

SERVICIO DE REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO Y PROSPECCIÓN DE MERCADO SOBRE OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN PARA ENVASES EN ESTADOS UNIDOS

1. DEPENDENCIA QUE REQUIERE EL SERVICIO

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

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 peruanos de envases en Estados Unidos.

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 de la línea de envases, identificar oportunidades comerciales en Estados Unidos.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL:

Centro de Costo: Departamento de Inteligencia de Mercados

APEX: 0159.2024 - Estudio de Mercado e Identificación de Compradores para Envases en Estados Unidos

5. ANTECEDENTES

Las exportaciones no tradicionales peruanas a los EE. UU. han empezado a incorporar paulatinamente los empaques, un producto que usualmente Perú producía únicamente para su mercado local y más bien antes que un exportador, en el pasado, Perú fue un importador de estos productos, sobre todo de empaques con mayor valor agregado.

Según la agencia US International Trade Commission, Perú empezó a exportar empaques a los EE. UU. en 1997 por un valor de USD 23 mil dólares y gradualmente ha venido incrementado sus ventas: en el año 2000, Perú vendió a EE. UU. por USD 172 mil, en el 2010 por USD 2,2 millones, en el 2020 por USD 53,9 millones y en el 2022 alcanzó a abastecer a EE. UU. por la cifra de USD 82,9 millones.

Sin embargo, las exportaciones peruanas de empaques plásticos y material para fabricar empaque a los EE. UU. cayeron fuertemente en el 2023. Según cifras publicadas en el periodo enero-octubre 2023 las exportaciones peruanas fueron de USD 35,2 millones, mostrando una caída de -55% respecto a similar periodo del 2022, cuando el Perú exportó a EE. UU. por un valor de USD 78,5 millones.

Si bien las importaciones de los mismos productos de los EE. UU., en el periodo enero-octubre 2023 también muestran una caída de -18,5% respecto a similar periodo del 2022, esta caída ha sido mucho más marcada para sus abastecimientos desde Perú.

Si bien hay factores generales que explican la caída de las importaciones de empaques como el debilitamiento de la demanda de bienes por parte de los consumidores estadounidenses y la disminución de los inventarios de las empresas, existen otros factores específicos que habrían afectado únicamente a los empaques. Esto podría deberse, por ejemplo, al retroceso del temor al Covid, que impulsó en los años 2020

hasta el 2022, el comercio virtual y el *delivery*, los que significaron un mayor uso de empaques.

Por lo expuesto y tomando en cuenta las expectativas de los *stakeholders* (exportadores y tomadores de decisiones del sector público) por el desarrollo del mercado estadounidense, 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.

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 la línea de envases en Estados Unidos.

7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

El presente servicio consiste en la identificación de oportunidades comerciales en Estados Unidos para los productos de la línea de envases. Incluye la entrega inicial de una base de datos de 30 compradores de la línea de envases domiciliados en Estados Unidos, la elaboración de 15 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 estadounidense para los productos de la línea de envases. 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 entregará una lista inicial de productos, que puede ser modificada a propuesta del proveedor, con la aprobación previa de PROMPERÚ.
- Identificar compradores en Estados Unidos (importadores, distribuidores, mayoristas y similares) para la línea de envases y elaborar una base de datos de 40 potenciales empresas (importadores, distribuidores, mayoristas y similares) a ser evaluada y priorizada por PROMPERÚ. Es importante tener presente que en caso se analizará más de un mercado, esta base deberá contener información relevante respecto del mercado bajo estudio.
- Elaborar agendas de reuniones con potenciales compradores de la línea de envases (importadores, distribuidores, mayoristas y similares) en Estados Unidos, 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 Estados Unidos, 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 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 envases en Estados Unidos, 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 Estados Unidos.
 - 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 Estados Unidos.
 - 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 y/o minoristas, recogiendo información (escrita y/o audio visual) de los productos objeto de este estudio.
- En base al desarrollo del reporte de mercado y los perfiles de potenciales compradores, identificar, priorizar y proponer la lista de productos peruanos de envases con mayor potencial exportador en Estados Unidos.
- Difundir los hallazgos y resultados del estudio en un seminario virtual organizado por PROMPERÚ, para lo cual deberá elaborar una presentación en formato PowerPoint, en idioma español, sobre las oportunidades de exportación para envases en Estados Unidos.

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

7.2 RECURSOS Y FACILIDADES A SER PROVISTOS POR LA ENTIDAD

El área usuaria hará entrega de la información que considere relevante por medios virtuales, al día siguiente de notificada la orden de servicio. Se debe tener presente que, en caso no se realice en dicha fecha, los días de ejecución del proyecto deberán contarse desde la entrega de dicha información.

