

**SERVICIO DE REALIZACIÓN DE UN ESTUDIO DE MERCADO E  
IDENTIFICACIÓN DE COMPRADORES PARA ALIMENTOS (AGRO)  
PROCESADOS EN ESTADOS UNIDOS**

**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 alimentos (agro) procesados peruanos en el mercado de 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 exportadoras de alimentos procesados, identificar oportunidades comerciales en el mercado de Estados Unidos.

**4. VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL:**

**Centro de Costo:** Departamento de Inteligencia de Mercados

**APEX:** 0173.2025 - Estudio de mercado e identificación de compradores para alimentos procesados en Estados Unidos.

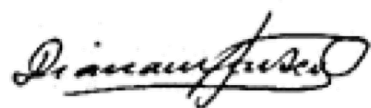
**5. ANTECEDENTES**

El sector alimentos procesados representa el 13,15% del total de las exportaciones agropecuarias no tradicionales peruanas, alcanzando cifras de USD 1 250 millones a octubre del 2024. En los últimos cinco años el sector ha crecido a una tasa del 10% (2019-2023).

Los envíos de este sector se realizaron principalmente a Estados Unidos, España, México, Chile, Ecuador y Países Bajos. En esa línea, las exportaciones peruanas de este sector al mercado de Estados Unidos en los últimos 5 años han tenido un crecimiento anual de 5% debido a que los consumidores americanos están buscando productos alimenticios que satisfagan su estilo de vida y la conveniencia es un factor importante en su decisión de compra, optando por productos como enlatados, conservas o *ready to eat*.

Durante el 2023, los principales productos peruanos procesados con mayor crecimiento exportados a Estados Unidos fueron: piña en conserva con exportaciones de USD 9 millones con una tasa positiva de 490%, seguido de jugos de frutas con valores enviados de USD 3 millones, con un incremento de 164%; mandarina en conserva con envíos de USD 24 millones y con variación positiva de 30%; paprika deshidratada con envíos de USD 48 millones y una tasa positiva de 25%; y, finalmente, aceitunas negra y verdes en salmuera con valores de USD 7 millones, que experimentaron una variación de 15% con respecto al año anterior.

Por otro lado, durante el 2023 el mercado de alimentos enlatados en Estados Unidos se valorizó en USD 17 331 millones y se proyecta que crecerá a una CAGR de 4,2%



durante el periodo 2024-2029. Este crecimiento se debe a que el mercado estadounidense demanda en gran medida en este tipo de productos, los cuales son valorados por conservar los nutrientes, colores y sabores de los alimentos, siendo considerado como productos básicos en las canastas familiares. Sumado a ello está la creciente población vegana y vegetariana que representó durante el 2023 aproximadamente entre el 5% y 8% de la población estadounidense que demandan productos *plant-based*, vegetales y frutas en conserva, productos con beneficios nutricionales y conveniencia ya que se adaptan a sus estilos de vida.

En ese sentido, la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial considera necesaria la realización de un estudio y prospección en Estados Unidos, 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 alimentos (agro) procesados en el mercado de 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 del Anexo 01 de la línea de alimentos procesados. Incluye la entrega inicial de una base de datos de 40 compradores domiciliados en Estados Unidos, la elaboración de 20 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 Estados Unidos. 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 entrega 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 Estados Unidos (importadores, distribuidores, mayoristas, procesadores y similares), para los productos listados en el Anexo 01. Elaborar una base de datos de 40 potenciales empresas diferentes de las que actualmente ya exporta el Perú, que serán evaluadas y priorizadas por PROMPERÚ<sup>1</sup>.
- Desarrollar 20 entrevistas en profundidad a los potenciales compradores identificados en el mercado de Estados Unidos y 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

---

<sup>1</sup> Es importante precisar que el objetivo prioritario de este estudio de mercado es la identificación de nuevos actores en el(los) mercado(s) y de los productos bajo estudio, por tanto, las empresas identificadas no deberían tener vinculación comercial reciente dentro de los 3 últimos años con exportadores peruanos. De presentarse casos excepcionales, luego de la evaluación y priorización respectiva por parte de PROMPERÚ, estos podrían ser incorporados en los entregables de base de datos o de los perfiles seleccionados según corresponda.

mercado de Estados Unidos, incluyendo información sobre por qué los compradores tienen preferencia por otros proveedores.

- Elaborar 20 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 estudio de mercado para la línea de procesados en el mercado de 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 el mercado de Estados Unidos.
  - 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 Estados Unidos.
  - Requisitos (medidas arancelarias y no arancelarias, medidas 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 estudio, 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 estudio 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 Estados Unidos.
  - Presentación en formato PowerPoint, sobre la línea de procesados en el mercado de Estados Unidos, en idioma español, sobre las oportunidades de exportación.

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**

Experiencia en la especialidad:

- a. Persona natural o jurídica con experiencia mínima de 3 servicios, en los últimos cinco años, relacionados con estudios de mercado vinculados a alimentos procesados o del sector agro en el mercado de Estados Unidos o Norte América.

