

SERVICIO DE REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO Y PROSPECCIÓN DE MERCADO SOBRE OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN PARA CAFÉ Y NUECES EN CHINA

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 y prospección de mercado para la identificación de oportunidades de exportación de café y nueces peruanos en el mercado de China.

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 café y nueces, identificar oportunidades comerciales en el mercado de China.

4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL:

Centro de Costo: Departamento de Inteligencia de Mercados
APEX: 150.2024

5. ANTECEDENTES

El sector café representa el 12% del total de las exportaciones peruanas, los cuales alcanzaron USD 572 millones a octubre del 2023, en los últimos cinco años el sector ha crecido a una tasa del 16% (2018-2022), mientras que la exportación de nueces, avellanas, almendras y castañas sumaron USD 26,8 millones dólares.

Estos envíos se realizaron principalmente a Estados Unidos, Alemania, Bélgica, Canadá, Países Bajos, República de Corea y Reino Unido. Sin embargo, otros países del Asia han tomado cada vez mayor relevancia y participación en las exportaciones. Gracias a los tratados de libre comercio, resultan muy interesantes los crecimientos registrados en los últimos cinco años (2018-2022), para mercados como República de Corea (+19,6%), Japón (+23,5%) para las exportaciones de café. China se sitúa en el ranking 23, cuyos envíos han crecido en 70,4%, sumando USD 2 millones dólares a octubre del 2023.

Por otro lado, se estima que el mercado minorista de nueces y semillas en China crezca a una tasa de 6,1% para los próximos 5 años alcanzando un tamaño de mercado USD 18 585 millones de dólares. En el caso del café en grano se estima que el tamaño de mercado (en volumen) crezca a una tasa anual de 6,3% para los próximos 5 años superando los 37 millones de Kg.

En ese sentido, la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial considera necesaria la realización de un estudio y prospección en China, que tenga como objetivo la validación de oportunidades para los productos objeto de este estudio, así como la identificación de compradores potenciales de la oferta exportable peruana en el corto y mediano plazo.

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 café y nueces en el mercado de China.

7. ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

El presente servicio consiste en la identificación de oportunidades comerciales en China para los productos del Anexo 01 de la línea de café y nueces. Incluye la entrega inicial de una base de datos de 35 compradores domiciliados en China, la elaboración de 25 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 de China. 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, la lista de productos a priorizar en el servicio. Para ello, PROMPERÚ entregará el Anexo 01 con la lista inicial de productos objeto de este estudio, que puede ser modificada a propuesta del proveedor, con la aprobación previa de PROMPERÚ.
- Identificar compradores en China (importadores, distribuidores, mayoristas, procesadores y similares) para los productos listados en el Anexo 01, y elaborar una base de datos de 35 potenciales empresas a ser evaluadas y priorizadas por PROMPERÚ.
- Elaborar agendas de reuniones con potenciales compradores identificados en el mercado de China, que previamente hayan sido seleccionados/priorizados por PROMPERÚ.
- Desarrollar 25 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 objeto de este estudio en el mercado de China, incluyendo información sobre por qué los compradores tienen preferencia por otros proveedores.
- Elaborar 25 perfiles de los potenciales compradores seleccionados por PROMPERÚ (importadores, distribuidores, mayoristas, procesadores y similares), para lo cual se deberá completar la información que se presenta en el Anexo 02 – Perfil del Comprador.
- Desarrollar un reporte de mercado para la línea de café y nueces en el mercado de China, 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 el mercado de China.
 - Descripción de la estructura y características de la cadena de comercialización y distribución para los productos priorizados, así como los actores participantes y su posición en el mercado de China.
 - Requisitos (medidas arancelarias y no arancelarias, mediadas 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.

- Para el desarrollo del reporte, se deberán realizar visitas a mercados de abasto, mayoristas, supermercados, tiendas de especialidad, importadores, distribuidores, procesadores y/o minoristas, recogiendo información (escrita y fotográfica en alta resolución) 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 con mayor potencial exportador en el mercado de China.
- Difundir los hallazgos y resultados del estudio en 2 presentaciones virtuales de una hora cada una, la convocatoria será organizado por PROMPERÚ, para lo cual el proveedor debe elaborar una presentación en formato PowerPoint, en idioma español sobre las oportunidades de exportación para la línea de café y nueces en el mercado de China a realizarse dentro de los 90 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio, previa coordinación con PROMPERU.

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

7.2 REQUISITOS DEL PROVEEDOR Y DE SU PERSONAL

Experiencia en la especialidad:

- a. Persona natural o jurídica con experiencia mínima de 2 servicios, en los últimos cinco años, relacionados con estudios de mercado vinculados a café y nueces de preferencia o semillas, cacao o té o del sector agro en el mercado de China o países de Asia, Oceanía o Europa.
- b. El proveedor deberá contar con sede o sucursal u oficina de representación en China.

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.
- b. La acreditación de contar con presencia física en el mercado se realizará con el registro comercial de la empresa o documento equivalente o documento corporativo o medio de verificación respecto de la existencia de la oficina en el mercado.

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 China.

El plazo de ejecución del servicio será hasta 90 días calendario, contados a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio.

7.4 PRODUCTOS

Producto 01: El proveedor deberá entregar lo siguiente:

- Base de datos inicial de 35 empresas (potenciales compradores) para los productos listados en el Anexo 01 de la línea de café y nueces, así mismo deberá ser presentada conforme al Anexo 01 que se adjunta al TDR.
- Presentación del desarrollo de los capítulos I, II, III y IV del reporte de mercado sobre las oportunidades de exportación para la línea de café y nueces en el mercado objeto de este estudio, de acuerdo con el Anexo 03. Este documento será presentado en formato Word.

