

TÉRMINOS DE REFERENCIA

SERVICIO DE EJECUCIÓN PARA UNA ESTRATEGIA DE GENERACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES Y DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN EN LAS REDES SOCIALES CON PAUTA DIGITAL PARA EL MERCADO ESTADOUNIDENSE

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Departamento del Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Contratar una agencia de marketing digital con experiencia en el mercado estadounidense para que brinde el servicio de ejecución de una estrategia de generación de contenidos digitales y desarrollo e implementación en las redes sociales con pauta digital para el mercado estadounidense.

3. FINALIDAD PÚBLICA

Contribuir a la recuperación de los viajes internacionales y las divisas generadas para el sector turismo a través de la promoción de contenido de valor dirigido al consumidor final en el mercado Estados Unidos de manera que construya conocimiento de nuestro destino entre la audiencia norteamericana y los impulse a viajar.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO

| | |
|-----------------|--|
| Centro de Costo | Coordinación del Mercado Anglosajón |
| APEX | 1045.2024 - COMMUNITY MANAGER_DS Nro 076-2024-EF |

5. ANTECEDENTES

La gestión de la Dirección de Promoción del Turismo impacta en el objetivo general institucional de contribuir efectivamente al crecimiento sostenido y descentralizado de ingresos generados por turismo, para ello cuenta entre sus objetivos específicos posicionar el Perú como destino turístico atractivo a nivel internacional recuperando el flujo y el gasto y diversificando la oferta.

Mediante Resoluciones de Presidencia Ejecutiva N° 000213-2023-PROMPERU/PE, con fecha 29 de diciembre de 2023, y N° 000219-2023-PROMPERU/PE, con fecha 29 de diciembre de 2023, se aprobó el presupuesto institucional de apertura de gastos correspondientes al año fiscal 2024; y, se oficializó el Plan Operativo Institucional para el año 2024 de PROMPERÚ, aprobado por el Consejo Directivo en la Sesión del 21 de diciembre de 2023, respectivamente.

La Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo es la unidad orgánica encargada de proponer, ejecutar y evaluar las actividades de promoción del turismo receptivo en función a los objetivos y estrategias institucionales. Con el fin de continuar contribuyendo al cumplimiento de las metas planteadas para la reactivación del turismo receptivo, PROMPERÚ ha venido trabajando estrategias de reactivación de turismo receptivo a través de la identificación de oportunidades que permitan alcanzar las metas y estrategias establecidas en el mercado para la promoción adecuada del destino en el público de los países priorizados como lo son los mercados de Estados Unidos y Canadá.

En este contexto, la Coordinación del Mercado Anglosajón consideró pertinente establecer ciertas

estrategias que permitan seguir impulsando la recuperación de ambos mercados. Entre ellas, se buscará promocionar contenido de valor dirigido al consumidor final, para lo cual, se consideró como una de las actividades principales el trabajo en redes sociales. Es así que se tendría contemplada la contratación de una empresa especializada en la implementación de estrategias de marketing en redes sociales.

Desde el año 2019, la coordinación del Mercado Anglosajón viene trabajando un plan de promoción en redes sociales en los Estados Unidos, el cual ha venido dando resultados positivos, así también, ha implementado acciones digitales para promocionar el mercado canadiense.

Actualmente, las redes sociales de PROMPERÚ, dirigidas al mercado anglosajón cuentan con 292,759 seguidores en Facebook (<https://www.facebook.com/visitperu/>), de los cuales 158,089 (58 %) están en los Estados Unidos.

En cuanto a nuestra cuenta de Tiktok, dirigida al mercado internacional, esta cuenta con 392,300 seguidores, producto de obtener una audiencia alcanzada de 200,104,210 espectadores en los últimos 12 meses. De este gran número, un 16.7% representa al público de los Estados Unidos.

