

## **SERVICIO DE REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO E IDENTIFICACIÓN DE COMPRADORES PARA PRODUCTOS PESQUEROS EN LOS PAÍSES NÓRDICOS**

### **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 peruanos en Dinamarca, Finlandia y Suecia.

### **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 Dinamarca, Suecia y Finlandia.

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

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

**APEX:** 0169.2025 - Estudio de mercado e identificación de compradores para productos pesqueros en Países Nórdicos.

### **5. ANTECEDENTES**

El sector alimentos representa un peso específico en el grueso de la economía y la industria de Perú, lo cual se pone de manifiesto en el volumen de sus exportaciones y en el referente con el que algunos de sus productos se han posicionado en algunos mercados internacionales a lo largo de los últimos años.

Asimismo, como consecuencia de la coyuntura económica internacional de los principales mercados globales para la pesca, marcada por desaceleración en el crecimiento de la demanda, incremento de las presiones inflacionarias y precios de compra a la baja, han surgido plazas alternativas para la oferta peruana de la categoría.

En este contexto, los países nórdicos, a saber, Dinamarca, Finlandia y Suecia, se han convertido rápidamente en destinos con alto potencial en lo que respecta a productos pesqueros para consumo humano directo, ya que sus importaciones conjuntas alcanzaron un récord histórico en 2023, al sumar USD 11 151 millones, lo cual significó un crecimiento promedio anual de 5.2%. De hecho, la expansión de las compras nórdicas estuvo sustentada por un fuerte dinamismo en las importaciones de compradores prometedores como Dinamarca (USD 3 472 millones / +6.1% de TCP 19 – 23) y Suecia ( USD 6 481 millones / +5.4% de TCP 19 – 23). Por otro lado, a nivel de subpartidas arancelarias, la expansión de las compras nórdicas ha respondido a una mayor demanda de productos que, en la práctica, Perú cuenta con oferta como langostinos vannamei congelados (USD 84 millones en 2023), conchas de abanico congeladas (USD 52 millones), filetes congelados de pescado (USD 43 millones) y calamares congelados (USD 25 millones); así también destaca la sólida demanda de productos emergentes de la oferta exportable como las conservas de atún (USD 115 millones).

Pese al gran potencial que muestran los mercados nórdicos para las exportaciones de la categoría, la presencia peruana es limitada. Perú contó con exportaciones valorizadas en USD



Firmado digitalmente por:  
BRAVO OCHOA Luis Andres  
FAU 20307167442 hard  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 07/02/2025 15:51:07-0500

5 millones en 2023, lo cual ubica al país andino como el proveedor número 40º, bastante por debajo de otros competidores regionales como Chile (19º), Argentina (29º) y Ecuador (34º). Sin embargo, en el periodo enero – octubre de 2024, los envíos a los países de esta región sumaron USD 3.7 millones, siendo los productos más relevantes las conchas de abanico en media valva, las colas de gambón argentino congeladas, las algas rojas (*Chondrus Canaliculatus*) y los filetes congelados de mahi – mahi.

Es importante mencionar que, históricamente, los países nórdicos han sido importantes centros de consumo de productos pesqueros a nivel europeo, con una fuerte tradición en la pesca y el cultivo de especies como los salmónidos, especialmente en Noruega y Dinamarca; de hecho, ambos países son de los pocos productores europeos que cuentan con una balanza comercial positiva en esta categoría. Sin embargo, la diversificación en cuanto a los productos demandados, el incremento del consumo y la mayor consciencia en el cuidado de la salud son impulsores importantes que explicarán la expansión en el consumo y, por ende, en las importaciones a mediano – largo plazo.

Por todo lo expuesto y tomando en cuenta las expectativas de los stakeholders (exportadores y tomadores de decisiones del sector público) por el desarrollo de los mercados de productos pesqueros en los países nórdicos (Dinamarca, Finlandia y Suecia), la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial considera necesaria la realización de una investigación primaria, a través de un estudio y prospección de mercado, que tenga como objetivo la validación de oportunidades para productos específicos, así como la identificación de compradores potenciales de la oferta exportable peruana en el corto y mediano plazo.

