

SERVICIO DE REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO E IDENTIFICACIÓN DE COMPRADORES PARA SERVICIOS DE ANIMACIÓN DIGITAL EN MÉXICO

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 de mercado e identificación de compradores para servicios de animación digital en México.

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 servicios de animación digital, identificar oportunidades comerciales en el mercado de México.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL:

Centro de Costo: Departamento de Inteligencia de Mercados
APEX N° 0161.2025 - Estudio de mercado e identificación de comparadores para animación en México.

5. ANTECEDENTES

A nivel mundial, el sector de la economía creativa o naranja, que engloba las industrias culturales y creativas, genera más de 2,25 billones de dólares anuales, según la UNESCO, representando aproximadamente el 3% del PIB global. El Banco Mundial y Oxford Economics han reflejado en diversos estudios que la economía naranja contribuye a generar empleos en un 16% en América.

En el territorio latinoamericano, la economía naranja ha tenido un crecimiento importante y el sector representa un 2,2% del PIB de la región, según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Perú es el quinto país de Latinoamérica con mayores ingresos generados por empresas relacionadas a la economía naranja; asimismo, este sector representa el 2,7% del PBI del país.

Específicamente, en lo referido a la industria de la animación a nivel mundial, esta ha pasado de USD 354,7 mil millones en 2020 hasta superar los USD 428,3 mil millones en 2022, según estimaciones de Precedence Research, manteniendo una tasa de crecimiento anual de 10%. Asimismo, se estima que para el 2030, esta industria supere los USD 642,5 mil millones, impulsada principalmente por la creciente demanda de contenido animado en plataformas digitales y medios de comunicación.

De otro lado, entre los años 2014-2023, las importaciones mexicanas de servicios audiovisuales y conexos según TradeMap crecieron anualmente 58,8% y registró niveles de importación por encima de los USD 776 millones en el último año. Además, las

empresas creativas en México han mostrado un crecimiento significativo, posicionándose como un referente regional dónde según cifras del INEGI en el 2020, la industria creativa en el país aportó 2,9% del PIB lo que representa poco más de 1 200 000 empleos. Además, la industria ha diversificado sus actividades hacia la producción de contenidos para publicidad, cine, series y videojuegos.

En los últimos años, el sector de la animación en México se ha enfrentado a retos importantes, como la limitada disponibilidad de financiamiento y la necesidad de una mayor profesionalización; sin embargo, el auge de plataformas digitales, como las de streaming, junto con la creciente demanda de contenido animado en los mercados internacionales, han generado oportunidades estratégicas para su desarrollo. Esto se refleja en el aumento de estudios consolidados, la participación en producciones internacionales y la transición de trabajos publicitarios y cortometrajes hacia series y largometrajes de calidad internacional. Además, el interés por contenidos que representan la identidad latinoamericana ha abierto oportunidades para proyectos innovadores, consolidando a México como un actor relevante en la animación global.

Desde el lado del Perú, la oferta de animación digital cuenta con empresas que brindan servicios en animación comercial, películas y series, abarcando un amplio abanico de productos exportables. Estas empresas trabajan principalmente con un 94% de clientes intermedios y un 6% de clientes finales, lo que refleja su enfoque en mercados B2B. Las principales líneas de negocio que atiende son: línea de animación con fines publicitarios y la animación digital para desarrollo series tanto para canales de televisión como para plataformas digitales, donde el valor de venta promedio por minuto es mayor al valor de venta promedio por minuto en publicidad. Una tercera línea de negocio atendida por la oferta exportable peruana es la especializada en el desarrollo de efectos especiales la cual asiste requerimientos en publicidad, series o películas. Finalmente, se cuenta con la línea que pertenece al sector cinematográfico.

