

## TERMINOS DE REFERENCIA

### SERVICIO DE REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO E IDENTIFICACIÓN DE COMPRADORES PARA PRODUCTOS PESQUEROS EN VIETNAM E INDONESIA

#### 1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial, Departamento de Inteligencia de Mercados.

#### 2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

El objeto de la contratación es la realización de un estudio y prospección de mercado para la identificación de oportunidades de exportación de productos pesqueros en Indonesia y Vietnam.

#### 3. FINALIDAD PÚBLICA

La finalidad de este servicio es contar con información especializada que permita a PROMPERÚ diseñar estrategias de promoción y, a las empresas peruanas exportadoras de productos pesqueros, identificar oportunidades comerciales en Indonesia y Vietnam.

#### 4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL:

**Centro de Costo:** Dpto de inteligencia de mercados

**APEX:** 0170.2025 - Estudio de Mercado e identificación de compradores para productos pesqueros en Indonesia y Vietnam.

#### 5. ANTECEDENTES

El sector alimentos, con especial énfasis en la industria pesquera, representa un pilar fundamental para la economía peruana. Este sector no solo contribuye significativamente al volumen de exportaciones del país, sino que además ha posicionado a varios de sus productos como referentes en mercados internacionales. Sin embargo, el contexto económico global actual, caracterizado por la desaceleración en la demanda, la inflación y la disminución en los precios de compra, ha obligado a los exportadores a buscar nuevas oportunidades fuera de los mercados tradicionales. Es en este escenario donde Vietnam e Indonesia emergen como destinos estratégicos con gran potencial para los productos pesqueros peruanos.

Durante la última década, Vietnam ha consolidado su rol como un centro global para el procesamiento de productos pesqueros. Este posicionamiento ha sido impulsado por factores como el incremento de inversiones japonesas, chinas y surcoreanas, que han transformado a este país en un referente industrial en Asia. Las cifras lo confirman: entre 2019 y 2023, las importaciones vietnamitas de productos pesqueros crecieron a una tasa promedio anual del 9,8%, alcanzando un valor de USD 2 277 millones. Este crecimiento coloca a Vietnam como el 18° mayor importador mundial, superando a mercados tradicionalmente importantes como Bélgica, Taiwán y Rusia.

Vietnam no solo ha incrementado el volumen de sus importaciones, sino que ha diversificado su demanda. Productos como los langostinos congelados (USD 362 millones, con un crecimiento del 17% anual), los calamares congelados (USD 262



Firmado digitalmente por:  
BRAVO OCHOA Luis Andres  
FAU 20307187442 hard  
Motivo: Doy Vº Bº  
Fecha: 07/05/2025 15:09:50-0500

millones, +26%), las caballas congeladas y las ovas de pez volador destacan en su canasta importadora. Esta dinámica representa una oportunidad invaluable para la oferta pesquera peruana, especialmente considerando que Perú y Vietnam forman parte del CPTPP (Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico), en vigor desde 2019. Este acuerdo ofrece beneficios arancelarios que facilitan la entrada competitiva de productos peruanos como la pota cruda congelada, los langostinos y las conchas de abanico en los canales HORECA (hoteles, restaurantes y cafeterías) e industriales de Vietnam.

Paralelamente, Indonesia ha demostrado un crecimiento significativo en sus importaciones pesqueras, con una tasa anual del 12,2% durante los últimos cinco años, muy por encima del promedio mundial del 2,8%. Este crecimiento ha permitido que el país alcance importaciones por USD 518 millones en productos pesqueros, situándolo como un destino clave para las exportaciones peruanas.

Los productos con mayor demanda en Indonesia incluyen la caballa congelada (USD 113 millones, +31% TCP), los langostinos congelados, las truchas frescas y los calamares congelados. Estos productos, parte de la oferta exportable peruana, encuentran en Indonesia un mercado dinámico y en expansión, respaldado por una creciente demanda interna y la necesidad de diversificar proveedores.

Es relevante mencionar que Indonesia y Perú se encuentran actualmente en proceso de negociación de un Acuerdo Integral de Asociación Económica, que permitirá un acceso preferencial al mercado indonesio, facilitando así la competitividad de los productos peruanos. Esta negociación cobra especial importancia si consideramos el tamaño del mercado: Indonesia es el cuarto país más poblado del mundo, con 279 millones de habitantes.