### **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.

## **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 Estados Unidos.

El plazo de ejecución del servicio será hasta 120 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 40 empresas (potenciales compradores) para los productos listados en el Anexo 01 de la línea de procesados. Asimismo, 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 procesados 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 30 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 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 V, VI, VII, VIII y IX del reporte de mercado sobre las oportunidades de exportación para la línea de procesados 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 80 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 el 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), incluyendo por lo menos 20 perfiles de potenciales compradores para la línea de procesados 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).

El producto 03 deberá ser presentado hasta 100 días calendarios contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

**Producto 04:** El proveedor deberá entregar lo siguiente:

- Un PowerPoint, en idioma español, sobre las oportunidades de exportación para la línea de procesados en el mercado de Estados Unidos.
- Finalmente, deberá presentar un único documento final en formato Word denominado *Estudio de mercado para la línea de alimentos procesados en Estados Unidos*, que incorpore las mejoras sugeridas en los entregables previos. Asimismo, deberá contener la totalidad de capítulos indicados en el Anexo 03.

El producto 04 deberá ser presentado hasta 120 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, fpucutay@romperu.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: 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: 50% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del tercer producto.
- Cuarto pago: 10% 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](mailto: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 del entregable, producto o informe, en la modalidad establecida en los TDR.
- c) El documento deberá señalar que es un comprobante electrónico.

## **7.7 CONFORMIDAD DEL SERVICIO:**

- El proveedor del servicio deberá coordinar las 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;



- 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; o
- 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 Estados Unidos

1. Línea de alimentos procesados priorizada por PROMPERÚ:

<b>PARTIDA ARANCELARIA</b>	<b>DESCRIPCIÓN COMERCIAL</b>
2005991000 / 2001909000	ALCACHOFAS (ALCAUCILES)
2005600000	ESPÁRRAGOS PREPARADOS O CONSERVADOS, SIN
2001909000/ 2005993110/ 2005993120	PIMIENTO EN CONSERVA (CHERRY/PIQUILLO/MORRÓN, OTROS)
2007999100/ 2007911000/ 2007991100	MERMELADAS, CONFITURAS, JALEAS (AGRIAS, PIÑA, OTRAS)
1106201000/ 1106209000/ 0714901000	MACA (POLVO, DESHIDRATADA)
150990/150920	ACEITE DE OLIVA EXTRA VIRGEN/ VIRGEN
2009900000/ 200981/ 200939/	JUGOS VARIOS( CÍTRICOS,ARÁNDANOS, MIXTOS)
081190	PULPAS /PURÉ DE FRUTA CONGELADA (BERRIES, MANGO, PALTA, PASIFLORAS, LÚCUMA, OTRAS)
2008300000	AGRIOS (CÍTRICOS) PREPARADOS O CONSERVA
2008910000	PALMITOS PREPARADOS O CONSERVADOS DE OTR
0711200000/ 2005700000/ 2001901000	ACEITUNAS CONSERVADAS PROVISIONALMENTE, PREPARADAS O CONSERVA
2008209000	LAS DEMÁS PIÑAS TROPICALES PREPARADOS O

2008993000	MANGOS PREPARADOS O CONSERVADOS
0801220000	NUEZ AMAZÓNICA (CASTAÑA)
0711510000	HONGOS DEL GÉNERO AGARICUS
0910110000/ 0910120000	JENGIBRE (DESHIDRATADO, TRITURADO O PULVERIZADO)
0910300000	CÚRCUMA TRITURADA, PULVERIZADA, DESHIDRATADA
1211903000	ORÉGANO SECO
0904211090/090422100 0/0904211010/0904219 000	PÁPRIKA POLVO, SECO, TROZOS, LAS DEMÁS PÁPRIKA, DEMÁS FRUTOS DEL GÉNERO CAPSICUM (Chile Ancho)
2005999000/ 2005993190	LAS DEMÁS HORTALIZAS Y LAS MEZCLAS DE HO

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

	<b>Compañía</b>	<b>Nombre de Contacto</b>	<b>Cargo dentro de la Organización</b>	<b>E - mail corporativo</b>	<b>Teléfono/S kype ID</b>	<b>Página web</b>	<b>Tipo de compañía (Importador, distribuidor, exportador, procesador, etc)</b>	<b>Producto(s)</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Otro indicador (Part Mercado, ventas anuales,etc.)</b>