Es por lo antes mencionado y ante la ausencia de información especializada sobre potenciales compradores de servicios de animación digital en el mercado mexicano, la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial ve por conveniente realizar acciones de inteligencia comercial a favor de la oferta exportable nacional, que permitan desarrollar estrategias especializadas orientadas a satisfacer las necesidades del o los segmentos objetivos y que a su vez sean de utilidad para el sector empresarial peruano y demás agentes económicos.

6. OBJETIVO 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 servicios de animación en el mercado de México.

7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

El presente servicio consiste en la identificación de oportunidades comerciales en México para servicios de animación digital. Incluye la entrega de una base de datos de 25 compradores domiciliados en México, 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 las características del mercado mexicano. El íntegro de las actividades a desarrollarse en este servicio será fuera del país.

7.1 ACTIVIDADES

- Coordinar con el equipo de trabajo de PROMPERÚ. Para ello, PROMPERÚ entrega el Anexo 01 con la lista inicial de servicios objeto de este estudio, que puede ser modificada a propuesta del proveedor, con la aprobación previa de PROMPERÚ.
- Identificar compradores en México (productoras, agencias de publicidad, entre otros) para los servicios listados en el Anexo 01, y elaborar una base de datos de 25 empresas a ser evaluadas y priorizadas por PROMPERÚ^{1/}.
- Elaborar agendas de reuniones con potenciales compradores en México, que previamente hayan sido seleccionados y 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 servicios peruanos objeto de este estudio en el mercado de México, incluyendo información sobre por qué los compradores tienen preferencia por otros proveedores.
- Elaborar 20 perfiles de los potenciales compradores seleccionados por PROMPERÚ (importadores, distribuidores, productoras y similares). para lo cual se deberá completar la información que se presenta en el Anexo 02 que se adjunta a los TDR.
- Desarrollar un reporte de mercado para servicios de animación digital en el mercado de México, que incluya lo siguiente:
 - Descripción a profundidad del perfil de consumidor, así como las tendencias tecnológicas de consumo de la industria de animación digital.
 - Información sobre competidores de la oferta peruana en el mercado mexicano.
 - Las necesidades y requisitos de los compradores identificados.
 - Descripción de la estructura y características de la cadena de comercialización y distribución para los servicios priorizados, así como los actores participantes y su posición en el mercado de México (canales y estrategias).
 - Requisitos (medidas técnicas y no técnicas, normas privadas, certificaciones, así como la entidad que aplica la medida o regulación) que deben ser cumplidos para acceder al mercado 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 servicios peruanos con mayor potencial exportador en el mercado de México.
 - Documento de presentación en formato PPT, en idioma español sobre las oportunidades de exportación de servicios de animación en México

^{1/} 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, deberían ser clientes finales. 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.

7.2 REQUISITOS DEL PROVEEDOR Y DE SU PERSONAL

Experiencia en la especialidad:

- a. Persona natural o jurídica con experiencia de un mínimo de 3 servicios, en los últimos 5 años, relacionados con estudios de mercado, informes de tendencias de mercado o investigaciones de mercados o desarrollo de encuestas para servicios afines a servicios basados en el conocimiento (de preferencia en servicios de animación) en el mercado de Norteamérica.

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 será íntegramente en el mercado de México.

El plazo de ejecución del servicio será hasta 120 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato.

7.4 PRODUCTOS

Producto 01: El proveedor deberá entregar lo siguiente:

- Identificar compradores en México (productoras, agencias de publicidad, entre otros) para la línea y productos bajo estudio. Elaborar una base de datos de 25 potenciales empresas diferentes de las que actualmente ya exporta el Perú, que serán evaluadas y priorizadas por PROMPERÚ^{2/}. El listado deberá ser entregado en formato Word, conforme al Anexo 01.
- Presentación del desarrollo de los capítulos I, II y III del reporte de mercado sobre las oportunidades de exportación para servicios de animación digital en México objeto de este estudio. Este documento será presentado en formato Word, conforme al Anexo 03.

El producto 01, deberá ser presentado hasta los 30 días calendario, contados a partir del día siguiente de la notificación de perfeccionado el contrato.

