

TÉRMINOS DE REFERENCIA

“SERVICIO DE ESTUDIO DE MERCADO E IDENTIFICACIÓN DE COMPRADORES PARA PRODUCTOS DE FERRETERÍA EN ECUADOR, COLOMBIA Y BOLIVIA”

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 de ferretería en Ecuador, Colombia y Bolivia.

3. FINALIDAD PÚBLICA

La finalidad pública del presente servicio es la de brindar mayores herramientas que permitan a las empresas peruanas del sector vinculado a productos de ferretería, tener mayores oportunidades para su internacionalización en los mercados de Ecuador, Colombia y Bolivia.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL:

Centro de Costo: Departamento de Inteligencia de Mercados

APEX N° 127.2023 Estudio de Mercado para productos de ferretería en Ecuador, Colombia y Bolivia.

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 de ferretería sea reconocida internacionalmente como proveedores industriales, con una oferta diferenciada, sostenible y adaptable a las tendencias y exigencias de la industria.

Asimismo, sobre la base de los objetivos del sector vinculado a productos de ferretería, 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. Apertura de mercados o canales comerciales nuevos en beneficio de las empresas.

5. ANTECEDENTES

Ecuador, Bolivia y Colombia se presentan como destinos atractivos para nuestros productos de acuerdo a la metodología de priorización para la selección de mercados. Es así, que se ha venido trabajando, in house, algunos documentos especializados para estos mercados (perfiles producto mercado, informes especializados y nuevos lanzamientos). Sin embargo, no se cuenta hasta el momento con un estudio que tenga información primaria y específica acerca de los segmentos y requerimientos específicos que necesitan nuestros productos para poder posicionarse en dichos mercados.

El mercado ecuatoriano destaca como el principal mercado de destino de los envíos de productos de ferretería, con un valor de exportaciones de USD 8,1 millones y una participación del 27,0% al cierre del 2021. Le siguen en importancia Bolivia, con una participación de 20.0% y USD 5,9 millones en exportaciones. Junto con Colombia representaron el 51% de las exportaciones de partidas priorizadas y sumaron USD 15,3 millones. Al cierre del 2021 se registraron crecimientos de 69%, 19% y -2,9% respectivamente.

Ante la ausencia de información especializada sobre el mapeo de oportunidades comerciales para productos de ferretería, la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial de PROMPERÚ 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 de los segmentos objetivos; y que a su vez sean de utilidad para el sector empresarial peruano y demás agentes económicos.

Firmado digitalmente por:

PUCUTAY VASQUEZ Franck

Gregory FAU 20307167442 soft

Motivo: En señal de
conformidad

Fecha: 09/05/2023 17:57:59-0500



Firmado digitalmente por:

FREUND ESCUDERO Cesar

Gustavo FAU 20307167442 soft

Motivo: Doy V° B°

Fecha: 09/05/2023 19:19:27-0500

Es necesario disponer de información relevante que permita la elaboración de planes estratégicos enfocados en los mercados descritos sobre los productos vinculados a productos de ferretería, de tal forma que los tomadores de decisión del sector puedan tomar acciones de promoción y apoyo más eficiente para los exportadores peruanos.

6. OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

- Identificar y priorizar una lista de productos con mayor potencial exportador en Ecuador, Bolivia y Colombia.
- Conocer a profundidad los perfiles de los compradores en Ecuador, Bolivia y Colombia, así como las tendencias de consumo de productos de ferretería.
- Obtener información sobre los principales competidores de la oferta exportable peruana en este mercado. Conocer el por qué los compradores en Ecuador, Bolivia y Colombia tienen preferencia por negociar con otros proveedores.
- Describir la estructura y características de la cadena de comercialización y distribución para productos de ferretería, así como los actores participantes y su posición en los mercados.
- Conocer los requisitos (aranceles, regulaciones, certificaciones, entre otros) que deben cumplir los productos priorizados para poder acceder a Ecuador, Bolivia y Colombia.
- Conocer la percepción en Ecuador, Bolivia y Colombia acerca de los productos peruanos del sector.
- Proporcionar la información necesaria para determinar una estrategia comercial a fin de posicionar los productos de ferretería en Ecuador, Bolivia y Colombia.
- Ampliar la base de compradores de productos de ferretería en Ecuador, Bolivia y Colombia.
- Identificar contactos comerciales (gremios, potenciales gestores comerciales) para futuros negocios e intercambios de información.
- Identificar las principales actividades de promoción comercial para los productos priorizados en Ecuador, Bolivia y Colombia.

7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

El presente servicio consiste en la identificación de potenciales compradores en Ecuador, Bolivia y Colombia para productos de ferretería. Asimismo, la entrega de una base de datos de 40 compradores, reporte del mercado productos de ferretería y la elaboración de agendas de reuniones con potenciales compradores en Ecuador, Bolivia y Colombia.