Frente a estas oportunidades, se ve por conveniente que la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial lleve a cabo un estudio y prospección de mercado que permita validar las oportunidades existentes e identificar compradores potenciales en Vietnam e Indonesia. Esta investigación deberá centrarse en productos con alta demanda y valor agregado, tales como:

- Pota cruda congelada.
- Langostinos congelados.
- Caballas congeladas.
- Ovas de pez volador.
- Truchas congeladas.

La inclusión de estos productos responde a su alto valor comercial y su creciente posicionamiento en mercados internacionales, tanto en segmentos industriales como en el HORECA.

Vietnam e Indonesia representan dos mercados estratégicos con un alto potencial para la oferta exportable pesquera del Perú. Mientras que Vietnam ha logrado posicionarse como un centro global de procesamiento, Indonesia se consolida como un mercado de consumo en crecimiento acelerado. Ambas economías, impulsadas por acuerdos comerciales favorables y dinámicas de importación robustas, ofrecen un entorno propicio para la expansión de productos pesqueros peruanos en el corto y mediano plazo.

Por tanto, una estrategia que integre la prospectiva de mercados, la identificación de compradores potenciales y la optimización de acuerdos comerciales permitirá al Perú

capitalizar estas oportunidades, fortaleciendo así la presencia de sus productos pesqueros en Asia y contribuyendo al desarrollo económico del país.

## **6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN**

Contar con información especializada para el adecuado diseño de estrategias de promoción y para identificar oportunidades comerciales que contribuyan a incrementar la participación de la oferta exportable peruana de productos pesqueros en Vietnam e Indonesia.

## **7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR**

El servicio tiene como objetivo identificar oportunidades comerciales en Vietnam e Indonesia para productos pesqueros peruanos. Consiste en la entrega de una base de datos con 40 compradores potenciales, la elaboración de 20 perfiles seleccionados por PROMPERÚ mediante entrevistas en profundidad, un reporte de mercado sobre las características y dinámicas de ambos mercados, y una presentación en formato PPT con los hallazgos clave del proyecto. Todas las actividades se realizarán fuera del país.

### **7.1 ACTIVIDADES**

- Coordinar con el equipo de trabajo de PROMPERÚ la lista de productos a priorizar en el servicio. Para ello, PROMPERÚ entregará el Anexo 01 con la lista inicial de productos objeto de estudio, que puede ser modificada a propuesta del proveedor, con la aprobación previa de PROMPERÚ.
- Identificar compradores en Vietnam e Indonesia (importadores, distribuidores, mayoristas y similares) para la línea y productos bajo estudio. Elaborar una base de datos de 40 potenciales empresas diferentes de las que actualmente ya exporta el Perú, que serán evaluadas y priorizadas por PROMPERÚ<sup>1</sup>.
- Elaborar agendas de reuniones con potenciales compradores identificados en Vietnam e Indonesia, que previamente hayan sido seleccionados/priorizados por PROMPERÚ.
- Desarrollar 20 entrevistas en profundidad a los potenciales compradores seleccionados por PROMPERÚ. Estas entrevistas se deben desarrollar de manera presencial entre el consultor y los potenciales compradores y deben permitir conocer de fuente primaria la percepción de los productos peruanos en Vietnam e Indonesia, incluyendo información sobre por qué los compradores de tienen preferencia por otros proveedores.
- Elaborar 20 perfiles de los potenciales compradores seleccionados por PROMPERÚ (importadores, distribuidores, mayoristas, procesadores y similares), para lo cual se deberá completar la información que se presenta en el Anexo 2 – Perfil del Comprador.
- Desarrollar un reporte de mercado para productos pesqueros en Vietnam e Indonesia, que incluya lo siguiente:
  - Descripción a profundidad del perfil de consumidor, así como las tendencias de consumo.

---

<sup>1</sup> Es importante precisar que el objetivo prioritario de este estudio de mercado es la identificación de nuevos actores en el(los) mercado(s) y de los productos bajo estudio, por tanto, las empresas identificadas no deberían tener vinculación comercial reciente dentro de los 3 últimos años con exportadores peruanos. De presentarse casos excepcionales, luego de la evaluación y priorización respectiva por parte de PROMPERÚ, estos podrían ser incorporados en los entregables de base de datos o de los perfiles seleccionados según corresponda.