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 para los servicios

^{2/} 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, deberían ser clientes finales. 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.

de animación listados en el Anexo 01, que hayan sido seleccionados por PROMPERÚ de la base inicial. Este documento será presentado en formato Word.

- Presentación del desarrollo de los capítulos IV, V y VI del reporte de mercado sobre las oportunidades de exportación para servicios de animación objeto de este estudio en México. Este documento será presentado en formato Word, conforme al Anexo 03.

El producto 02, deberá ser presentado hasta los 60 días calendario, contados a partir del día siguiente de la notificación de perfeccionado el contrato.

Producto 03: El proveedor deberá entregar lo siguiente:

- Presentación del desarrollo de los capítulos VII, VIII, IX y X del reporte de mercado sobre las oportunidades de exportación para servicios de animación en México. Este documento será presentado en formato Word, conforme al 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 que hayan sido seleccionados por PROMPERÚ de la base inicial. Estos perfiles deben haber sido obtenidos en base a 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):

El producto 03, deberá ser presentado hasta los 90 días calendario, contados a partir del día siguiente de la notificación de perfeccionado el contrato.

Producto 04: El proveedor deberá entregar lo siguiente:

- Documento de presentación en formato PPT, en idioma español sobre las oportunidades de exportación de servicios de animación en México.
- Finalmente, deberá presentar un único documento final en formato Word denominado *Estudio de mercado para servicios de animación en México*, que incorpore las mejoras sugeridas en los entregables previos. Asimismo, deberá contener la totalidad de capítulos indicados en el Anexo 03.

La presentación debe ser entregada al personal de PROMPERÚ en formato PowerPoint.

El producto 04, deberá ser presentado hasta los 120 días calendario, contados a partir del día siguiente de perfeccionado el contrato.

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:: fpucutay@promperu.gob.pe
Asimismo, deberá adjuntar la orden de servicio a través de ventanilla virtual.

7.5 OTRAS OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA/CONSULTOR

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

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.º 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, 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

La conformidad del servicio será dada por la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial y el departamento de inteligencia de mercado, el cual se dará a los 07 calendario de presentado cada producto.

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 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;
- 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 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 con el 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 PROMPERÚ y de manera supletoria a la Ley de Contrataciones del Estado, su Reglamento y demás normas complementa

Anexo 1

Servicios de animación priorizados:

- Animación y producción 2D y 3D para publicidad
- Animación y producción 2D y 3D para series, películas, cortometrajes, videoclips.
- Animación 2D, storyboards y animatics, realización de videos y cursos e-learning.
- Animación 3D para modelado de productos.
- Animación 3D (Realidad virtual/ Realidad aumentada para publicidad, películas animadas o videojuegos móviles)
- Animación 3D (incluye composición de luces, post-producción, modelado, rigging, texturización y storyboard)
- Producción de videos, marketing digital, branding y diseño.
- Branding y diseño de empaques; diseño de personajes 2D.
- Postproducción y efectos especiales para publicidad.
- Producción musical, diseño de sonido y postproducción de audio.
- Doblaje de películas.
- Laboratorio de diseño de sonido y producción musical para publicidad, cine, televisión y teatro.

Esto no excluye la posibilidad de incluir otros servicios no contemplados inicialmente que muestren oportunidades reales en el mercado objeto de estudio.

Listado de potenciales compradores internacionales de servicios de animación digital

El listado de potenciales compradores de servicios de animación digital (mínimo 25 empresas), presentado por el proveedor debe llevar la estructura mostrada en el ejemplo adjunto. Para mayor referencia se busca empresas productoras que realicen contenido para campañas de publicidad para tv y redes, estudios grandes de animación que busquen coproducciones con partners internacionales, plataformas de contenido y streaming que demanden contenido animado, productoras audiovisuales de animación 2D y 3D para series y cortometrajes y/o películas, agencias de publicidad y otros clientes de industrias que demanden servicios de animación digital

Sin embargo, el proveedor del servicio en coordinación con PROMPERÚ puede sugerir alguna mejora o modificación con la finalidad de expresar de la mejor manera la información del listado de compradores de servicios.

