos campos y alineado con los objetivos globales de desarrollo sostenible (ODS).
- Desarrollar contenido digital para el público japonés y visitantes de la Expo 2025 Osaka-Kansai, basado en el concepto “Perú, posibilidades infinitas”, entre todas nuestras cuentas de redes sociales destinadas a esta exposición mundial. A través de las publicaciones en redes sociales, se deberá generar tráfico a la página web y a la Expo Virtual.
- Fomentar la interacción y el compromiso de los usuarios en nuestras cuentas de redes sociales y página web, creando campañas que involucren a la audiencia y promuevan su participación activa en las actividades y eventos del pabellón de Perú en la Expo 2025 Osaka-Kansai.

7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

El proveedor deberá crear un plan de operación del proyecto a través de una herramienta digital visual y de fácil manejo, así como calendarios de contenido mensuales por plataforma (RRSS y sitio web), que deberán ser aprobados por el representante del Departamento de Marca País y comunicados a través de los canales de comunicación establecidos en el numeral 10:

- Cobertura presencial desde Japón: El equipo deberá tener al menos una persona encargada de asistir a la Expo 2025 Osaka-Kansai una semana al mes, mientras dure la exposición universal, de acuerdo a las actividades para poder generar contenido en las principales plataformas de redes sociales (videos, stories, Tiktoks, YouTube Shorts, en vivos, etc).
- Estos contenidos deberán ser propuestos en línea con los sectores definidos y de acuerdo a la naturaleza y dinámica de cada red social y/o componente del ecosistema digital. Todos los contenidos deberán ser previamente aprobados por un representante del Departamento de Marca País antes de que sean publicados.
- Gestión de crisis: el proveedor debe definir un plan de gestión y activarlo en caso la situación lo requiera.
- El representante del Departamento de Marca País debe tener los accesos a todas las cuentas de redes sociales, usuarios, contraseñas, dashboards, entre otras, manejadas y/o creadas para el proyecto Expo 2025 Osaka-Kansai.

El proveedor deberá desarrollar una propuesta que abarque el ecosistema digital completo. Esta estrategia debe incluir un análisis del mercado digital japonés y de la competencia, objetivos digitales y la desagregación de cada componente del ecosistema con sus principales objetivos y temas.

Además, debe establecer las relaciones entre estos componentes para asegurar una comunicación efectiva entre ellos.

I. Estrategia digital	B. Creación y gestión de contenidos en RRSS C. Realización y difusión de contenidos con KOLs desde Japón (líderes de opinión) D. Analítica digital
II. Gestión de sitio web	B. Creación de contenidos para la web C. Carga de contenido y actualización de información para la web D. Analítica web y posicionamiento SEO

La propuesta debe incluir una estructura y procedimiento sobre nuestra presencia digital como país tomando en cuenta los siguientes temas:

- Cultura y Patrimonio.
- Gastronomía peruana.
- Turismo y Naturaleza.
- Oportunidades de Inversión.
- Eventos y Actividades en la Expo 2025 Osaka-Kansai.
- Exportaciones y marcas sectoriales.
- Sostenibilidad y ecoturismo.
- Innovación y tecnología.
- Historias inspiradoras de personalidades peruanas.

i. Estrategia digital

A. Creación y gestión de contenidos en RRSS

Redes sociales

- Un representante del Departamento Marca País entregará los accesos a las redes sociales y manual de marca a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato, mediante los canales de comunicación establecidos en el numeral 10.
- El proveedor deberá crear las redes sociales adicionales que vea conveniente de acuerdo a estrategia digital, debidamente sustentada con estudios de mercado (como Tiktok).
- El proveedor deberá presentar una estrategia de marketing digital a los 20 días calendario a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato, que incluya los contenidos para las diferentes redes sociales, incluyendo una propuesta de diseño por tipo de publicación (reels, stories, carrusel, shorts, posts, feed, etc.), periodicidad, red social y con qué otras redes sociales de entidades de interés se podría etiquetar o publicar contenido colaborativo (como Ministerio del Ambiente, PROMPERÚ, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, Ministerio de Agricultura y Riego, entre otros). Todos los contenidos deben estar traducidos en 3 idiomas: japonés, español e inglés, de acuerdo a estrategia. Y deberán publicarse en el rango horario de Japón con mejor exposición.
- Se deberá incluir la creación de un diseño de un personaje virtual (Alpaca joven animada con atuendos peruanos como manto o chullo). Se presentará al menos 3 propuestas, que luego serán revisadas y aprobadas por el representante del Departamento de Marca País. Este personaje virtual se deberá incluir en la comunicación en redes sociales y en videos cortos sobre curiosidades o novedades de Perú en la Expo 2025 Osaka-Kansai. Además, sumar este tipo de contenidos dentro de la estrategia de marketing digital para sus usos en las diferentes plataformas de redes sociales, contenidos audiovisuales y/o en la página web.
- El proveedor deberá presentar una grilla (cronograma de publicaciones y formatos) hasta los 50 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato,

(donde incluya nuestros ejes temáticos y objetivos específicos), la periodicidad de entrega de contenidos para su respectiva aprobación por el representante del Departamento de Marca País.