Finalmente, en la red social Instagram que está dirigida tanto al mercado nacional como internacional, se cuenta en la actualidad con 790,778 seguidores. Del total, un 13.7% (110,708 aproximadamente) pertenecen a los Estados Unidos

6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

Realizar promoción en espacios digitales mediante la contratación de una agencia de marketing digital que implemente una estrategia en redes sociales, así como la creación y publicación de contenido para el mercado Estados Unidos de manera que se logre:

- Construir conocimiento de nuestro destino entre la audiencia estadounidense que hace uso de redes sociales.
- Dirigir tráfico a nuestras plataformas de tal forma que se contribuya a incrementar el conocimiento acerca de la oferta vigente.
- Generar contenido de valor e impacto en Redes Sociales para los mercados de Estados Unidos.
- Incrementar el número de seguidores estadounidenses en nuestras redes sociales: en Facebook un estimado mínimo de 7%; en Instagram un mínimo estimado de 7%.

7. ALCANCES Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO A CONTRATAR

El proveedor deberá implementar el servicio de ejecución de una estrategia de contenido y planeamiento, creación y posteo de contenido, community management y gestión para implementar pauta digital.

Para ello deberá realizar lo siguiente:

a) Estrategia de contenido y planeamiento

- Diagnóstico de las cuentas de PROMPERÚ.
- Diagnóstico del mercado de Estados Unidos en digital. Penetración de redes sociales, principales medios de consumo, horarios, etc.
- Desarrollar el Buyer Persona.
- Desarrollar y presentar una estrategia y propuesta de contenidos digitales en las redes sociales

de PROMPERÚ. Esta deberá detallar el tipo de contenido, formato por cada red social, ejes temáticos (cultura, aventura, naturaleza, gastronomía, efemérides, noticias y calendario de publicación.

- Presentación del equipo, principales funciones y roles que asumirán en la cuenta.
- El proveedor deberá entregar un Plan Estratégico para redes sociales de acuerdo a lo indicado en el punto 7.3 ENTREGABLES del presente documento, el mismo que será revisado y aprobado por PROMPERÚ.
- Este Plan Estratégico deberá incluir: un diagnóstico de la cuenta de PROMPERÚ y del mercado de Estados Unidos, un análisis de competidores, desarrollo del buyer persona, estrategia y propuesta de contenidos en redes sociales, que incluya la propuesta de línea gráfica, además de un Gantt de trabajo, un calendario de contenido y recomendaciones.
- El proveedor deberá presentar por lo menos tres (03) propuestas de línea gráfica para las publicaciones que se realizarán en redes sociales en todos los formatos: gráfica, videos, e stories; acorde al manual de identidad visual de PROMPERÚ.
- Enviar reporte mensual, en formato PPT, donde se presente la siguiente información:
 - o Detalle de la comunidad (número de seguidores actual y nuevos seguidores)
 - o Desglose demográfico de los seguidores
 - o Alcance e impresiones totales
 - o Cantidad de interacciones (Reacciones, shares, retweets, comentarios, clics, reproducciones de video, etc.)
 - o Top 5 de las publicaciones más exitosas y Top 5 de las menos exitosas
 - o Cantidad de inbox y comentarios respondidos. Evidenciar con capturas de pantalla.
 - o Conclusiones, recomendaciones y siguientes pasos.