#	Nombre de la Empresa	Persona de Contacto	Cargo	Email / Teléfono	Página Web	Ciudad	Estado Federativo	Sector o Industria a la que pertenece	Verticales que atiende	Razón por la cual ha sido seleccionado el comprador internacional (Part. Mercado, ventas anuales, etc.)

Esta matriz deberá ser entregada en formato Word y Excel.

Anexo 2

El formato de perfil a profundidad de empresas seleccionadas debe llevar la estructura mostrada a continuación. Sin embargo, el proveedor del servicio en coordinación con PROMPERÚ puede sugerir alguna mejora o modificación con la finalidad de recoger de la mejor manera la información del perfil de las empresas.

Formato de Perfil para empresas

1. Datos de Contacto del Comprador

Nombre de la Empresa:

Página Web:

Dirección:

Nombre y cargo de la persona entrevistada:

E-mail corporativo:

País:

Estado Federativo:

Ciudad:

1.1. Características de la Empresas

- Tipo de empresa (empresas que realicen contenido para campañas de publicidad para tv, estudios grandes de animación que busquen coproducciones con partners internacionales, plataformas de contenido y streaming, empresas que brinden servicios de animación para series y/o películas, agencias de publicidad y otros)
- Años de funcionamiento:
- Rango de Ventas Anuales
- Tamaño de Empresa

1.2. Servicios comercializados

- Sector o Industria a la que pertenece
- Servicios que ofrece la empresa:
- ¿Compra local o internacionalmente servicios de animación digital? Si. No
- ¿Importa servicios de animación digital? Si. No
- ¿Importa servicios de animación digital de países latinoamericanos? Si. No
- En caso importe servicios de animación digital de países latinoamericanos, ¿de qué países importa estos servicios? (No restringir a los países latinoamericanos)
- De las líneas de animación digital, en cuales líneas estaría interesado: Animación Digital para fines publicitarios / Animación Digital para series / Animación Digital especializada en efectos especiales / Animación digital para películas / Otros
- De los servicios de animación digital, cuáles servicios le gustaría adquirir: Storyboard / Modelling / Rigging 2D / Rigging 3D / 2D Animation / 3D Animation / Illumination / VR / AR / Desarrollo de App / Desarrollo de Videojuegos / Videos de Animación 2D / Videos de Animación 3D / Outsourcing / Otros
- Principales marcas o clientes que tiene la empresa (Información de a quien contrata, y el motivo por el que contrata)

- Mercados o industrias que atiende (Precisar el nicho de mercado)
 - ¿Cuál es el presupuesto asignado para la contratación de servicios en el mercado internacional?
- 2. Análisis de la Cadena de Valor**
- Características generales
- 3. Hábitos de Compra**
- ¿Cuáles son los motivos por los cuales contratan servicios de animación digital?
 - ¿Qué necesitan actualmente las empresas mexicanas que demandan servicios de animación digital?
 - ¿Qué certificados son normalmente exigidos para los proveedores de servicios digitales?
 - ¿Dónde hay compatibilidades entre lo que las empresas peruanas pueden ofrecer y lo que quieren las empresas mexicanas?
 - ¿Cómo toman las empresas mexicanas sus decisiones de compra y/o contratación? ¿Qué factores consideran al momento de compra y/o contratación?
 - ¿Cómo pueden las empresas de animación peruanas entrar en ese proceso de toma de decisiones?
 - ¿Están buscando empresas que posean su propia propiedad intelectual (y por lo tanto puedan licenciar o vender esa propiedad intelectual)? ¿O las empresas mexicanas están más interesadas en empresas de animación que puedan contribuir a su flujo de trabajo existente mediante una tarifa por servicio?
 - ¿Estaría dispuesto a establecer alianzas con alguna empresa peruana para el desarrollo de un proyecto?
 - ¿Cómo identifican a los posibles proveedores? Referencias, web, eventos u otros.
 - ¿Maneja precios referenciales de los servicios de animación digital?
- 4. Participación en eventos de promoción**
- 4.1.** ¿En qué eventos o actividades de promoción participa regularmente?
- 4.2.** ¿Cuáles son los medios que utiliza para enterarse de estas actividades? (correo electrónico, boletines, newsletters), redes sociales (especificar cuáles), páginas web (especificar cuáles)
- 5. Intención de invertir en Perú**
- 5.1** ¿Estaría dispuesto a establecerse en Perú, en el corto o largo plazo? (ya sea como subsidiaria / sucursal / joint venture)
- 5.2** En caso tenga respuesta negativa: ¿Cuáles serían los principales motivos?