- Algunas de las tácticas que se deberán implementar son los siguientes, dependiendo de los objetivos para cada red social:

Ejes temáticos	Descripción	Contenidos tentativos
Cultura Y Patrimonio	Mostrar la riqueza cultural y el patrimonio histórico de Perú.	<ul style="list-style-type: none"> -Videos previos a la fecha oficial de inicio (teaser) entre los lazos de Perú y Japón. -Videos cortos y stories sobre danzas (Tijeras, Marinera), festivales (Inti Raymi, Candelaria), y tradiciones (Qeswachaka, pago a la tierra). - Infografías y videos inmersivos sobre historia y patrimonios mundiales. - Entrevistas con artistas y expertos culturales.
Gastronomía Peruana	Destacar la diversidad y excelencia de la cocina peruana.	<ul style="list-style-type: none"> - Videos de recetas de platos tradicionales (cebiche, lomo saltado, Pisco Sour). - Publicaciones sobre ingredientes típicos, platos emblemáticos, restaurantes del 50 Best 's. - Fusión Nikkei: mostrar la influencia japonesa en la gastronomía peruana. - Videos de experiencias gastronómicas. - Colaboraciones con chefs e influencers/KOLs gastronómicos.
Turismo Y Naturaleza	Promover los destinos turísticos y la biodiversidad de Perú.	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos que posicionen al país como destino biodiverso y milenario. - Videos en 360 grados y VR de lugares turísticos (Machupicchu, Sacsayhuamán, Nasca, etc). - Fotografías de paisajes y reservas naturales (Paracas, Costa Verde, etc). - Videos e infografías de la flora y fauna únicas de Perú.
Oportunidades De Inversión	Informar sobre las oportunidades de negocio y desarrollo en Perú.	<ul style="list-style-type: none"> - Noticias y artículos en blog sobre sectores de inversión clave. - Webinars y entrevistas con empresarios y autoridades. - Infografías y datos económicos.
Eventos y Actividades en la Expo 2025 Osaka-Kansai	Mantener a la audiencia informada sobre la participación de Perú en la Expo 2025 Osaka-Kansai..	<ul style="list-style-type: none"> - Calendario de eventos y actividades. - Transmisiones en vivo de eventos y presentaciones.

		- Resúmenes y destacados de la participación diaria.
Exportaciones Y Marcas Sectoriales	Promover productos peruanos de exportación	- Videos y publicaciones sobre las marcas a sectoriales a priorizar, como Superfoods Peru, Coffees from Peru, Alpaca del Perú, Pisco, Spirit of Peru - Cata de productos peruanos.
Sostenibilidad Y Ecoturismo	Destacar iniciativas de turismo sostenible y ecológico.	- Vídeos e infografías sobre el Ecoturismo en Perú. - Promover proyectos locales y cómo los turistas pueden contribuir.
Innovación Y Tecnología	Mostrar los avances tecnológicos y proyectos innovadores de Perú.	- Videos y artículos sobre startups y tecnología. - Presentación de proyectos innovadores. - Entrevistas con emprendedores y científicos.
Historias De Personas	Compartir historias inspiradoras de peruanos que destacan en diversos campos.	- Videos y publicaciones sobre historias personales. - Proyectos comunitarios y sociales.

En cuanto al peso de contenidos por cada red social, se sugiere lo siguiente:

Ejes temáticos	Red social	Frecuencia para cada red social
Cultura Y Patrimonio	   	2-4 veces por semana
Gastronomía Peruana	   	2-4 veces por semana
Turismo Y Naturaleza	    	3-4 veces por semana
Oportunidades De Inversión	   	1-2 veces por mes
Eventos y Actividades En La Expo 2025 Osaka-Kansai	    	Diariamente durante la Expo 2025 Osaka-Kansai
Exportaciones Y Marcas Sectoriales	    	1-2 veces por mes

Sostenibilidad Y Ecoturismo		1-2 veces por mes
Innovación Y Tecnología		1-2 veces por mes
Historias De Personas		1-2 veces por mes