El producto 01 deberá ser presentado hasta 20 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 para los productos listados en el Anexo 01 en el mercado de China, que hayan sido seleccionados por PROMPERÚ de la base inicial. Este documento será presentado en formato Word.
- Presentación del desarrollo de los capítulos V, VI, VII, VIII y IX del reporte de mercado sobre las oportunidades de exportación para la línea de café y nueces en el mercado objeto de este estudio, de acuerdo con el Anexo 03. Este documento será presentado en formato Word.

El producto 02 deberá ser presentado hasta 60 días calendarios, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

Producto 03: El proveedor deberá entregar lo siguiente:

- Presentación del capítulo X del reporte de mercado (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), aquí debe comentar un resumen de los hallazgos más importantes encontrados en las entrevistas a profundidad, insights detectados, y cualquier otra información relevante.
- La presentación de por lo menos 25 perfiles de potenciales compradores para la línea de café y nueces dentro del mercado objeto de este estudio. 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).
- Finalmente, deberá presentar un único documento final en formato Word denominado *Estudio de mercado para la línea de café y nueces en el mercado de China*, que incorpore las mejoras sugeridas en los entregables previos. Asimismo, deberá contener la totalidad de capítulos indicados en el Anexo 03.

El producto 3 deberá ser presentado hasta 75 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

Producto 04: El proveedor deberá entregar lo siguiente:

- Dos presentaciones en formato PowerPoint, en idioma español, sobre las oportunidades de exportación para la línea de café y nueces en el mercado de China.

El producto 4 deberá ser presentado hasta 90 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 PROMPERU <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: dmaravi@promperu.gob.pe. Asimismo, deberá adjuntar la orden de servicio a través de ventanilla virtual.

7.5 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.

7.6 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: 5% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del primer producto.
- Segundo pago: 15% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del segundo producto.
- Tercer pago: 75% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del tercer producto.
- Cuarto pago: 5% 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

7.7 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.

7.8 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; 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 el mercado de China

1. Línea de café y nueces priorizada por PROMPERÚ

0801220000	NUECES DEL BRASIL SIN CÁSCARA FRESCAS O SECAS
0802990000	LOS DEMÁS
0801210000	NUECES DEL BRASIL CON CÁSCARA, FRESCAS O SECAS
0802620000	NUECES DE MACADAMIA SIN CÁSCARA
0801320000	NUECES DEL MARAÑÓN (MEREY, CAJUIL, ANACARDO, CAJU) SIN CÁSCARA, FRESCAS O SECAS
0802420000	CASTAÑAS (CASTANEA SPP.) , FRESCAS O SECAS SIN CÁSCARA
0901119000	CAFÉ SIN TOSTAR Y SIN DESCAFEINAR EXCEPTO PARA SIEMBRA
0901211000	CAFÉ TOSTADO, SIN DESCAFEINAR, EN GRANO
0901111000	CAFÉ SIN TOSTAR Y SIN DESCAFEINAR PARA SIEMBRA
0901212000	CAFÉ TOSTADO, SIN DESCAFEINAR, MOLIDO
0901120000	CAFÉ DESCAFEINADO, SIN TOSTAR
0901220000	CAFÉ TOSTADO DESCAFEINADO

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/Skype ID	Página web	Tipo de compañía (Importador, distribuidor, exportador, procesador, etc)	Producto (s)	Ubicación	Otro indicador (Part Mercado, ventas anuales, etc.)

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	
<p>1.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA EMPRESA.</p> <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) <p>1.2. DESCRIPCIÓN DE LÍNEAS COMERCIALIZADAS</p> <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) ○ En caso particular del café: ¿es café comercial o de especialidad?, robusta, arábica o mezcla? ¿cuál es el café que se consume más según su experiencia y qué segmento atiende? <p>1.3. DESCRIPCIÓN DE IMPORTACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Partidas que importa, con su respectiva descripción ○ Características de productos importados (son insumos, productos terminados, de qué material, con qué frecuencia se adquiere) ○ En el caso particular del café detallar si se trata de producto intermedio, tostado, verde, descafeinado, sin descafeinar, especial, convencional, en caso de café de especialidad indicar denominación de origen, si es sustentable, orgánico. ○ Importaciones de la Compañía por país (últimos tres años) <p>1.4. DESCRIPCIÓN GENERAL DE PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Características de productos exportados ○ Exportaciones de la Compañía por país (últimos tres años) 	
<p>2. Análisis de la Cadena de Suministro</p> <p>2.1 IMPORTACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Características de las importaciones (insumos, bienes intermedios, bienes finales) ○ Principales proveedores (nombres, websites, origen, que productos importan, etc) <p>2.2. CADENA DE COMERCIALIZACIÓN.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Esquema ○ Características de los principales canales ○ Posición de la empresa en la cadena 	
<p>3. Hábitos de Compra</p> <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) ○ Exigencias y Estándares de Calidad (indicar los estándares exigidos por las empresas, nombres, ejemplo: sellos Rainforest Alliance (RFA) , Seal UTZ , 	

Certification Fairtrade, 4C Association, organic production, principales reglas que afecte la comercialización en el país, como etiquetado,etc)

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

Ítem	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)

Ítem	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

- 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