Conclusiones

Anexo 3

Formato del Reporte del Estudio de Mercado

El presente formato del reporte del estudio de mercado sobre los servicios de animación digital en México contendrá una estructura de informe diseñada para abordar de manera sistemática los aspectos clave del mercado objetivo, garantizando un documento completo y práctico que sirva para identificar oportunidades comerciales y diseñar estrategias de promoción para la oferta exportable peruana.

A continuación, se presenta un índice tentativo para el reporte a elaborarse, que puede ser mejorado, previa aprobación por parte de PROMPERÚ:

I. Resumen Ejecutivo

- Introducción al mercado de animación digital en México.
- Principales hallazgos y oportunidades identificadas en México.

II. El Mercado de Animación Digital en México

- 2.1. Tamaño del mercado de animación digital en México.
- 2.2. Concentración por zona geográfica (estados/provincias) de la industria de animación digital en México.
- 2.3. Empresas líderes en el mercado de México (jugadores nacionales y extranjeros)

III. Análisis de la Industria de la Animación Digital en México

- 3.1. Costos de producción y servicios en la industria de animación digital (costos de horas hombre).
- 3.2. Principales canales de comercialización.
- 3.3. Precios de los servicios de animación digital (horas hombre o por proyecto)

IV. Análisis de la Demanda

- 4.1. Tendencias en la demanda de animación digital en México.
- 4.2. Consumidores finales: canales de televisión, plataformas de streaming, publicidad.
- 4.3. Segmentos de mercado de mayor interés (publicidad, cine, videojuegos).
- 4.4. Preferencias de los clientes mexicanos hacia la animación digital peruana.

V. Competencia Internacional en el Mercado de México

- 5.1. Principales países proveedores de animación digital.
- 5.2. Ventajas competitivas de la oferta internacional frente a la peruana.
- 5.3. Análisis comparativo entre Perú y otros países de la región. (Identificar sus servicios, la calidad, tiempos de entrega, sus precios, estrategias de marketing, etc)

VI. Requisitos de Acceso al Mercado

- 6.1. Normativas y certificaciones para servicios de animación digital.
- 6.2. Requisitos técnicos y de calidad exigidos por el mercado mexicano.
- 6.3. Oportunidades de alianzas con instituciones mexicanas.

VII. Actividades de Promoción

- 7.1. Participación en ferias y eventos del sector de animación digital.
- 7.2. Estrategias de promoción para destacar la oferta peruana.
- 7.3. Ejemplos de actividades de networking con potenciales compradores.

VIII. Actores Importantes en el Ecosistema de Animación Digital en México

- 8.1. Instituciones relevantes en la promoción de la industria creativa.
- 8.2. Principales asociaciones y eventos de la industria en México.
- 8.3. Estudios y empresas clave en animación digital.

IX. Conclusiones

- Resumen de oportunidades clave y desafíos identificados.

X. Recomendaciones

- Estrategias para el posicionamiento de la oferta peruana en el mercado mexicano.

XI. Perfil de compradores