- Realizar al menos 50 vídeos de corta duración para lograr un máximo engagement (menos de 90 segundos) durante toda la campaña, en versiones en inglés y japonés, con subtítulos de acuerdo a estrategia.
- Incluir voz en off en los contenidos que se consideren adecuados según la estrategia propuesta.
- Llamadas de acción hacia la EXPO virtual y el sitio web.
- Abrir el diálogo con los usuarios desde el pabellón Perú en Japón con preguntas/quizzes para las redes sociales.
- Generar engagement con líderes de opinión, medios de comunicación y de otros sectores/empresas.
- Creación de hashtags temáticos como: #PeruExpoOsaka, #PeruExpo2025, #PeruInJapan, #DiscoverPeru, #ペルーエキスポ2025 (Perú Expo 2025 en japonés).
- Agregar contenido de foto y video existente que resalte al Perú y subir nuevo contenido de video relacionado con la Expo 2025 Osaka-Kansai durante el periodo de la Exposición. Para el efecto de los cumplimientos este punto, el representante del Departamento de Marca País compartirá el contenido fotográfico y audiovisual, mediante los canales de comunicación establecidos en el numeral 10.
- Poner énfasis al turismo y a las marcas sectoriales presentes en la Expo 2025 Osaka-Kansai, como Superfoods Peru, Coffees from Peru, Alpaca del Perú, Pisco, Spirit of Peru y otros productos de consumo final para crear conciencia de marca e inspirar a los consumidores a viajar a Perú y comprar productos peruanos. Para el efecto de los cumplimientos este punto, el representante del Departamento de Marca País compartirá al proveedor datos, informes y material informativo acerca de las marcas sectoriales, mediante los canales de comunicación establecidos en el numeral 10.
- El proveedor supervisará diariamente las cuentas de redes sociales con el propósito de identificar tendencias para posicionar las redes sociales, controlar comentarios negativos y responder preguntas de los usuarios en menos de veinticuatro horas, previa coordinación y realización de respuestas y preguntas frecuentes brindadas por el representante del Departamento de Marca País, según lo indicado en el numeral 10.
- Durante el “Día Nacional” el 09 de agosto, se deberá publicar contenido adicional de acuerdo a los eventos, así como transmisiones en vivo desde el pabellón nacional en Japón, encuestas para las redes sociales, entrevistas a invitados y público en general. Se deberá publicar, previa aprobación del representante del Departamento de Marca País, un video resumen (menos de 1 minuto) de los KOLS presentes durante este día.
- Los contenidos en las redes sociales tendrán versiones en 03 idiomas (de acuerdo a estrategia): japonés, inglés y español.
- Se deberá considerar acciones como CGI (Imágenes Generadas por Computadoras) dentro del pabellón de Perú de la Expo 2025 Osaka-Kansai o en lugares icónicos o tradicionales de Osaka a manera de calentamiento (teaser).

- El proveedor garantizará una traducción continua, localizada y la carga de contenidos suministrados por el cliente en las cuentas de redes sociales. Las traducciones deben ser realizadas por traductores nativos de cada país.
- El proveedor se encargará de la configuración de las cuentas de redes sociales, verificación de cuentas (blue check correspondiente a cada red social), diseño y actualización del contenido.
- Asociaciones: interactuar mediante comentarios con bloggers, generadores de contenido o influenciadores de sectores como gastronomía o viajes a que sigan la cuenta e identificar oportunidades de asociación que permitan atraer a más seguidores, previa aprobación por el representante del Departamento de Marca País.
- El proveedor deberá proporcionar retroalimentación y coordinará de manera continua con un representante del Departamento de Marca País.

B. Realización y difusión de contenidos con KOLs desde Japón

El proveedor deberá enviar una preselección de 30 KOLs de calidad (con buena reputación y activo en redes sociales, etc.) para generar interacciones positivas de su audiencia sobre nuestros contenidos. La presentación de esta preselección no debe superar los 50 días calendario a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato. Los aspectos a considerar en la preselección deben ser:

- Tamaño de la audiencia sugerida: igual o superior a los 150 mil seguidores.
- Líderes de opinión: entretenimiento, viajes, naturaleza, cultura, gastronomía, actualidad, biodiversidad, lifestyle, ecoturismo y/o innovación.
- Demografía de la audiencia: mínima del 50% del mercado japonés.
- Los KOLs propuestos podrán ser de las plataformas de Instagram y/o de Tiktok. De preferencia aquellos que tengan presencia en ambas plataformas. La elección final de los KOLs la dará el representante del Departamento de Marca País, quien seleccionará **diez (10) KOLs**.
- El proveedor deberá establecer los contactos y negociaciones de los KOLs. El costo de contratación o fee de los KOLs deben ser cubiertos por el proveedor.
- El proveedor se encargará de presentar la mecánica de difusión de los KOLs. También organizará una reunión de coordinación con el representante del Departamento de Marca País y los KOLs para presentar el cronograma de publicaciones y los lineamientos de trabajo.
- Entre las acciones a considerar con los KOLs, se propone lo siguiente:
 - Compartir (15) stories a través de sus redes (Instagram/Tiktok) dividido en 2 etapas: fase de intriga o calentamiento (antes de la fecha oficial de inauguración de Expo 2025 Osaka-Kansai, anunciando lo que se viene e invitando a sus seguidores y compartiendo videos referenciales de las bellezas de Perú que encontrarán en el stand) y durante la Expo 2025 Osaka-Kansai (donde se incluirá el enlace de la Expo Virtual). Todos los contenidos tendrán que ser previamente aprobados por el representante del Departamento de Marca País.
 - Publicar al menos 2 reels colaborativos con la cuenta oficial de Instagram de Perú para la Expo 2025 Osaka-Kansai (uno resumiendo todas las experiencias en el stand de Perú durante el primer mes de la Expo 2025 Osaka-Kansai y otro sobre la zona inmersiva y/o las novedades a publicarse antes del “Día Nacional” de Perú el 09 de agosto), previa aprobación del representante del Departamento de Marca País.
 - Compartir un carrusel en Instagram donde figuren los principales espacios del stand de Perú y su experiencia en la programación de nuestras actividades, previa aprobación del representante del Departamento de Marca País.
 - Presencia física durante el “Día Nacional” durante la Expo 2025 Osaka-Kansai, que será el 09 de agosto

- En todos los contenidos, los KOL deben etiquetar a las redes sociales de Perú en Expo 2025 Osaka-Kansai.
- El proveedor monitoreará y reportará las publicaciones de los KOLs durante el periodo de trabajo. El proveedor es responsable del contenido que realicen el/la KOL y que estos se realicen dentro los parámetros establecidos por la estrategia. De lo contrario, el servicio no se aceptará como realizado.
- Al finalizar el servicio, el proveedor deberá proporcionar un reporte con las acciones realizadas por el/la KOL, así como un desglose de sus principales métricas alcanzadas para analizar el impacto de las mismas.