El servicio permitirá obtener 30 perfiles (10 por cada país) de potenciales compradores con la finalidad de conocer la percepción de los productos peruanos en los mercados objeto de este estudio, 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 de PROMPERÚ, para determinar la información específica a ser recolectada, analizada y transmitida.
- Identificar 40 potenciales empresas compradoras de productos de ferretería en Ecuador, Bolivia y Colombia, a ser revisado por los especialistas del sector y así evitar duplicidad de datos de contacto. La distribución se realizará previa coordinación.
- Elaboración de una agenda de visitas de negocios con (40) compradores en Ecuador, Bolivia y Colombia, respecto de los productos seleccionados por PROMPERÚ.
- Elaboración de por lo menos 30 perfiles (10 por cada país) de compradores en Ecuador, Bolivia y Colombia, según el formato establecido por PROMPERÚ (anexos 1 y 2), especificando las características y exigencias solicitadas por los importadores a sus empresas proveedoras. Esto a través de entrevistas personales o telefónicas.
- Presentar de un informe respecto de las entrevistas de las potenciales empresas compradoras de productos de ferretería en Ecuador, Bolivia y Colombia.

- Elaborar un estudio de mercado que contenga toda información relevante sobre Ecuador, Bolivia y Colombia, de acuerdo a formato proporcionado por PROMPERÚ (anexo 3), que permita elaborar un plan estratégico de mercado.
- Difusión del informe final y principales resultados a empresas exportadoras de productos de ferretería, a través de una presentación de forma virtual, en las fechas que PROMPERÚ indique.

8. REQUISITOS DEL PROVEEDOR

Perfil del proveedor:

Persona natural o jurídica con experiencia mínima en 3 servicios relacionados a investigación de mercados o estudios de mercado o elaboración y ejecución de entrevistas o desarrollo de base de datos de contactos comerciales o elaboración de presentaciones o compras o cadenas de suministro vinculada a productos de ferretería en el mercado sudamericano.

Esta experiencia deberá ser acreditada con copias simples de contratos, constancias o certificados con su respectiva conformidad o cualquier otra documentación que demuestre de manera fehaciente la experiencia respectiva.

Perfil del personal propuesto:

- Profesional titulado o bachiller en administración o marketing o comercio internacional o negocios internacionales o economía o finanzas o ingeniería o derecho o periodismo o comunicaciones.
- Con estudios de especialización, diplomado o curso, en economía o marketing o comercio exterior o relaciones internacionales.
- Con experiencia en investigación de mercados mínima de 3 servicios en la elaboración de proyectos y estudios de mercado relacionados a productos de ferretería en el mercado sudamericano.

Acreditación:

- Con copia del título o constancia equivalente del título o bachiller.
- Copia de la constancia de estudio.
- Copias simples de contratos, constancias o certificados o cualquier otra documentación que demuestre de manera fehaciente la experiencia respectiva.

9. LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El lugar donde se llevará a cabo la prestación del servicio será en Ecuador, Bolivia y Colombia. El plazo de ejecución del servicio se realizará hasta los 110 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

10. PRODUCTOS

El proveedor deberá presentar los siguientes productos:

1. PRODUCTO N° 01: Deberá ser presentado hasta los 30 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio. El producto deberá contener lo siguiente:
 - Lista de 40 potenciales empresas compradoras de productos ferreteros en Ecuador, Bolivia y Colombia, sobre la base de los productos seleccionados por PROMPERÚ y alineado a la matriz de datos sugerida para la entrega de la información de potenciales empresas compradoras (Anexo 1).

2. **PRODUCTO N° 02:** Deberá ser presentado hasta los 60 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio. El producto deberá contener lo siguiente:
 - Elaboración, coordinación y acompañamiento en la realización de una agenda de visitas de negocios a 30 compradores en Ecuador, Bolivia y Colombia (10 por cada país), respecto de los productos seleccionados por PROMPERÚ.
 - Perfiles de por lo menos 30 compradores en Ecuador, Bolivia y Colombia (10 por cada país), sobre la base de los productos priorizados. Estos perfiles deberán seguir la estructura establecida en el Anexo 02.
 - Presentación de un informe respecto de las entrevistas a los potenciales compradores.
3. **PRODUCTO N° 03:** Deberá ser presentado hasta los 90 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio. El producto deberá contener lo siguiente:
 - Elaboración de un informe de mercado que comprenda a Ecuador, Bolivia y Colombia, de acuerdo al Anexo 03.
4. **PRODUCTO N° 04:** Deberá ser presentado hasta los 110 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio. El producto deberá contener lo siguiente:
 - Elaboración de una presentación resumen (de preferencia en formato ppt) con los principales resultados del estudio.
 - Una (01) difusión virtual de la presentación a realizarse en coordinación con PROMPERÚ, de acuerdo al formato que será proporcionado.

El proveedor deberá registrar los productos correspondientes en la plataforma "Ventanilla Virtual" <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/Home/Index> .

Podrán presentar sus trámites durante las 24 horas del día.

Adicionalmente, deberá enviar un correo electrónico con la evidencia del ticket generado y los productos debidamente documentados. Para ello, el proveedor deberá remitir los archivos con las especificaciones a: cfloresa@promperu.gob.pe y fpucutay@promperu.gob.pe.

