

TÉRMINOS DE REFERENCIA

“SERVICIO DE ESTUDIO DE MERCADO PARA PRODUCTOS PESQUEROS PROCESADOS EN CENTROAMÉRICA”

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

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

2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

Se requiere la contratación del servicio de estudio de mercado e identificación de compradores para productos pesqueros procesados en Centroamérica.

3. FINALIDAD PÚBLICA

La finalidad de este servicio es brindar mayores herramientas e información especializada que permita a las empresas peruanas del sector pesquero de valor agregado identificar mejores oportunidades para internacionalizar su oferta en los mercados de Centroamérica.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL:

Centro de Costo: Departamento de Inteligencia de Mercados
APEX N° 0123.2023 Estudio de mercado para productos pesqueros procesados en Centroamérica.

Según informe inicial, este estudio se encuentra en una categoría de actividad operativa, en donde se tiene como visión sectorial que la oferta exportable peruana de productos pesqueros sea reconocida por ofrecer productos de calidad, además de encontrarse en un proceso de desarrollo de productos con valor agregado dirigidos a nuevos mercados.

Asimismo, sobre la base de objetivos del sector productos pesqueros, se busca contribuir al incremento de la cifra de exportaciones no minero energéticas de las empresas. De igual manera y en línea con la estrategia sectorial, se hace referencia al punto AEI 01.01. Elaboración y difusión de información especializada.

5. ANTECEDENTES

La pandemia del COVID-19 ha significado un punto de inflexión en la demanda mundial de alimentos a través del impulso de categorías emergentes relacionadas a macrotendencias como la conveniencia y un mayor enfoque en la salud y el bienestar.

A nivel de productos pesqueros procesados, América Latina no estuvo excepta al impacto de estas tendencias y registró un fuerte crecimiento durante la pandemia, el cual se ha extendido hasta la actualidad. De hecho, los mercados centroamericanos y caribeños son los que mejor desempeño han mostrado dentro de la región. Por un lado, República Dominicana ha sido la plaza de mayor expansión en lo que respecta a importaciones de productos pesqueros procesados al sumar compras por USD 78 millones en 2021 y registrar un crecimiento promedio anual de 12.8% para el periodo 2017 – 2021. En tanto, las importaciones de plazas como Panamá (USD 61 Millones) y Jamaica (USD 37 Millones), ya superaron los niveles de compras de grandes mercados de consumo como Brasil, por ejemplo.

La demanda centroamericana de productos pesqueros se concentra básicamente en dos productos principales: las preparaciones y conservas de atún (USD 128 Millones / 39% de participación en 2021) y conservas de sardinas / anchovetas (USD 119 Millones / 36%). Aunque, es importante mencionar que en los últimos cinco años se ha incrementado notablemente la demanda de otras preparaciones de mayor valor agregado como ahumados, preformados y empanizados.



Firmado digitalmente por:
FREUND ESCUDERO Cesar
Gustavo FAU 20307187442 hard
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 12/07/2023 08:59:54-0500

Pese a que existe una fuerte competencia a nivel de conservas de bajo costo provenientes de países asiáticos, Perú se ha posicionado como el décimo cuarto proveedor de Centroamérica y el Caribe en este segmento. Las exportaciones peruanas de conservas y preparaciones procesadas de productos marinos a esta región del mundo sumaron USD 4 millones que se dirigen en un 96% a Panamá y, en menor medida, a otras plazas como Curazao, República Dominicana, y Aruba. Sin embargo, también existen otros productos procesados que podrían resultar interesantes para incrementar las exportaciones peruanas de esta categoría como las anillas congeladas de pota a Guatemala, las mixturas de mariscos a Puerto Rico o las hamburguesas de mahi-mahi a República Dominicana.

Por todo lo expuesto y tomando en cuenta las expectativas de los stakeholders por el desarrollo de los mercados para productos pesqueros procesados en Centroamérica, 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 – mediano plazo.

6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

- Identificar oportunidades de exportación para productos pesqueros procesados de Perú en Centroamérica.
- Identificar compradores de productos pesqueros procesados en Centroamérica (importadores, distribuidores, mayoristas, procesadores y similares)
- Elaborar perfiles y base de datos de potenciales compradores de productos pesqueros procesados en Centroamérica (importadores, distribuidores, mayoristas, procesadores y similares).
- Elaborar agendas de reuniones con potenciales compradores de productos pesqueros procesados en Centroamérica (importadores, distribuidores, mayoristas, procesadores y similares).
- Conocer la percepción de los productos pesqueros peruanos en los mercados objetos de este estudio.
- Obtener información necesaria para determinar una estrategia comercial a fin de posicionar los productos pesqueros peruanos.
- Identificar y priorizar una lista de productos pesqueros procesados con mayor potencial exportador en Centroamérica.