- Información sobre competidores de la oferta peruana en Vietnam e Indonesia.
- Descripción de la estructura y características de la cadena de comercialización y distribución para los productos priorizado, así como los actores participantes y su posición en Vietnam e Indonesia.
- Requisitos (aranceles, regulaciones, certificaciones, entre otros) que deben ser cumplidos para acceder al mercado objeto de este estudio.
- Para el desarrollo del reporte, se deberán realizar visitas a mercados de abasto, mayoristas, supermercados, tiendas de especialidad, importadores, distribuidores, procesadores y/o minoristas, recogiendo información (escrita y/o audio visual) de los productos objeto de este estudio.
- En base al desarrollo del reporte de mercado y los perfiles de potenciales compradores, identificar, priorizar y proponer la lista de productos peruanos de productos pesqueros con mayor potencial exportador en Vietnam e Indonesia.
- Presentación en formato PowerPoint sobre el mercado de productos pesqueros de Vietnam e Indonesia, en idioma español, sobre las oportunidades de exportación.

Se debe tener presente que todas las coordinaciones a realizarse con el equipo de PROMPERÚ deberán ser por medios virtuales o electrónicos.

## **7.2 REQUISITOS DEL PROVEEDOR**

Experiencia en la especialidad:

- a. Persona natural o jurídica con experiencia mínima de un servicio, en los últimos cinco años, relacionados con estudios de mercado, elaboración y ejecución de entrevistas, desarrollo de base de datos comerciales y elaboración de presentaciones vinculados al sector pesquero en Vietnam, Indonesia o países del continente asiático.

### **Acreditación:**

- a. Dicha experiencia deberá ser acreditada con copias simples de contratos, orden de servicio, constancias, certificados, conformidad del servicio, comprobante de pago o cualquier otra documentación que demuestre de manera fehaciente la experiencia respectiva.

## **7.3 LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO**

El lugar donde se llevará a cabo la prestación del servicio vinculada con la elaboración del reporte de mercado y los perfiles de potenciales compradores, será en Vietnam e Indonesia.

El plazo de ejecución del servicio será hasta 120 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

## **7.4 PRODUCTOS**

**Producto 01:** El proveedor deberá entregar lo siguiente:

- Base de datos inicial de 40 empresas (potenciales compradores) para los productos listados en el Anexo 01, de las cuales 20 corresponderán a compradores vietnamitas y 20 a compradores indonesios, que deberá ser presentada conforme al formato indicado en el Anexo 01.

- Presentación del desarrollo de los capítulos I, II, III y IV del reporte de mercado sobre las oportunidades de exportación de productos pesqueros en el mercado objeto de este estudio, de acuerdo con el Anexo 03. Este documento será presentado en formato Word.

El producto 01 deberá ser presentado hasta 30 días calendarios, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

**Producto 02:** El proveedor deberá entregar lo siguiente:

- Agenda de entrevistas a profundidad (en un diagrama de Gantt con los datos de quiénes serán entrevistados) a 20 potenciales compradores de productos pesqueros en Vietnam e Indonesia, que hayan sido seleccionados por PROMPERÚ de la base inicial. Este documento será presentado en formato Word.
- Presentación del desarrollo de los capítulos V, VI, VII, VIII y IX del reporte de mercado sobre las oportunidades de exportación de productos pesqueros en los mercados objeto de este estudio, de acuerdo con el Anexo 03. Este documento será presentado en formato Word.

El producto 02 deberá ser presentado hasta 60 días calendarios, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

**Producto 03:** El proveedor deberá entregar lo siguiente:

- Presentación del capítulo X del reporte de mercado (Anexo 03), que incluye las conclusiones y recomendaciones sobre las entrevistas realizadas a los potenciales compradores. Este capítulo deberá contener la información sobre número total de empresas entrevistadas, los datos de las empresas y los hallazgos recabados en las entrevistas.
- Presentación del capítulo XI del reporte de mercado (Anexo 03), incluyendo por lo menos 20 perfiles de potenciales compradores para productos pesqueros dentro de los mercados objeto de este estudio. Estos perfiles deben haber sido obtenidos como resultado de la realización de entrevistas a profundidad, en forma presencial, siguiendo como mínimo la estructura establecida en el Anexo 02 (se aceptarán sugerencias de mejora por parte del proveedor). No se aceptará la presentación de perfiles de compradores de un solo mercado.