11. 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.

12. FORMA DE PAGO

Se realizarán pagos parciales en moneda extranjera (Dólares Americanos), por transferencia bancaria; 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 superará los 07 días calendario de presentado cada entregable.

Primer pago :10% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del primer producto.
Segundo pago :30% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del segundo producto.
Tercer pago :30% 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.

13. 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.

14. 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° 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.

15. 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.

16. 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.

17. 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

18. 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.

19. 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

20. 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.

21. 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.

22. 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

Productos Priorizados a ser materia de estudio en **Ecuador, Bolivia y Colombia:**

1. **Productos ferreteros** priorizados por Promperú

<i>Ecuador</i>	
HS	Descripción de la partida
8301409000	DEMÁS CERRADURAS Y CERROJOS DE METALES C
8301700000	LLAVES PRESENTADAS AISLADAMENTE PARA EST
3208900000	LAS DEMÁS PINTURAS Y BARNICES DISPERSOS
8301100000	CANDADOS
6910900000	LOS DEMÁS FREGADEROS, LAVABOS, PEDESTALE
<i>Bolivia</i>	
HS	Descripción de la partida
8301409000	DEMÁS CERRADURAS Y CERROJOS DE METALES C
6910900000	LOS DEMÁS FREGADEROS, LAVABOS, PEDESTALE
8301700000	LLAVES PRESENTADAS AISLADAMENTE PARA EST
3506910000	ADHESIVOS A BASE DE CAUCHO O PLÁSTICO (I
3208900000	LAS DEMÁS PINTURAS Y BARNICES DISPERSOS
6805200000	ABRASIVOS NATURALES O ARTIFICIALES EN PO
<i>Colombia</i>	
HS	Descripción de la partida
6910900000	LOS DEMÁS FREGADEROS, LAVABOS, PEDESTALE
3215909000	LAS DEMÁS TINTAS
8481909000	PARTES DE ARTÍCULOS DE GRIFERÍA Y ÓRGANO
8301700000	LLAVES PRESENTADAS AISLADAMENTE PARA EST
7605110000	ALAMBRE DE ALUMINIO SIN ALEAR, CON LA MA
3214101000	MASILLA, CEMENTOS DE RESINA Y DEMÁS MAST

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

#	Compañía	Nombre de Contacto	Cargo dentro de la Organización	E - mail corporativo	Teléfono	Página web	Tipo de compañía	Producto(s)	Ubicación	Ventas Anuales	Otro indicador (Part Mercado, etc.)
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 2

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.

- 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

- 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

- 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.

- 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													
<p>5. PARTICIPACIÓN EN EVENTOS DE PROMOCIÓN</p> <p>5..1. ¿En qué eventos o actividades de promoción participa regularmente?</p> <p>5..2. ¿Cuáles son los medios que utiliza para enterarse de estas actividades? (correo electrónico, boletines, newsletters), redes sociales (especificar cuáles), páginas web (especificar cuáles))</p> <p>6. INTENCIÓN DE INVERTIR EN PERÚ</p> <p>6.1 ¿Estaría dispuesto a establecerse en Perú, en el corto o largo plazo? (ya sea como Subdirección / sucursal / joint venture)</p> <p>6.2 En caso tenga respuesta negativa: ¿Cuáles serían los principales motivos?</p> <p>Conclusiones</p>													
<p>Datos de Contacto del Entrevistado</p> <table border="1"> <tr> <td>Nombre del Encuestado</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cargo</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Dirección</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Teléfono</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Fecha de la Encuesta</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Correo Electrónico</td> <td></td> </tr> </table>		Nombre del Encuestado		Cargo		Dirección		Teléfono		Fecha de la Encuesta		Correo Electrónico	
Nombre del Encuestado													
Cargo													
Dirección													
Teléfono													
Fecha de la Encuesta													
Correo Electrónico													

Anexo 03

Índice	
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 la Competencia
IV.	Análisis del Sector / Línea en el Mercado
4.1	Variedades y Formas de Presentación
4.2	Canales de Distribución
4.2.1	Rutas de Acceso
4.2.2	Costos Logísticos Aproximados
4.2.3	Principales Agencias de Transporte
4.3	Canales de Comercialización
4.4	Precios
V.	Análisis de la Demanda
5.1	Perfil del Consumidor
5.2	Análisis de Tendencias
5.3	Percepción del Producto Peruano
VI.	Requisitos de Acceso al Mercado
6.1	Medidas Arancelarias
6.2	Regulaciones
6.3	Otras Regulaciones (Etiquetado / Orgánicos / GMO/ / Envases y Embalajes)
6.4	Certificaciones
VII.	Actividades de Promoción
7.1	Ferias
7.2	Exhibiciones (<i>permanentes, degustaciones</i>)
7.3	Publicaciones Especializadas
VIII.	Contacto de Interés
8.1	Institucionales
8.2	Comerciales
IX.	Conclusiones y Recomendaciones
X.	Perfil de Compradores