Los productos peruanos que se consideran en esta propuesta son los que representan en líneas generales, un mayor nivel de precio o demanda en el mercado nórdico, tanto a nivel HORECA como industrial, entre los que se encuentran, a nivel de productos hidrobiológico, la pota cruda congelada, los langostinos, conchas de abanico y los filetes congelados de pescados varios.

## **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 Dinamarca, Finlandia y Suecia.

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

El presente servicio consiste en la identificación de oportunidades comerciales en Dinamarca, Finlandia y Suecia para los productos de la productos pesqueros. Incluye la entrega inicial de una base de datos de 40 compradores de la productos pesqueros domiciliados en Dinamarca, Finlandia y Suecia, la elaboración de 20 perfiles de potenciales compradores seleccionados por PROMPERÚ de la base de datos inicial en base a entrevistas en profundidad, así como un reporte de mercado de las características de los mercados analizados para los productos de la productos pesqueros y una presentación en formato ppt. con los principales hallazgos realizados durante las distintas etapas del proyecto . El íntegro de las labores a desarrollarse en este servicio serán 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 entrega una lista inicial de productos (ver Anexo 01), que puede ser modificada a propuesta del proveedor, con la aprobación previa de PROMPERÚ.

- Identificar compradores en Suecia, Dinamarca y Finlandia (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 de productos pesqueros (importadores, distribuidores, mayoristas, procesadores y similares) en Dinamarca, Finlandia y Suecia, 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 Dinamarca, Finlandia y Suecia, 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 Dinamarca, Finlandia y Suecia, que incluya lo siguiente:
  - Descripción a profundidad del perfil de consumidor, así como las tendencias de consumo.
  - Información sobre competidores de la oferta peruana en Dinamarca, Finlandia y Suecia.
  - 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 los países nórdicos.
  - 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 pesqueros peruanos con mayor potencial exportador en los países nórdicos.
- Documento en formato PowerPoint sobre el mercado de productos pesqueros en los países nórdicos, 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.

## 7.9 REQUISITOS DEL PROVEEDOR Y DE SU PERSONAL

---

<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.

Persona natural o jurídica con experiencia mínima de dos servicios, en los últimos cinco años, relacionados con estudios de mercado, elaboración y ejecución de entrevistas, desarrollo de base de datos de contactos comerciales y elaboración de presentaciones vinculadas al sector pesquero del continente europeo.

**Acreditación:** Dicha experiencia deberá ser acreditada con copias simples de contratos, constancias o certificados con su respectiva conformidad o cualquier otra documentación que demuestre de manera fehaciente la experiencia respectiva. La experiencia y actividades desarrolladas a considerar deberán ser similares a las que se solicita en el numeral 7.1 del presente documento.

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

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

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

## **7.11 PRODUCTOS**

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

- Base de datos inicial de 40 empresas (potenciales compradores) de productos pesqueros en Dinamarca, Finlandia y Suecia, 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 los mercados objeto de este estudio, de acuerdo con el Anexo 03. Este documento será presentado en formato Word.

El producto 1 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 Dinamarca, Finlandia y Suecia, 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 2 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 en caso el análisis involucre más de uno.

El producto 3 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:

- Un documento en formato PowerPoint, en idioma español, sobre las oportunidades de exportación para productos pesqueros en Dinamarca, Finlandia y Suecia.
- Finalmente, deberá presentar un único documento final en formato Word denominado *Estudio de mercado de productos pesqueros en países nórdicos* 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.

**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.

## **7.12 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.

## **7.14 FORMA DE PAGO**

Se realizarán cuatro pagos parciales, en dólares americanos, 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 su 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 de su entregable o producto o informe, en la modalidad establecida en su TDR.
- c) El documento deberá señalar que es un comprobante electrónico

#### **7.15 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.

#### **7.16 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 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.

## **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; o
- 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.
- 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. 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.