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	
<b>Tabla 1: Datos de Contacto del Comprador/ Encuestado</b>	
Nombre Completo de la Empresa	
Página Web	
Nombre Completo de Contacto/ Puesto de Trabajo	
Teléfono	
Fax	
E-mail	
<p><b>1.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA EMPRESA.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Localización</li> <li>○ Años de Funcionamiento</li> <li>○ Sucursales y Plantas (lugares donde se ubican, indicar local y extranjero)</li> <li>○ Relaciones estratégicas (principales socios comerciales, incluir páginas web)</li> <li>○ Principales aliados</li> <li>○ Participación en el mercado (considerar la información de sus competidores)</li> </ul> <p><b>1.2. DESCRIPCIÓN DE LÍNEAS COMERCIALIZADAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ventas Anuales. (últimos 3 años)</li> <li>○ Principales Marcas (que comercializa y a que mercado va destinada cada una de ellas)</li> <li>○ Ventajas competitivas de los productos que distribuye (en comparación a lo producido por su competencia)</li> <li>○ 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?</li> </ul> <p><b>1.3. DESCRIPCIÓN DE IMPORTACIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Partidas que importa, con su respectiva descripción</li> <li>○ Características de productos importados (son insumos, productos terminados, de qué material, con qué frecuencia se adquiere)</li> <li>○ Importaciones de la Compañía por país (últimos tres años)</li> </ul> <p><b>1.4. DESCRIPCIÓN GENERAL DE PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Características de productos exportados</li> <li>○ Exportaciones de la Compañía por país (últimos tres años)</li> </ul>	
<p>2. Análisis de la Cadena de Suministro</p> <p><b>2.1 IMPORTACIONES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Características de las importaciones (insumos, bienes intermedios, bienes finales)</li> <li>○ Principales proveedores (nombres, websites, origen, que productos importan, etc.)</li> </ul> <p><b>2.2. CADENA DE COMERCIALIZACIÓN.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Esquema</li> <li>○ Características de los principales canales</li> <li>○ Posición de la empresa en la cadena</li> </ul>	
<p>3. Hábitos de Compra</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Frecuencia</li> <li>○ Variedad y/o especificación técnica del producto</li> <li>○ Calendario / Estación habitual de compra en el año</li> <li>○ Forma de pago</li> <li>○ Exigencias y Estándares de Calidad (indicar los estándares exigidos por las empresas, nombres, etc.)</li> <li>○ Exigencias y Estándares de Calidad (indicar los estándares exigidos por las empresas, nombres, ejemplo: sellos Rainforest Alliance (RFA), Seal UTZ, Fairtrade Certification, 4C Association, Organic Production, principales reglas que afecte la comercialización en el país, como etiquetado, etc.).</li> </ul>	
<b>Tabla 2: Criterios Clave para Seleccionar un Proveedor Extranjero (5 = puntaje más alto)</b>	

Ítem	Puntaje																						
▪ Capital/ Capacidad de Producción																							
▪ Nivel de precios																							
▪ Variedad y calidad del producto																							
▪ Entrega puntual																							
▪ Servicio postventa																							
<p>4. Percepción de La Compañía DE PERÚ</p> <p>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).</p> <p>4.2. Interés por ampliar / iniciar negocios con productos peruanos.</p> <p><b>Tabla 3: Experiencia Previa con Productos Peruanos</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Productos Peruanos (Producto/ Marca)</th> <th>Uso (materia prima/ productos semi- terminados/ terminados)</th> <th>Tiempo de Importación (Número de días)</th> <th>Precio de Compra (Moneda)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Tabla 4: Comentario sobre productos peruanos (5 = puntaje más alto)</b></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Ítem</th> <th>Puntaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A. Calidad estable</td> <td></td> </tr> <tr> <td>B. Precios Competitivos</td> <td></td> </tr> <tr> <td>C. Entrega Puntual</td> <td></td> </tr> <tr> <td>D. Variedad de Productos</td> <td></td> </tr> <tr> <td>E. Tecnología avanzada</td> <td></td> </tr> <tr> <td>F. Servicio Post Venta</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Productos Peruanos (Producto/ Marca)	Uso (materia prima/ productos semi- terminados/ terminados)	Tiempo de Importación (Número de días)	Precio de Compra (Moneda)					Ítem	Puntaje	A. Calidad estable		B. Precios Competitivos		C. Entrega Puntual		D. Variedad de Productos		E. Tecnología avanzada		F. Servicio Post Venta	
Productos Peruanos (Producto/ Marca)	Uso (materia prima/ productos semi- terminados/ terminados)	Tiempo de Importación (Número de días)	Precio de Compra (Moneda)																				
Ítem	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 subsidiaria / sucursal / joint venture)</p> <p>6.2. Si es afirmativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ¿En qué plazo consideraría invertir?: Corto plazo (en 1 año) / Mediano plazo (1-3 años) / Largo plazo (+3 años)</li> <li>○ ¿Qué tipo de proyecto (nueva empresa, socio peruano) y actividad (Punto de venta, manufactura, etc.) realizaría en Perú?</li> <li>○ ¿Qué servicios esperaría de la Agencia de Promoción de Inversiones - Promperú?</li> <li>○ ¿Cuál sería su monto de inversión estimado, a modo preliminar?</li> </ul> <p>6.3. En caso tenga respuesta negativa: ¿Cuáles serían los principales motivos?</p> <p>7. Conclusiones</p>																							

### **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