C. Analítica Digital

- Diseñar un reporte ejecutivo mensual (Dashboard) con un resumen de rendimiento de los canales, desde que se inicie la estrategia aprobada por el representante del Departamento de Marca País.
- El dashboard deberá incluir los KPIs de redes sociales definidos en la estrategia inicial y los resultados integrales de rendimiento, así como recomendaciones para su mejora y optimización.
- El dashboard debe ser de uso compartido con el representante del Departamento de Marca País. La coordinación y entrega de información se realizarán a través de los canales de comunicación establecidos en el numeral 10.
- El proveedor debe actualizar diariamente el dashboard.

ii. Gestión de sitio web

A. Creación de contenidos para la web

El representante del Departamento de Marca País entregará al proveedor la página web desarrollada con un CMS administrable con acceso total y escalable a nuevas secciones, con la finalidad de cargar contenido de tipo: videos, fotos, infografías, brochures informativos, programación de eventos, entre otros. La coordinación y entrega de información se realizarán a través de los canales de comunicación establecidos en el numeral 10.

- La página web se encontrará en servidores de PROMPERÚ vinculado a una red de servidores que permitan entregar los contenidos de manera rápida, segura y confiable en múltiples países. Las credenciales de esta web serán dadas al día siguiente del perfeccionamiento del contrato y comunicado a través de los canales indicados en el numeral 10.
- Integración con RRSS: Las notas creadas en el sitio web deberán poder ser adaptadas y compartidas por los lectores a través de las principales redes sociales y algunas deberán redirigir a la Expo Virtual de acuerdo a la temática.
- Los contenidos web tendrán versiones en 03 idiomas: japonés, inglés y español. El proveedor garantizará una traducción continua, localización y carga de nuevos contenidos suministrados por el cliente en el sitio web.
- El proveedor recopilará, seleccionará, organizará, traducirá e implementará el contenido del sitio web en 3 idiomas (inglés, japonés y español). Las traducciones deberán ser realizadas por traductores profesionales nativos, que permitirán que los textos de destino se lean como si hubieran sido redactados originalmente en ese idioma.
- La web proporcionada por el representante del Departamento de Marca País tendrá una sección para registrar contactos a fin de entablar contacto entre oferta y demanda en el ámbito de las exportaciones, turismo e inversiones.
- El proveedor planteará una sección de gestión de incidentes frente a posibles inconvenientes luego de la carga de elementos o ante la actualización de enlaces.

- El proveedor deberá presentar una estrategia de contenidos para el sitio web, en donde incluya flujos, tipos de contenido, periodicidad.
- Subir contenido como: noticias, eventos, seminarios, videos, galerías. También deberán tomar fotografías del pabellón de Perú para alimentar la página web, así como redes sociales. La información será provista por el representante del Departamento de Marca País y se realizarán a través de los canales de comunicación establecidos en el numeral 10.
- Los temas a tomar en cuenta deben estar relacionados a los esfuerzos y avances de Perú en sostenibilidad, conservación ambiental y energías renovables, alineado con los objetivos globales de desarrollo sostenible (ODS). También se dará prioridad a las marcas sectoriales como Superfoods Peru, Coffees from Peru, Alpaca del Perú, Pisco, Spirit of Peru y otros productos de consumo final para crear conciencia de marca e inspirar a los consumidores a viajar a Perú y comprar productos peruanos.
- Los contenidos a crear por el proveedor deben atender a las exigencias y responder a la intención de búsqueda del usuario.
- El proveedor proporcionará retroalimentación y coordinará de manera continua al representante del Departamento de Marca País.

B. Carga de contenido y actualización de información

- Para la carga de contenidos, el contratista deberá revisar y validar toda la información proporcionada por los organizadores de la Expo 2025 Osaka-Kansai a fin de cumplir todos los lineamientos indicados por la organización del evento.
- Se deben incluir formularios de inscripción a los eventos, ya sea con Google o Microsoft, de acuerdo a propuesta del proveedor, previa aprobación del representante del Departamento de Marca País. Con dicha información se deberá enviar un boletín informativo a los interesados, así como proporcionar un reporte mensual, que se comunicará a través de los canales de comunicación establecidos en el numeral 10.
- Actualización de contenido en todas las secciones del sitio web, entre las que se incluyen inicio, Expo Osaka, Perú en Osaka, Nuestro Pabellón, programación, Eventos de negociación, Noticias, Boletín Informativo, Contáctanos, entre otros a considerar.
- La web proporcionada por el representante del Departamento de Marca País permitirá al proveedor la carga de información por medio de directorios, listas o brochures de empresas, instituciones u organizaciones peruanas para facilitar su contacto y acceso a ellas, así como también para la posibilidad de agendar citas o reuniones en el marco de la Expo 2025 Osaka-Kansai. Las credenciales de esta web serán dadas al día siguiente del perfeccionamiento del contrato y comunicado a través de los canales indicados en el numeral 10.
- El proveedor asignará a una persona para que se encargue del sistema de gestión de contenidos (CMS) de la aplicación de Expo 2025 Osaka-Kansai, llamada "EXPO 2025 Visitors App". Será el responsable de la actualización del espacio de Perú en esta plataforma, como descripción de los eventos, horarios, cronograma en general y se encargará de redirigir el tráfico a la página web de Perú.
- La web será vista principalmente mediante *smartphones*, por lo que debe garantizarse pruebas para que el contenido sea dinámico, fluido, legible y tenga una navegación intuitiva para el público japonés e internacional.