El producto 03 deberá ser presentado hasta 90 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

**Producto 04:** El proveedor deberá entregar lo siguiente:

- Una presentación en formato PowerPoint, en idioma español, sobre las oportunidades de exportación para productos pesqueros en Vietnam e Indonesia.
- Finalmente, deberá presentar un único documento final en formato Word denominado *Estudio de mercado de productos pesqueros en Vietnam e Indonesia* que incorpore las mejoras sugeridas en los entregables previos. Asimismo, deberá contener la totalidad de capítulos indicados en el Anexo 03

El producto 4 deberá ser presentado hasta 120 días calendarios, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

Todos los productos deberán contar con la aprobación de la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial.

**Nota:**

El proveedor deberá registrar el producto correspondiente en la plataforma Ventanilla Virtual de PROMPERÚ <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/Home/Index>, con atención al Departamento de Inteligencia de Mercados.

Podrán presentar sus trámites durante las 24 horas del día.

Todos los productos serán presentados en idioma español.

Adicionalmente se deberá enviar los productos por vía electrónica, adjuntando el código QR del envío a través de la plataforma, a los siguientes correos: [abravo@promperu.gob.pe](mailto:abravo@promperu.gob.pe) y [fpucutay@promperu.gob.pe](mailto:fpucutay@promperu.gob.pe). Asimismo, deberá adjuntar la orden de servicio a través de ventanilla virtual.

## **7.5 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.

## **7.6 FORMA DE PAGO**

Se realizarán cuatro pagos parciales, en moneda extranjera, por transferencia bancaria, para lo cual debe haberse entregado los productos y contar con la conformidad emitida por el Departamento de Inteligencia de Mercados y la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial. La emisión de la conformidad no superará los 7 días calendario de entregado y aprobado para cada producto.

- Primer pago: 10% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del primer producto.
- Segundo pago: 30% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del segundo producto.
- Tercer pago: 50% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del tercer producto.
- Cuarto pago: 10% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del cuarto producto.

Asimismo, el proveedor enviará su comprobante de pago a la dirección de correo electrónico [comprobantepago@promperu.gob.pe](mailto: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 comprobante de pago electrónico, debe de enviar el documento por e-mail: [comprobantepago@promperu.gob.pe](mailto:comprobantepago@promperu.gob.pe), señalando en el correo que la factura es un comprobante de pago electrónico.

Deberá adjuntar:

- a) El correo de notificación de la orden de servicio.
- b) El correo de aceptación de Ventanilla Virtual con el envío del entregable, producto o informe, en la modalidad establecida en los términos de referencia.
- c) El documento deberá señalar que es un comprobante electrónico.

## **7.7 CONFORMIDAD DEL SERVICIO:**

El proveedor del servicio deberá coordinar sus actividades con el Departamento de Inteligencia de Mercados, y la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial quienes darán la conformidad de cada entregable.

## **7.8 ACUERDO DE CONFIDENCIALIDAD**

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

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

Esta obligación seguirá vigente incluso luego de la culminación del vínculo contractual.

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

## **8. 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 con 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.

## 9. 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 con el 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 N° 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

## 10. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

En el supuesto que, para la ejecución del presente servicio, el contratista accediera a datos personales almacenados o recopilados por PROMPERÚ, se obliga a guardar absoluta confidencialidad conforme a lo dispuesto en la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales. En cualquier caso, será PROMPERÚ, el que decidirá sobre la finalidad, contenido y uso de estos.

El proveedor, en su calidad de encargado de tratamiento, queda obligado al cumplimiento de lo establecido en la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales y su Reglamento, y en particular, se compromete específicamente a:

1. Custodiar los datos personales a los que tendrá acceso, adoptando las medidas de índole jurídica, técnica y organizativa necesarias, en especial las establecidas en el Reglamento de la Ley N° 29733 y demás disposiciones de desarrollo, para



garantizar la seguridad de los datos personales y evitar su alteración, pérdida, tratamiento indebido o acceso no autorizado.

2. Utilizar los datos personales accedidos exclusivamente para la ejecución del servicio pactado.
3. Garantizar que los datos personales a los que acceda sean tratados únicamente por personal cuya intervención sea necesaria para la prestación del servicio. Es responsabilidad del proveedor comunicar a sus colaboradores las medidas de seguridad que deben aplicar y el deber de secreto que han de mantener, incluso una vez concluido el servicio.
4. Admitir revisiones y auditorías que, de forma razonable, pretenda realizar PROMPERÚ, respecto al cumplimiento de la normativa vigente en protección de datos personales, en el marco del presente servicio.
5. Una vez concluido el servicio, el proveedor deberá devolver a PROMPERÚ los soportes y documentos que contengan datos personales, de ser el caso. Asimismo, deberá eliminar definitivamente cualquier copia generada.