7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

El presente servicio consiste en la identificación de potenciales compradores de Centroamérica para productos pesqueros procesados. Asimismo, la entrega de una base de datos de 50 compradores, reporte del mercado pesquero y la elaboración de agendas de reuniones con potenciales compradores de dicha región.

El servicio permitirá obtener 22 perfiles de potenciales compradores centroamericanos con la finalidad de conocer la percepción de los productos peruanos en la región, así como identificar y priorizar una lista de productos con mayor potencial exportador y determinar una estrategia para posicionar la oferta peruana.

7.1 ACTIVIDADES

- Coordinar con la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial y con el especialista asignado al sector.
- Visitar puntos de comercialización de productos pesqueros procesados en Centroamérica (mercados, supermercados, lonjas, mayoristas, minoristas, entre otros) para recopilar información sobre los productos ofertados (presentaciones, precios, origen, fabricante).

- Recopilar y analizar información cuantitativa y cualitativa a través de fuentes primarias y secundarias sobre el mercado de productos pesqueros procesados en Centroamérica.
- Elaborar agendas de reuniones con potenciales compradores de Centroamérica de productos pesqueros procesados (importadores, distribuidores, mayoristas, procesadores, minoristas y similares). El objeto de elaborar la agenda de reuniones es poder tener un cronograma detallado que nos permita saber y controlar cuándo se realizara la entrevista.
- Realizar entrevistas a profundidad a potenciales compradores de Centroamérica (importadores, distribuidores, mayoristas, procesadores, minoristas y similares) para la oferta peruana de productos pesqueros procesados. El objeto de las entrevistas es elaborar un perfil de comprador.
- Efectuar la presentación de los resultados del trabajo realizado a empresas peruanas del sector pesquero en las fechas que PROMPERÚ indique.

El trabajo se centrará en tres categorías de productos pesqueros procesados, a saber: (i) productos pesqueros en conserva, (ii) productos pesqueros preformados / empanizados y (iii) productos pesqueros ready to cook. Sin embargo, esto no significa que ,en caso existan oportunidades para otras líneas de interés, se pueda ampliar esta lista.

8.0 REQUISITOS DEL PROVEEDOR

• Perfil del proveedor:

Persona natural o jurídica con experiencia mínima en tres servicios relacionados a proyectos de investigación de mercados, desarrollo de informes de mercado y/o publicaciones especializadas, elaboración y ejecución de entrevistas, desarrollo de base de datos de contactos comerciales y/o elaboración de ponencias y/o conferencias en el sector pesquero de Latinoamérica en los últimos cinco años.

Por otro lado, el proveedor deberá contar con sede o sucursal en Centroamérica, El Caribe y/o México.

Acreditación:

Se acreditará con cualquiera de los siguientes documentos: (i) copia simple de contratos y su respectiva conformidad o (ii) constancias o (iii) certificados o (iv) cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la experiencia.

Para acreditar la presencia física en mercado se con el registro comercial de la empresa o documento equivalente.

9.0 LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El lugar donde se llevará a cabo la prestación del servicio será en Centroamérica. El plazo de ejecución del servicio será hasta 120 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden.

10. PRODUCTOS

Primer entregable	Base de datos de 50 potenciales compradores centroamericanos de productos pesqueros procesados seleccionados a ser presentado hasta 30 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.
--------------------------	--

Segundo entregable	Agenda de entrevistas a profundidad a potenciales compradores centroamericanos para la oferta peruana de productos pesqueros procesados seleccionados y avance de estudio de mercado a ser presentados hasta 60 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.
Tercer entregable	22 perfiles de compradores centroamericanos de productos pesqueros procesados a ser presentados hasta 100 días calendarios, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.
Cuarto entregable	Presentación (ppt) sobre el mercado de productos pesqueros procesados de Centroamérica y estudio de mercado concluido a ser entregados hasta 120 días calendario, contados a partir del día siguiente de recepcionada la orden de servicio.

Nota:

Para fines de registro de plazos de entrega, todos los productos serán presentados en formato PDF/WORD en idioma español, en la plataforma “Ventanilla Virtual” <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/Home/Index>, con atención a la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial – Departamento de Inteligencia de Mercados. En esta ventanilla podrán presentar sus trámites durante las 24 horas del día.