C. Analítica web y posicionamiento SEO

- Mantenimiento, optimización y monitoreo constante de la configuración de los perfiles para cada idioma en nuestras redes sociales y del sitio web para la Expo 2025 Osaka-Kansai (Google Analytics, Google Search Console y Google Tag Manager).

- Analizar el ecosistema digital de los países top en comunicación digital (por ejemplo: Japón, USA, España, Francia, etc.) con el fin de obtener un benchmark que permita aprender y mejorar la estrategia de marketing digital.
- Analítica web: medición y análisis de la participación de Perú en entornos virtuales de la Expo 2025 Osaka-Kansai.
- Definir objetivos y eventos para el análisis.
- Análisis del comportamiento de los usuarios en el sitio web. Este análisis servirá para que el contratista pueda proponer la optimización del sitio web (diseño, arquitectura de contenido, funcionalidades, etc.). Recoger feedback directamente de los usuarios para identificar mejoras.
- Posicionamiento SEO: desarrollar una estrategia de posicionamiento en buscadores para la página web, enfocado en el público japonés.
- Investigación de Palabras Clave: Creación de Contenidos que respondan a la intención de búsqueda del usuario.
- Etiquetas meta: Implementar etiquetado para compartir el contenido del sitio web en redes sociales.
- Títulos y Meta Descripciones: crear títulos optimizados, meta descripciones y encabezados para que sean más atractivos y contengan palabras clave relevantes.
- Enlaces Internos: Asegurar que los enlaces internos estén correctamente implementados para mejorar la navegación y distribuir la autoridad de la página.
- Redirigir tráfico a la URL de la Expo Virtual de Perú en la Expo 2025 Osaka-Kansai.
- Generación de URLs amigables con el SEO.
- Insertar “alt” en imágenes.
- Diseñar un reporte mensual del sitio web que incluya los KPIs definidos en la estrategia inicial, como sesiones, visitantes únicos, páginas visitadas, tiempo promedio, principales páginas de destino, fuentes de tráfico, tasa de rebote y otros, aprobados previamente por un representante del Departamento de Marca País.

7.1. COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

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

7.2. REQUISITOS DEL PROVEEDOR

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

Requisitos:

1. Empresa legalmente establecida en Japón y funcionamiento durante 3 años como mínimo, con casa matriz en Japón.
2. Experiencia mínima de dos (02) servicios iguales o similares al objeto de la presente contratación; realizados en los últimos tres (03) 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:

- Servicios de campañas de marketing digital en exposiciones o eventos internacionales.
- Desarrollo de campañas digitales en redes sociales, desarrollo y gestión de contenidos para diversas plataformas (Facebook, Tiktok, Instagram y X) en Japón, o

- Generación de contenidos digitales para campañas en redes sociales y gestión de influencers para el mercado japonés, o
- Servicios relacionados al desarrollo de campañas de comunicación en redes sociales dirigidas al consumidor final para la industria del turismo y desarrollo de contenido, ejecución y medición de marketing digital en el mercado japonés.

Acreditación:

1. Se deberá presentar copia simple de registros públicos o registro mercantil o documento equivalente; que demuestre fehacientemente el funcionamiento de la empresa en Japón.
2. La experiencia del postor con cualquiera de los siguientes documentos, con copia simple de: (i) contratos u (ii) órdenes de servicio (iii) o constancia de conformidad o constancia de prestación de servicio emitida por sus clientes, que, de manera fehaciente, demuestre la experiencia requerida del postor.

Nota: la documentación para la acreditación deberá ser enviada a PROMPERÚ con su respectiva traducción simple al idioma español o inglés.

8. LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Lugar: Se llevará a cabo en la ciudad de Osaka - Kansai, en Japón.

El plazo de prestación del servicio será hasta los 320 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.

9. PRODUCTO:

N° PRODUCTO	PRODUCTO A ENTREGAR	PLAZO DE ENTREGA
N° 1	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega de estrategia de marketing digital 	Hasta los 20 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
N° 2	<ul style="list-style-type: none"> • Entrega de grilla de contenido, propuesta de KOLS y perfeccionamiento de estrategia de marketing digital 	Hasta los 50 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
N° 3	<ul style="list-style-type: none"> • Reporte de actividades realizadas (actualización de estrategia de marketing digital y grilla de contenidos; propuesta de contenidos para KOLS y mecánica de difusión; propuesta de contenidos para web y diseño de personaje digital) 	Hasta los 80 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
N° 4	<ul style="list-style-type: none"> • Reporte de actividades realizadas (actualización de estrategia de marketing digital y grilla de contenidos; propuesta de contenidos para KOLS y mecánica de 	Hasta los 110 días calendario, contados a partir del día siguiente del