En el supuesto que, el proveedor incumpla con lo establecido a la suscripción del contrato o con las obligaciones derivadas de la legislación aplicable en materia de protección de datos, el proveedor asumirá la total responsabilidad frente a las acciones civiles y/o penales que se puedan generar.

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

- a. Incumplimiento injustificado de obligaciones contractuales, legales reglamentarias a su cargo, pese a haber sido notificado para ello;
- b. Acumulación del monto máximo de la penalidad por mora o el monto máximo para otras penalidades, en la ejecución de la prestación a su cargo;
- c. Paralización o reducción injustificada de la ejecución de la prestación, pese a haber sido notificado para corregir tal situación;
- d. Por acuerdo entre las partes; o
- 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 orden de compra (OC) u orden de servicio (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. 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 la Ley General de Contrataciones Públicas, 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 la Ley General de Contrataciones Públicas.

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.

#### **16. OTRAS DISPOSICIONES**

El contratista se sujetará a las disposiciones contenidas en la Directiva que regula las Contrataciones con contratistas no domiciliados en el País en PROMPERÚ y de manera supletoria a la Ley General de Contrataciones Públicas, su Reglamento y demás normas complementarias.

### **Anexo 01**

Productos Priorizados a ser materia de estudio en Vietnam e Indonesia

1. Productos pesqueros priorizados por PROMPERÚ
  - a. Pota cruda congelada y sus subproductos
  - b. Langostinos congelados y sus subproductos
  - c. Conchas de abanico congeladas
  - d. Conservas de pescados varios
  - e. Mixtura de mariscos

#### **Matriz de Datos sugerida para la entrega de la información de potenciales empresas compradoras**

	om pa ña	Nomb re de Contacto	Cargo dentro de la Organización	E - mail corporati vo	Telé fono/Sk ype ID	P ágina a web	Tipo de compañí a (Importa dor, distribui dor, exportad or, procesad or, etc)	P rodu cto(s)	bic aci ón	Otro indicador (Part Mercado, ventas anuales,e tc.)

Se debe entender que si la empresa proveedora del servicio puede adicionar más información de valor a la presente propuesta esta deberá ser coordinada y validada con el área usuaria en PROMPERÚ. Esta matriz deberá ser entregada en formato Word y Excel.

## **Anexo 02**

### **Perfil Comprador**

#### 1. Antecedentes de la Compañía

**Tabla 1: Datos de Contacto del Comprador/ Encuestado**

Nombre Completo de la Empresa	
Página Web	
Nombre Completo de Contacto/ Puesto de Trabajo	
Teléfono	
Fax	
E-mail	

#### **1.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA EMPRESA.**

- Localización
- Años de Funcionamiento
- Sucursales y Plantas (lugares donde se ubican, indicar local y extranjero)
- Relaciones estratégicas (principales socios comerciales, incluir páginas web)
- Principales aliados
- Participación en el mercado (considerar la información de sus competidores)

#### **1.2. DESCRIPCIÓN DE LÍNEAS COMERCIALIZADAS**

- Ventas Anuales. (últimos 3 años)
- Principales Marcas (que comercializa y a que mercado va destinada cada una de ellas)
- Ventajas competitivas de los productos que distribuye (en comparación a lo producido por su competencia)

#### **1.3. DESCRIPCIÓN DE IMPORTACIONES**

- Partidas que importa, con su respectiva descripción
- Características de productos importados (son insumos, productos terminados, de que material, con qué frecuencia se adquiere)
- Importaciones de la Compañía por país (últimos tres años)

#### **1.4. DESCRIPCIÓN GENERAL DE PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN.**

- Características de productos exportados
- Exportaciones de la Compañía por país (últimos tres años)

#### 2. Análisis de la Cadena de Suministro

##### **2.1 IMPORTACIONES**

- Características de las importaciones (insumos, bienes intermedios, bienes finales)
- Principales proveedores (nombres, websites, origen, que productos importan, etc)

##### **2.2. CADENA DE COMERCIALIZACIÓN.**

- Esquema
- Características de los principales canales
- Posición de la empresa en la cadena

#### 3. Hábitos de Compra

- Frecuencia
- Variedad y/o especificación técnica del producto
- Calendario / Estación habitual de compra en el año
- Forma de pago
- Exigencias y Estándares de Calidad (indicar los estándares exigidos por las empresas, nombres, etc)

**Tabla 2: Criterios Clave para Seleccionar un Proveedor Extranjero (5 = puntaje más alto)**

Item	Puntaje
▪ Capital/ Capacidad de Producción	
▪ Nivel de precios	
▪ Variedad y calidad del producto	
▪ Entrega puntual	
▪ Servicio postventa	

4. Percepción de La Compañía DE PERÚ

4.1. Experiencia actual / previa con productos peruanos (describir la percepción que tienen las empresas sobre los productos ofrecidos por las empresas peruanas, de no tenerla, que expectativas esperan del mismo).