b) Creación y publicación de Contenido

- Creará contenido para ser publicado en las redes sociales de PROMPERÚ: Facebook, Instagram y TikTok, de acuerdo al plan de contenidos aprobado.
- Implementación de la estrategia de contenido en las plataformas de redes sociales de Facebook, Instagram y Tiktok con las que cuenta PROMPERÚ.
- La distribución de los contenidos por plataforma puede variar de acuerdo a la necesidad de ajuste de estrategia previa coordinación con PROMPERÚ.
- El proveedor deberá aplicar la línea gráfica propuesta en el Plan Operativo en cada plataforma.
- Deberá generar un mínimo de 276 posteos durante la duración del contrato (23 posteos por mes en promedio para todas las redes sociales) las cuales estarán sujetas al lineamiento de marca de PROMPERÚ. De ellas deberá generar:
 - Un mínimo de 10 publicaciones exclusivas para la red social Tik Tok o Reels de Instagram por mes.
 - Un mínimo de 05 publicaciones de tráfico para la plataforma de Your Perfect Peru por mes. La cual está ubicada dentro del ecosistema de peru.travel (estas publicaciones deben estar acompañadas de una gráfica en formato vertical para story para llevar tráfico a la web).
 - Un mínimo de 08 publicaciones audiovisuales de impacto (videos, stories, infografías, carrusel, animaciones, etc.) por mes. La cuales pueden estar enmarcadas en las campañas bimensuales por ejes de interés como: cultura, aventura, naturaleza y gastronomía. Se solicita privilegiar contenido en los siguientes formatos:
 - Formato video para la red social Facebook
 - Las fotografías para la red social Instagram deben ser de alto impacto, tanto para imágenes individuales como para el formato carrusel
- En Tik Tok se busca videos de alta calidad diseñados específicamente para esta red, que se ajusten al lenguaje y formato vertical característico de la plataforma, además de ir alineados

a las nuevas tendencias. Estos videos deben tener una duración adaptable según las necesidades del contenido (de entre 10 a 30 segundos).

- Considerar dentro de la grilla de publicaciones un mínimo de 05 contenidos UGC por mes que el proveedor deberá buscar, evaluar y gestionar.
- Para el caso de las 'stories', deberá enviar propuestas de plantilla para tres tipos de uso del formato: branding, tráfico al portal e interacción.
- El proveedor deberá realizar ediciones o retoques sobre las imágenes a ser posteadas de ser requerido.
- El proveedor deberá identificar y presentar, dentro de su grilla de contenidos, un listado de efemérides mes a mes, considerando fechas importantes del Perú a nivel internacional, así como fechas especiales de Estados Unidos que sean aplicables para la generación de contenido relacionado con Perú.
- Presentará un manual de gestión de crisis para redes sociales.
- Seguimiento a las conversaciones que se den en las plataformas de Facebook, Instagram y TikTok de PROMPERÚ de manera proactiva y reactiva.
- La actividad deberá incluir respuesta a comentarios de seguidores, incentivar la interacción y manejo de comentarios negativos.
- El proveedor deberá contar con contactos oficiales de soporte técnico en la plataforma de redes sociales trabajadas para brindar asistencia a PROMPERÚ cuando la entidad lo requiera.
- De darse algún comentario que necesite alguna atención especial, el proveedor deberá contactar a PROMPERÚ para adecuar la comunicación.
- El proveedor deberá contar con una suscripción activa en un banco de imágenes y videos propio para la generación de contenido en redes sociales.

c) Coordinación para la implementación de pauta publicitaria / patrocinio de los posteos orgánicos

- De acuerdo a una evaluación y análisis de resultados, el proveedor en coordinación con PROMPERÚ optimizará las campañas y estrategias si fuera necesario.
- El proveedor deberá pasar las piezas diseñadas y recomendar los posteos a los cuales ponerle pauta para la generación de alcance y tráfico.
- PROMPERÚ aprobará y coordinará, a través del Departamento de Gestión de Medios Tradicionales, la implementación de los posteos que lleven pauta publicitaria en base al presupuesto con el que cuente PROMPERÚ para este fin.
- Si alguno de los posteos con pauta tiene un rendimiento deficiente se coordinará con el proveedor para el ajuste correspondiente que no debe exceder los dos días calendario.
- Los posteos creados serán posteados también en orgánico en coordinación con el Departamento de Gestión de Medios Digitales.