	<p>difusión; propuesta de contenidos para web e implementación de personaje digital en piezas digitales)</p>	<p>perfeccionamiento del contrato.</p>
N° 5	<ul style="list-style-type: none"> Reporte de actividades realizadas (actualización de estrategia de marketing digital y grilla de contenidos; propuesta de contenidos para KOLS y mecánica de difusión; propuesta de contenidos para web) 	<p>Hasta los 140 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>
N° 6	<ul style="list-style-type: none"> Reporte de actividades realizadas (actualización de estrategia de marketing digital y grilla de contenidos; propuesta de contenidos para KOLS y mecánica de difusión; propuesta de contenidos para web) 	<p>Hasta los 170 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>
N° 7	<ul style="list-style-type: none"> Reporte de actividades realizadas (actualización de estrategia de marketing digital y grilla de contenidos; propuesta de contenidos para KOLS y mecánica de difusión; propuesta de contenidos para web) 	<p>Hasta los 200 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>
N° 8	<ul style="list-style-type: none"> Reporte de actividades realizadas (actualización de estrategia de marketing digital y grilla de contenidos; propuesta de contenidos para KOLS y mecánica de difusión; propuesta de contenidos para web) 	<p>Hasta los 230 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>
N° 9	<ul style="list-style-type: none"> Reporte de actividades realizadas (actualización de estrategia de marketing digital y grilla de contenidos; propuesta de contenidos para KOLS y mecánica de difusión; propuesta de contenidos para web) 	<p>Hasta los 260 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>
N° 10	<ul style="list-style-type: none"> Reporte de actividades realizadas (actualización de estrategia de marketing digital y grilla de contenidos; propuesta de contenidos para KOLS y mecánica de difusión; propuesta de contenidos para web) 	<p>Hasta los 290 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>
N° 11	<ul style="list-style-type: none"> Reporte de resultados de toda la campaña digital, web y estrategia con KOLS (clippings, alcances, ROI). 	<p>Hasta los 320 días calendario, contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.</p>

Los entregables se recepcionarán en formato Word o Power Point o Project, de acuerdo a la naturaleza del contenido de cada uno de ellos según lo señalado en el cuadro que antecede.

Los productos deberán enviarse por ventanilla virtual de PROMPERÚ <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/>, conteniendo lo siguiente:

- La Información solicitada en cada producto, estos deben estar dirigidos al Departamento de Marca País o quien haga sus veces en materia de imagen y marca país.
- La orden de servicio.
- Correo de notificación de la orden de servicio.

El horario de recepción de documentos externos, en soporte papela través de Mesa Partes se viene realizando de lunes a viernes desde las 9:00 horas hasta las 17:00 horas (GMT-5), exceptuando la atención los días no laborables ordinarios y/o los no laborable para el sector público. En la Dirección: Calle Uno Oeste N° 50 – Edificio MINCETUR – Urb. Córpac, San Isidro, Lima - Perú.

La recepción de documentos externos a través de la Ventanilla Virtual se viene realizando durante las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

La aprobación de los productos será confirmada por los responsables a través de correo electrónico, asimismo los productos pueden ser observados por la misma vía, para lo cual el responsable señalará en el correo electrónico de observación el plazo máximo para la subsanación, en caso que la empresa no levante las observaciones, PROMPERÚ se reserva el derecho de resolver el contrato por incumplimiento.

10. OTRAS OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA:

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.

PLAZO		RESPONSABLE DE LA ENTREGA	DESCRIPCIÓN DEL RECURSO
1	Al día siguiente del perfeccionamiento del contrato.	Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País (OEIM)	<ul style="list-style-type: none"> • URL del DRIVE oficial que servirá como repositorio para compartir elementos, objetos o archivos digitales entre PROMPERÚ y el PROVEEDOR. • Correo(s) electrónico(s) del (los) especialista(s) asignado(s) por parte de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País, que servirá para canalizar la comunicación y aprobación en las diferentes etapas del servicio. • Horario para la gestión y coordinación.
		Departamento de Marca País	<ul style="list-style-type: none"> • Se realizarán las coordinaciones a través del correo oficial del equipo de Expo 2025 Osaka-Kansai: peruexpo2025osaka@promperu.gob.pe • Manual de marca para la realización de diseños y contenido gráfico para las redes y página web. • Credenciales de accesos al Portal de OSAKA y las redes sociales.

			<ul style="list-style-type: none"> • Acceso al andén de fotografías para utilizar en diseños o piezas gráficas en caso sea necesario. • Correo(s) electrónico(s) del (los) especialista(s) asignado(s) por parte del Departamento de Marca País que servirá para canalizar la comunicación y aprobación en las diferentes etapas del servicio. • Horario para la gestión y coordinación.
2	Al día siguiente del perfeccionamiento del contrato.	Oficina de Tecnología de la Información (OTI)	<ul style="list-style-type: none"> • Correo(s) electrónico(s) del (los) especialista(s) asignado(s) por parte de la Oficina de Tecnología de la Información para los casos de ciberseguridad.
3	Hasta veinte (20) días calendarios contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.	Departamento de Marca País	<ul style="list-style-type: none"> • Compartir datos, informes, infografías y material informativo acerca de los temas principales a tratar durante la Exposición Universal. • Lista tentativa de preguntas y respuestas frecuentes. • Lista tentativa de productos de la tienda y exhibición. • Lista tentativa de productos de la barra gastronómica y programación. • Lista de eventos especiales y programación. • Lista de enlaces externos (ej. Vídeos de PROMPERÚ, museos, entre otros)

Obligaciones de PROMPERÚ:

- Asignar a un representante de PROMPERÚ para las coordinaciones del servicio.
- Brindar información necesaria que le sirva como insumo para generar contenido web y en redes sociales.