De manera adicional podrán enviar a los siguientes correos: abravo@promperu.gob.pe, fpucutay@promperu.gob.pe

11.0 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.

12.0 FORMA DE PAGO

El pago se realizará por transferencia bancaria (en dólares americanos) y de forma parcial; para lo cual deberá haber presentado los productos y contar con la conformidad de la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial y el departamento de inteligencia de mercados. La emisión de la conformidad no superara los 07 días calendario de presentado cada entregable

- Primer pago: 30% del monto total contrato, a la entrega por correo electrónico y conformidad del primer entregable.
- Segundo pago: 30% del monto total contrato, a la entrega por correo electrónico y conformidad del segundo entregable.
- Tercer pago: 30% del monto total contrato, a la entrega por correo electrónico y conformidad del tercer entregable.
- Cuarto pago: 10% del monto total contrato, a la entrega por correo electrónico 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.º de orden de servicio:

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

12.1 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.

10. 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 al 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.º 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 esté contemplada en la Ley antes referida, como excepción al derecho patrimonial, siendo la lista que antecede meramente enunciativa y no taxativa.

11. 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.º 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.º 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.º 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. 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:

Penalidad diaria = $0.10 \times \text{monto}$

F x 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.

12. 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

13. 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.

14. 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

15. 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.

16. 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.

17. OTRAS DISPOSICIONES

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

Anexo 01

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

	Compañía	Persona de Contacto	Cargo dentro de la Organización	E - mail corporativo	Teléfono	Página web	Tipo de compañía	Producto(s)/ marcas más representativas de su cartera	Ubicación	Ventas Anuales	¿Importan productos pesqueros procesados? Si, ¿cuáles?
1											

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.



Anexo 02

Perfil del Comprador (en base a entrevistas a profundidad)

1. ANTECEDENTES DE LA COMPAÑÍA	
Tabla 1: Datos de Contacto del Comprador	
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. <ul style="list-style-type: none">○ 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 <ul style="list-style-type: none">○ 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 <ul style="list-style-type: none">○ 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. <ul style="list-style-type: none">○ Características de productos exportados○ Importaciones 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, páginas web, 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
- Forma de pago
- Exigencias y Estándares de Calidad (indicar los estándares exigidos por las empresas, nombres, certificaciones, etiquetados, etc)

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

Item	Puntaje
▪ Capital/ Capacidad de Producción	
▪ Fijación 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 En caso tenga respuesta negativa: ¿Cuáles serían los principales motivos?

Conclusiones

Datos de Contacto del Entrevistado

Nombre del Encuestado	
Cargo	
Dirección	

Teléfono	
Fecha de la Entrevista	
Correo Electrónico	

I. Resumen Ejecutivo

II. Alcance del Estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos

III. Análisis de la Oferta en el País de Destino

- 3.1 Producción del País de Destino
- 3.2 Exportaciones totales del País de Destino
- 3.3 Importaciones Totales del País de Destino
- 3.4 Importaciones del País desde Perú
- 3.5 Análisis de países competidores del Perú
- 3.6 Análisis del Market Share de la industria pesquera.
- 3.7 Principales Proveedores de productos pesqueros.

IV. Análisis del Sector /Línea en el Mercado

- 4.1 Variedades y Formas de Presentación
- 4.2 Canales de Distribución
- 4.3 Rutas de Acceso
- 4.4 Canales de Comercialización
- 4.5 Precios
- 4.6 Oportunidades del Mercado
- 4.7 Riesgos del Mercado

V. Análisis de la Demanda

- 5.1 Perfil del Consumidor
- 5.2 Análisis de Tendencias actuales y futuras
- 5.3 Percepción del Producto Peruano

VI. Requisitos de Acceso al Mercado

- 6.1 Medidas Arancelarias
- 6.2 Leyes y Regulaciones de productos pesqueros
- 6.3 Otras Regulaciones (Etiquetado /Orgánicos/GMO)
- 6.4 Envases y Embalajes
- 6.5 Certificaciones

VII. Actividades de Promoción

- 7.1 Ferias
- 7.2 Exhibiciones (permanentes, especializadas)
- 7.3 Páginas web representativas del sector (del país estudiado)

VIII. Contactos de Interés

- 8.1 Institucionales
- 8.2 Comerciales

IX. Conclusiones y Recomendaciones

X. Perfil de 20 Compradores

*Se debe entender que esta estructura y su contenido podrá adecuarse al modelo de negocio más óptimo para el mercado estudiado según los resultados del análisis realizado en el entregable N°2 (estudio de mercado), coordinada y validada con el área usuaria en PROMPERÚ.