## **16. 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.

## **Anexo 01**

Productos Priorizados a ser materia de estudio en países nórdicos

1. Lista de productos pesqueros priorizados por PROMPERÚ

- a. Pota cruda congelada y sus subproductos (SA 030743 / 160554)
- b. Langostinos congelados y sus subproductos (SA 030617)
- c. Conchas de abanico congeladas (SA 030722)
- d. Filetes de pescados varios (SA 030489 / 030474)
- e. Ovas de pez volador congeladas (SA 030391 / 030520)

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

	Com pañía	Nombre de Contacto	Cargo dentro de la Organización	E - mail corporativo	Teléfono/S kype ID	Página web	Tipo de compañía (Importador, distribuidor, exportador, procesador, etc)	Produ cto(s)	Ubic ació n	Otro indicador (Part Mercado, ventas anuales,etc.)

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	
<b>Tabla 1: Datos de Contacto del Comprador/ Encuestado</b>	
Nombre Completo de la Empresa	
Página Web	
Nombre Completo de Contacto/ Puesto de Trabajo	
Teléfono	
Fax	
E-mail	
 <b>1.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA EMPRESA.</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Localización</li><li>○ Años de Funcionamiento</li><li>○ Sucursales y Plantas (lugares donde se ubican, indicar local y extranjero)</li><li>○ Relaciones estratégicas (principales socios comerciales, incluir páginas web)</li><li>○ Principales aliados</li><li>○ Participación en el mercado (considerar la información de sus competidores)</li></ul>	
<b>1.2. DESCRIPCIÓN DE LÍNEAS COMERCIALIZADAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Ventas Anuales. (últimos 3 años)</li><li>○ Principales Marcas (que comercializa y a que mercado va destinada cada una de ellas)</li><li>○ Ventajas competitivas de los productos que distribuye (en comparación a lo producido por su competencia)</li></ul>	
<b>1.3. DESCRIPCIÓN DE IMPORTACIONES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Partidas que importa, con su respectiva descripción</li><li>○ Características de productos importados (son insumos, productos terminados, de que material, con qué frecuencia se adquiere)</li><li>○ Importaciones de la Compañía por país (últimos tres años)</li></ul>	
<b>1.4. DESCRIPCIÓN GENERAL DE PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN.</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Características de productos exportados</li><li>○ Exportaciones de la Compañía por país (últimos tres años)</li></ul>	
2. Análisis de la Cadena de Suministro	
<b>2.1 IMPORTACIONES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Características de las importaciones (insumos, bienes intermedios, bienes finales)</li><li>○ Principales proveedores (nombres, websites, origen, que productos importan, etc)</li></ul>	
<b>2.2. CADENA DE COMERCIALIZACIÓN.</b> <ul style="list-style-type: none"><li>○ Esquema</li><li>○ Características de los principales canales</li><li>○ Posición de la empresa en la cadena</li></ul>	
3. Hábitos de Compra <ul style="list-style-type: none"><li>○ Frecuencia</li><li>○ Variedad y/o especificación técnica del producto</li><li>○ Calendario / Estación habitual de compra en el año</li><li>○ Forma de pago</li><li>○ Exigencias y Estándares de Calidad (indicar los estándares exigidos por las empresas, nombres, etc)</li></ul>	

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			
<p>4. Percepción de La Compañía DE PERÚ</p> <p>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).</p> <p>4.2. Interés por ampliar / iniciar negocios con productos peruanos.</p>			
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			
<p>5. Participación en eventos de promoción</p> <p>5.1. ¿En qué eventos o actividades de promoción participa regularmente?</p> <p>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)</p> <p>6. Intención de invertir en Perú</p> <p>6.1. ¿Estaría dispuesto a establecerse en Perú, en el corto o largo plazo? (ya sea como subsidiaria / sucursal / joint venture)</p> <p>6.2. Si es afirmativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ¿En qué plazo consideraría invertir?: Corto plazo (en 1 año) / Mediano plazo (1-3 años) / Largo plazo (+3 años)</li> <li>○ ¿Qué tipo de proyecto (nueva empresa, socio peruano) y actividad (Punto de venta, manufactura, etc.) realizaría en Perú?</li> <li>○ ¿Qué servicios esperaría de la Agencia de Promoción de Inversiones - Promperú?</li> <li>○ ¿Cuál sería su monto de inversión estimado, a modo preliminar?</li> </ul> <p>6.3. En caso tenga respuesta negativa: ¿Cuáles serían los principales motivos?</p> <p>7. Conclusiones</p>			

## **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