4.2. Interés por ampliar / iniciar negocios con productos peruanos.

**Tabla 3: Experiencia Previa con Productos Peruanos**

Productos Peruanos (Producto/ Marca)	Uso (materia prima/ productos semi- terminados/ terminados)	Tiempo de Importación (Número de días)	Precio de Compra (Moneda)

**Tabla 4: Comentario sobre productos peruanos (5 = puntaje más alto)**

Item	Puntaje
A. Calidad estable	
B. Precios Competitivos	
C. Entrega Puntual	
D. Variedad de Productos	
E. Tecnología avanzada	
F. Servicio Post Venta	

5. Participación en eventos de promoción

5.1. ¿En qué eventos o actividades de promoción participa regularmente?

5.2. ¿Cuáles son los medios que utiliza para enterarse de estas actividades? (correo electrónico, boletines, newsletters), redes sociales (especificar cuáles), páginas web (especificar cuáles)

6. Intención de invertir en Perú

6.1. ¿Estaría dispuesto a establecerse en Perú, en el corto o largo plazo? (ya sea como subsidiaria / sucursal / joint venture)

6.2. Si es afirmativa:

- ¿En qué plazo consideraría invertir?: Corto plazo (en 1 año) / Mediano plazo (1-3 años) / Largo plazo (+3 años)
- ¿Qué tipo de proyecto (nueva empresa, socio peruano) y actividad (Punto de venta, manufactura, etc.) realizaría en Perú?
- ¿Qué servicios esperaría de la Agencia de Promoción de Inversiones - Promperú?
- ¿Cuál sería su monto de inversión estimado, a modo preliminar?

6.3. En caso tenga respuesta negativa: ¿Cuáles serían los principales motivos?

7. Conclusiones

### **Anexo 03**

- I. Resumen Ejecutivo
- II. Alcance del Estudio Especializado:
- III. Análisis del Producto(s)
  - 3.1 Descripción del producto(s)
  - 3.2 Partida arancelaria
  - 3.3 Oferta Exportable Perú
    - 3.3.1 Producción nacional Perú
    - 3.3.2 Estacionalidad en Perú
    - 3.3.3 Exportaciones de Perú
- IV. Análisis de la Oferta en el mercado destino
  - 4.1 Producción del producto (s) en el mercado destino
  - 4.2 Exportaciones del producto(s) del país de destino
  - 4.3 Importaciones del país de destino del producto(s)
  - 4.4 Estacionalidad de las importaciones del mercado destino
  - 4.5 Importaciones del mercado destino desde Perú
  - 4.6 Análisis de la Competencia.
    - 4.6.1 Principales Empresas Exportadoras Internacionales al mercado destino
    - 4.6.2 Principales Empresas Peruanas Exportadoras al mercado destino
- V. Análisis de la Demanda
  - 5.1 Perfil del Consumidor
  - 5.2 Análisis de Tendencias
  - 5.3 Variedades.
  - 5.4 Presentaciones y precios al consumidor final
  - 5.5 Percepción del Producto(s) peruano
- VI. Requisitos de Acceso al Mercado
  - 6.1 Medidas Arancelarias
  - 6.2 Medidas No Arancelarias
    - 6.2.1 Medidas Técnicas
    - 6.2.2 Medidas No Técnicas
  - 6.3 Normas Privadas
- VII. Logística
  - 7.1 Canales de Distribución
    - 7.1.1 Rutas de Acceso
    - 7.1.2 Costos Logísticos
    - 7.1.3 Principales Agencias de Transporte
  - 7.2 Canales de Comercialización
- VIII. Actividades de Promoción Comercial
  - 8.1 Ferias
  - 8.2 Exhibiciones
  - 8.3 Publicaciones Especializadas
- IX. Contactos de Interés
  - 9.1 Institucionales
  - 9.2 Comerciales
- X. Conclusiones y Recomendaciones
- XI. Perfil de Compradores
- XII. Bibliografía
- XIII. Anexos