7.1. COORDINACIONES ENTRE EL PROVEEDOR Y PROMPERÚ PARA EL DESARROLLO DE CONTENIDO

- El contenido deberá ser desarrollado en idioma inglés.
- Todas las artes, creatividades y contenido para propósitos digitales serán ejecutados por el proveedor con la aprobación previa de PROMPERÚ.
- El lineamiento de marca y acceso a la librería de imágenes será provisto por el Departamento de Gestión de Medios Digitales a través de un mail de comunicación sin exceder los 5 días calendarios contados a partir del día siguiente del perfeccionamiento del contrato.
- Las regiones a ser priorizadas para la promoción serán detalladas al proveedor por parte del Departamento del Mercado Anglosajón, sin exceder los 5 días calendarios contados a partir del día siguiente de perfeccionamiento del contrato, los mismos que pueden ser modificados de acuerdo a lo solicitado por PROMPERÚ durante el periodo contractual.
- Los contenidos desarrollados para Facebook por el proveedor deben ser publicados desde un IP que se ubique en el territorio norteamericano (Estados Unidos y Canadá) Asimismo el

proveedor deberá enviar evidencias (en capturas de pantalla) del número de IP para realizar la verificación respectiva.

7.2. COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

Coordinador y supervisión del Servicio:

Departamento de Mercado Anglosajón de la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo.

Supervisión Técnica del servicio:

Departamento de Gestión de Medios Digitales de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País.

7.3. ENTREGABLES

El proveedor deberá entregar un plan operativo, reportes mensuales y un informe final Calendario de entregas

| N° | PRODUCTOS | PLAZO DE ENTREGA |
|-------|------------------|------------------------------------|
| N° 1 | Plan Estratégico | Hasta el 13 de diciembre del 2024. |
| N° 2 | Reporte N° 01 | Hasta el 10 de enero del 2025 |
| N° 3 | Reporte N° 02 | Hasta el 11 de febrero del 2025 |
| N° 4 | Reporte N° 03 | Hasta el 13 de marzo del 2025 |
| N° 5 | Reporte N° 04 | Hasta el 12 de abril del 2025 |
| N° 6 | Reporte N° 05 | Hasta el 12 de mayo del 2025 |
| N° 7 | Reporte N° 06 | Hasta el 11 de junio del 2025 |
| N° 8 | Reporte N° 07 | Hasta el 11 de julio del 2025 |
| N° 9 | Reporte N° 08 | Hasta el 10 de agosto del 2025 |
| N° 10 | Reporte N° 09 | Hasta el 9 de setiembre del 2025 |
| N° 11 | Reporte N° 10 | Hasta el 9 de octubre del 2025 |
| N° 12 | Reporte N° 11 | Hasta el 8 de noviembre del 2025 |
| N° 13 | Reporte N° 12 | Hasta el 8 de diciembre del 2025 |
| N° 14 | Reporte Final | Hasta el 18 de diciembre del 2025 |

- **La información a consignar en entregables:**
 - **Plan Estratégico** : un diagnóstico de la cuenta de PROMPERÚ y del mercado de Estados Unidos, un análisis de competidores, desarrollo del buyer persona, estrategia y propuesta de contenidos en redes sociales, que incluya la propuesta de línea gráfica, además de un Gantt de trabajo, un calendario de contenido y recomendaciones.
 - **Reportes mensuales:**
 - KPIs de las redes sociales de posts orgánicos por plataforma trabajada: alcance, impresiones, engagement, interacciones, clics, Top 5 de las publicaciones más exitosas y el Top 5 de las menos exitosas, e incluir a manera informativa el trabajo de implementación de pauta realizado por la Central de Medios.
 - Capturas de las publicaciones realizadas en redes sociales.
 - Análisis del sentimiento del consumidor: comentarios de los usuarios.

- Análisis de competidores en redes sociales.
 - Recomendaciones para la optimización.
 - Desglose detallado con la cantidad de inbox y comentarios respondidos, clasificados en negativos y positivos.
 - Conclusiones y recomendaciones
- **Informe final:**
- Cuadro comparativo del desempeño mensual de las publicaciones realizadas por cada red social durante todo el periodo, incluyendo KPIs.
 - Análisis de resultados y recomendaciones.

Los entregables deberán ser enviados en un documento PDF a través de la Ventanilla Virtual de PROMPERÚ: <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/Home/Index> ; dentro del horario de atención que es de lunes a viernes de 9.00 am a 17.00 horas y dentro de los días laborales. Si fuera presentado posterior a las 17 horas o en un día no laborable, será registrado como entregado al día laborable siguiente.

