

- la Banque internationale pour la reconstruction et le développement (BIRD);
- l'Association internationale de développement (IDA);
- la Société financière internationale (SFI);
- le Fonds monétaire international (FMI);
- l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, les sciences et la culture (UNESCO);
- l'Organisation mondiale de la santé (OMS);
- le Groupe andin;
- la Banque interaméricaine de développement (BID);
- l'Association latino-américaine d'intégration (ALADI);
- l'Organisation des États américains (OEA) et ses institutions spécialisées comme l'Organisation panaméricaine de la santé (OPC), l'Institut interaméricain de coopération pour l'agriculture (IICA);
- le Fonds andin de réserve (FAR);
- la Société andine de développement (SAD);
- l'Organisation internationale du travail (OIT);
- le Programme alimentaire mondial (PAM);
- l'Organisation de l'aviation civile internationale (OACI);
- le Fonds des Nations Unies pour l'enfance (FISE);
- l'Asociación Latino-americana de Instituciones Financieras de Desarrollo (ALIDE); et
- le Centre international de la pomme de terre.

Commercialisation et distribution

Pour vendre au Pérou, les exportateurs canadiens ont presque toujours besoin d'un agent ou d'un distributeur compétent sur place. La législation du pays oblige les organismes gouvernementaux, y compris les sociétés d'électricité et de téléphone, les sociétés minières de l'État et la Société pétrolière nationale, à effectuer leurs achats par voie d'appels d'offres publics auxquels les sociétés étrangères ne peuvent normalement participer que par l'intermédiaire d'un agent local.

Le fournisseur canadien a besoin d'un agent : a) pour l'aider à se conformer aux très complexes règlements d'adjudication, et b) pour contrer les efforts prévisibles des concurrents en vue d'exercer une influence sur l'évaluation des offres. Il faut habituellement avoir recours à un agent ou un distributeur pour vendre des produits dans le secteur privé en raison des problèmes de langue et de dédouanement, du service après-vente à fournir et de la fragmentation du marché.

Les agents s'imposent donc, sauf dans deux situations : lorsqu'il n'existe qu'un ou deux gros clients possibles et ce,