Obligaciones del proveedor:

- La comunicación se realizará en inglés.
- Todos los documentos recibidos por PROMPERÚ deberán en inglés.
- El proveedor podrá ampliar el equipo de acuerdo a las necesidades que considere para la mejora del servicio, previa aprobación del Departamento de Marca País.
- 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.
- En caso de ataques cibernéticos o amenazas virtuales relacionadas al servicio del proveedor, este será el responsable de coordinar con el oficial de seguridad y confianza digital de PROMPERÚ para que se inicien las medidas respectivas, mediante los correos indicados en el numeral 10.
- El proveedor será responsable de la creación, gestión y actualización de todo el contenido textual, gráfico (fotos) y audiovisual (videos) de la página web y redes sociales, asegurando

que el uso de imágenes y otros materiales gráficos cumpla con las licencias correspondientes y no infrinja derechos de autor de terceros y tenga permiso de uso a nivel internacional.

11. FORMA DE PAGO:

Se realizarán cuatro (04) pagos parciales, en moneda extranjera (dólares americanos) y por transferencia bancaria, para lo cual el proveedor deberá haber realizado el servicio y presentado el producto correspondiente; los cuales deberán contar con la conformidad del Departamento de Marca País y con el visto bueno de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País como área técnica.

Los pagos se realizarán de acuerdo al siguiente cronograma:

- 1er pago: 20% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del producto 01.
- 2do pago: 30% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del producto 02, 03 y 04.
- 3er pago: 20% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del producto 05, 06, 07 y 08.
- 4to pago: 30% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del producto 09, 10 y 11.

Los servicios digitales se encuentran afectos a la retención del impuesto a la renta (30%) para proveedores no domiciliados en territorio nacional.

Asimismo, el proveedor enviará su comprobante de pago a la dirección de correo electrónico comprobantepago@promperu.gob.pe indicando en el asunto el número de la Orden de Servicio conteniendo los siguientes datos:

- Nombre: PROMPERÚ RUC: 20307167442
- Dirección: Calle Uno Oeste N° 50, Edificio MINCETUR, Piso 14, Urb. Corpac, San Isidro, Lima
- N° de orden de servicio:

En caso cuente con su comprobante de pago Electrónico debe de enviar el documento.

Además, debe adjuntar:

- a) El correo de notificación de la orden de servicio.
- b) Orden de Servicio.
- c) Correo de confirmación del registro del producto emitido por la Ventanilla Virtual

12. CONFORMIDAD DEL SERVICIO

Deberá de contar con la conformidad del Departamento de Marca País, previo visto bueno del visto bueno de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País como área técnica.

13. ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD

El proveedor se obliga a mantener en forma reservada 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. Esta obligación se extiende a los documentos que el contratista elabore y que correspondan al objeto del presente contrato.

El proveedor deberá adoptar medidas de seguridad necesarias para garantizar la confidencialidad de la data o contenidos del material a desarrollar, así como la protección de los elementos gráficos y otros suministrados. Bajo ningún concepto, el proveedor podrá hacer uso o distribución (sea gratuita u onerosa) de las piezas elaboradas, así como alguno de los elementos que los conforman.

14. ANTICORRUPCIÓN

EL CONTRATISTA declara y garantiza no haber, directa o indirectamente, o tratándose de una persona jurídica a través de sus socios, integrantes de los órganos de administración, apoderados, representantes legales, funcionarios, asesores o personas vinculadas a las que se refiere el artículo 7 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, ofrecido, negociado o efectuado, cualquier pago o, en general, cualquier beneficio o incentivo ilegal en relación al contrato.

Asimismo, el CONTRATISTA se obliga a conducirse en todo momento, durante la ejecución del contrato, con honestidad, probidad, veracidad e integridad y de no cometer actos ilegales o de corrupción, directa o indirectamente o a través de sus socios, accionistas, participacionistas, integrantes de los órganos de administración, apoderados, representantes legales, funcionarios, asesores y personas vinculadas a las que se refiere el artículo 7 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado.

Además, EL CONTRATISTA se compromete a i) comunicar a las autoridades competentes, de manera directa y oportuna, cualquier acto o conducta ilícita o corrupta de la que tuviera conocimiento; y ii) adoptar medidas técnicas, organizativas y/o de personal apropiadas para evitar los referidos actos o prácticas.

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

15. 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.