7.3 REQUISITOS DEL PROVEEDOR

Persona natural o jurídica con experiencia mínima de 2 servicios, en los últimos 5 años relacionados con estudios de mercados internacionales o elaboración y ejecución de entrevistas o desarrollo de base de datos de contactos comerciales o elaboración de presentaciones especializadas relacionadas con el sector de envases o embalajes o plásticos en el mercado de Estados Unidos.

El proveedor deberá contar con sede o sucursal en Estados Unidos.

Acreditación: Dicha experiencia deberá ser acreditada con copias simples de contratos o constancias o certificados o cualquier otra documentación que demuestre de manera fehaciente la experiencia respectiva.

La acreditación de contar con presencia física en el mercado se realizará con el registro comercial de la empresa o documento equivalente.

7.4 LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

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

El plazo de ejecución del servicio será hasta 145 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

7.5 PRODUCTOS

Producto 01: El proveedor deberá entregar lo siguiente:

- Base de datos inicial de 40 empresas (potenciales compradores) de la línea de envases, que deberá ser presentada conforme al formato indicado en el Anexo 01.
- Desarrollo de los capítulos I, II y III del Anexo 03, sobre la línea de envases en Estados Unidos. Este documento será presentado en formato Word.

El producto 1 deberá ser presentado hasta 40 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 potenciales compradores de envases en Estados Unidos, 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, VI, VII, VIII y IX del reporte de mercado sobre las oportunidades de exportación para la línea de envases en Estados Unidos, de acuerdo con el Anexo 03. Este documento será presentado en formato Word.

El producto 2 deberá ser presentado hasta 80 días calendarios, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

Producto 03: El proveedor deberá entregar lo siguiente:

- Presentación de 20 perfiles de potenciales compradores para envases en Estados Unidos. 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).
- Documento que contiene todos los capítulos del Anexo 03, en formato Word denominado "*Estudio de mercado de Envases en Estados Unidos*", que incorpore las mejoras sugeridas en los entregables previos. Asimismo, deberá incluir en las conclusiones y recomendaciones aquellas que surjan después de 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.

El producto 3 deberá ser presentado hasta 120 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

Producto 04: El proveedor deberá entregar lo siguiente:

- Una presentación en formato PowerPoint, en idioma español, sobre las oportunidades de exportación para la línea de envases en Estados Unidos.

El producto 4 deberá ser presentado hasta 145 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: ccardenas@promperu.gob.pe. Asimismo, deberá adjuntar la orden de servicio a través de ventanilla virtual.

7.6 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.

7.7 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 cada producto.

- Primer pago: 20% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del primer producto.
- Segundo pago: 25% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del segundo producto.
- Tercer pago: 25% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del tercer producto.
- Cuarto pago: 30% 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 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, 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

7.8 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.

7.9 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 Estados Unidos

1. Línea de Envases priorizada por PROMPERÚ

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

	Co mpa ña	Nombre de Contacto	Cargo dentro de la Organización	E - mail corporativ o	Teléfono /Skype ID	Págin a web	Tipo de compañía (Importad or, distribuid or, exportado r, procesad or, etc)	Prod ucto(s)	Ubi caci ón	Otro indicador (Part Mercado, ventas anuales,et c.)

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

Anexo 02

Perfil Comprador

1. Antecedentes de la Compañía	
Tabla 1: Datos de Contacto del Comprador/ Encuestado	
Nombre Completo de la Empresa	
Página Web	
Nombre Completo de Contacto/ Puesto de Trabajo	
Teléfono	
Fax	
E-mail	
 1.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA EMPRESA. <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○ Exportaciones de la Compañía por país (últimos tres años)	
2. Análisis de la Cadena de Suministro	
2.1 IMPORTACIONES <ul style="list-style-type: none">○ Características de las importaciones (insumos, bienes intermedios, bienes finales)○ Principales proveedores (nombres, websites, origen, que productos importan, etc)	
2.2. CADENA DE COMERCIALIZACIÓN. <ul style="list-style-type: none">○ Esquema○ Características de los principales canales○ Posición de la empresa en la cadena	
3. Hábitos de Compra <ul style="list-style-type: none">○ Frecuencia○ Variedad y/o especificación técnica del producto○ Calendario / Estación habitual de compra en el año○ Forma de pago○ Exigencias y Estándares de Calidad (indicar los estándares exigidos por las empresas, nombres, etc)	

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

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

4. Percepción de La Compañía DE PERÚ

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

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

Tabla 3: Experiencia Previa con Productos Peruanos

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

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

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

5. Participación en eventos de promoción

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

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

6. Intención de invertir en Perú

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

6.2. Si es afirmativa:

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

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

7. Conclusiones

Anexo 03

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