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

7.4. REQUISITOS DEL PROVEEDOR

- Experiencia en la especialidad de haber efectuado al menos 8 servicios iguales o similares al objeto de la presente contratación, durante los últimos 6 años anteriores a la fecha de la presentación de ofertas con empresas tales como oficinas de turismo, asociaciones de turismo, aerolíneas, hoteles o cruceros dentro de Estados Unidos.

Se consideran servicios similares a los siguientes:

- Servicios community management brindado para el mercado estadounidense, o
- Desarrollando campañas y planes de comunicación digital en redes sociales dirigidas a consumidor final o
- Desarrollo y gestión de contenidos para diversas plataformas para el mercado estadounidense o
- Medición de marketing digital en el mercado estadounidense, o
- Servicios relacionados al desarrollo de campañas de comunicación en redes sociales dirigidas al consumidor final para la industria del turismo.

Acreditación del proveedor en la especialidad:

La experiencia del postor se acreditará con original o copia legible del contratos u órdenes de servicios, o constancias de prestación de servicios emitido y firmado por su cliente o con cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la experiencia solicitada.

7.5. PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El plazo de prestación del servicio será desde el 3 de diciembre del 2024 hasta el 18 de diciembre del 2025, previo perfeccionamiento del contrato.

7.6. LUGAR DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

La totalidad del servicio se realizará en Estados Unidos

8. CONFORMIDAD DEL SERVICIO

La conformidad será otorgada por el Departamento de Mercado Anglosajón y la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo, previo visto bueno del Departamento de Gestión de Medios Digitales y la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País.

9. FORMA DE PAGO

El pago se realizará de forma parcial en cuatro partes, por transferencia bancaria y en moneda extranjera (dólares estadounidenses), para lo cual, el proveedor debe haber entregado los productos correspondientes y contar con la conformidad del servicio. La emisión de la conformidad no superará los 7 días calendario de haberse recibido el producto correspondiente.

- Primer pago: 10% del monto total contratado, luego de la entrega y conformidad de los productos N° 1.
- Segundo pago: 40% del monto total contratado, luego de la entrega y conformidad de los productos N° 2, 3, 4, 5 y 6.
- Tercer pago: 25% del monto total contratado, luego de la entrega y conformidad de los productos N° 7, 8, 9 y 10.
- Cuarto pago: 25% del monto total contratado, luego de la entrega y conformidad de los productos N° 11, 12, 13 y 14.

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:
- **Nota:** La retribución que corresponde por la parte del servicio que se ejecutará solamente en el territorio peruano se encuentra dentro del ámbito de aplicación del Impuesto a la Renta, Según normativa del Perú. Los servicios digitales se consideran renta de fuente peruana y por tanto estará afectada del impuesto a la renta sobre el monto total del contrato (ref.30%).

10. 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.

11. 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.

12. 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.

13. RESOLUCIÓN DE CONTRATO

El Departamento de Mercado Anglosajón emitirá un informe técnico a la Subdirección de Promoción del Turismo Receptivo informando acerca de la situación de incumplimiento de las obligaciones contractuales y esta última podrá solicitar por escrito a la Oficina de Administración, la resolución del contrato por las siguientes causales:

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

14. 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.

15. ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD

Toda la información proporcionada al proveedor del servicio, relativa al objeto principal del servicio, será tratada con estricta confidencialidad, por lo que queda obligado a no divulgar a terceros la información proporcionada por PROMPERÚ. El incumplimiento de este punto por parte del proveedor del servicio lo hará acreedor a las sanciones civiles y penales correspondientes.

Asimismo, PROMPERÚ tendrá todos los derechos de propiedad intelectual, respecto a los productos entregados y otros que guarden una relación directa con la ejecución del servicio.

16. ANTICORRUPCIÓN

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

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

17. 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.

18. 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.