16. OTRAS PENALIDADES

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

Estrategia de marketing digital			
	SUPUESTOS DE APLICACIÓN DE PENALIDAD	FORMA DE CÁLCULO	PROCEDIMIENTO
1	No generar contenido para redes sociales durante cada día que haya eventos, actividades o cooking show.	0.01 % del valor total de la contratación por cada uno de los días donde hubo evento y no se registró contenido para redes.	<p>Mediante informe emitido por un representante del Departamento de Marca País, 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 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 comunicará al proveedor la respuesta al descargo, dentro del plazo de cinco días calendario.</p>
2	No cumplir con asistir una semana al mes desde que inicia la Expo 2025 Osaka-Kansai, de acuerdo a estrategia.	0.01 % del valor total de la contratación por cada uno de los días donde hubo evento y no se registró contenido para redes.	<p>Mediante informe emitido por un representante del Departamento de Marca País, 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 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, comunicará al proveedor la respuesta al descargo, dentro del plazo de cinco días calendario.</p>
Realización y difusión de contenidos con KOLs (líderes de opinión).			

3	Demora a la hora de entregar la lista completa de KOLS para campaña a los 50 días calendario contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.	0.01 % del valor total de la contratación por cada día de retraso.	<p>Mediante informe emitido por un representante del Departamento de Marca País, 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 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, comunicará al proveedor la respuesta al descargo, dentro del plazo de cinco días calendario.</p>
4	Demora a la hora de entregar reporte de monitoreo del contenido publicado por los KOL.	0.01 % del valor total de la contratación por cada día de demora al no entregarse en el plazo solicitado previamente por un representante del Departamento Marca País.	<p>Mediante informe emitido por un representante del Departamento de Marca País, 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 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, comunicará al proveedor la respuesta al descargo, dentro del plazo de cinco días calendario.</p>
Analítica Digital			
5	No actualizar el dashboard que incluya los KPIs de redes sociales y sitio web.	0.01 % del valor total de la contratación por día al no entregarse en el plazo solicitado previamente por un representante del	Mediante informe emitido por un representante del Departamento de Marca País, la presunta infracción para que le otorgue al proveedor el plazo

		Departamento Marca País.	<p>de 5 días calendario para que efectúe el descargo.</p> <p>Una vez efectuado el descargo por el proveedor, el Departamento de Marca País 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, comunicará al proveedor la respuesta al descargo, dentro del plazo de cinco días calendario.</p>
--	--	--------------------------	--

17. MODIFICACIONES DE CONTRATO

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

18. 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.

19. RESOLUCIÓN DEL CONTRATO

El área usuaria puede solicitar por escrito a la Oficina de Administración a través de un informe técnico, la resolución del contrato por las siguientes causales:

- 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

20. 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.

21. 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 o ediciones de imágenes en movimiento, con o sin sonido y las fotografías que se realicen en el proceso de producción de las grabaciones audiovisuales, ediciones 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 para la Exportación y el Turismo. (PROMPERÚ).

PROMPERÚ tendrá la titularidad íntegra, exclusiva y por dos años sobre los derechos de autor de los spots, videos (incluidas imágenes y sonido) y todas las piezas publicitarias sin restricción en el ámbito de todos los países mencionados en el Brief. 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:

- 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 de la obra hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante 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.

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

El contratista, en su calidad de responsable de la creación por encargo de PROMPERÚ de las piezas publicitarias, diseños o ediciones 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 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. El contratista declara asimismo que cuenta con la autorización expresa, previa y escrita, de todas esas personas naturales y/o jurídicas para poder 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. El contratista 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

22. OTRAS DISPOSICIONES

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

23. INDEMNIDAD POR CONFLICTOS POR DERECHOS DE AUTOR

EL PROVEEDOR se obliga a mantener indemne a PROMPERÚ, de manera integral, incondicional y exclusiva, contra cualquier denuncia, queja, demanda y/o reclamo de terceros relacionado a la prestación de servicios regulado por el presente, de algún modo vinculado a su elaboración. De manera enunciativa mas no limitativa, EL PROVEEDOR deberá mantener indemne a PROMPERÚ contra cualquier denuncia, queja, demanda y/o reclamo relacionado con los servicios regulados por el presente, en caso hayan sido elaborados sin contar con la autorización de los autores de obras preexistentes; en contravención a normas legales; o en caso la misma viole o infringe algún derecho protegido por el Derecho de Autor, derechos de marcas o cualquier otro derecho intelectual, así como derechos a la persona, al honor, a la imagen o cualquier otro derecho fundamental de la persona; o en caso viole los derechos de terceros, y cualquier denuncia, queja, demanda y/o reclamo por cualquier otro supuesto.

Asimismo, teniendo en cuenta la obligación de EL PROVEEDOR de mantener indemne a PROMPERÚ ante cualquier reclamo de terceros relacionado con los servicios regulados por el presente, este último deberá informar a EL PROVEEDOR de cualquier denuncia, queja, demanda y/o reclamo que existiese para que pueda iniciar la defensa correspondiente.

Si a pesar de lo anterior, cualquier autoridad o titular afectado imputara responsabilidad a PROMPERÚ y se decidiera la imposición de sanciones pecuniarias o indemnizaciones, éstas serán pagadas por EL PROVEEDOR. En caso fueran pagadas por PROMPERÚ, serán reembolsadas por EL PROVEEDOR, sin perjuicio de la responsabilidad que pudiera corresponderle por cualquier daño o perjuicio ulterior causado a PROMPERÚ, o sus funcionarios y/o servidores. En todos los casos señalados anteriormente, EL PROVEEDOR se obliga a asumir todos los gastos en que hubiera tenido que incurrir PROMPERÚ por tales situaciones, incluyendo gastos de patrocinio legal, judiciales, policiales y administrativos que correspondan.