

TÉRMINOS DE REFERENCIA

“SERVICIO DE ESTUDIO DE MERCADO E IDENTIFICACIÓN DE COMPRADORES PARA ENVASES Y EMBALAJES EN GUATEMALA Y EL SALVADOR”

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 envases y embalajes en Guatemala y El Salvador”.

3 FINALIDAD PÚBLICA

La finalidad pública del presente servicio es la de brindar herramientas que permitan a las empresas peruanas del sector, contar con información especializada y relevante para elaborar planes estratégicos enfocados en los mercados de Guatemala y El Salvador, de tal forma que el área responsable del sector pueda implementar acciones de promoción y apoyo más eficientes para los exportadores peruanos. Con el desarrollo de este servicio se espera contar con información que permita establecer el potencial que brindan ambos mercados para los productos priorizados. Además, se espera contar con información que permita adecuar la oferta peruana a los requerimientos de los compradores de estos mercados, lo que permitirá establecer estrategias de precio, distribución y promoción para ingresar o consolidar ventas en estos mercados.

Asimismo, se tendrá una base de compradores e información detallada de cada una de las cadenas de distribución y/o canales de comercialización.

4 VINCULACIÓN CON EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

Este estudio se encuentra en la categoría de actividad operativa, cuya visión sectorial es contribuir al incremento de la cifra de exportaciones no minero energéticas. Así mismo enmarcado en la estrategia sectorial AEI 01 Apertura de mercados o canales comerciales nuevos en beneficio de las empresas, que tiene como meta la elaboración y difusión de información especializada.

5 ANTECEDENTES

El mercado mundial de envases se encuentra bastante regulado en el mundo; es un sector que cuenta con importantes avances tecnológicos que han introducido varios tipos de plásticos y otros materiales que se ve impulsado por el creciente consumo de plásticos en diferentes industrias como construcción, automotriz, dispositivos médicos, alimentos, entre otros. Asimismo, la crisis logística que viene afectando las diferentes cadenas de distribución hace relevante buscar abastecimiento de materiales provenientes de países cercanos, brindando oportunidades a nuevos países para proveer materiales y equipos de embalaje.

Otra de las razones del aumento de la demanda de búsqueda de proveedores cercanos es el enfoque en plásticos biodegradables, dada la creciente preferencia por alimentos envasados; adicionalmente, una tendencia principal que traza el futuro inmediato de la industria latinoamericana de empaques es la predominancia de los empaques flexibles, y el liderazgo que estos tendrán junto con los envases de PET.

Por lo mencionado, dado el alto nivel de especialización requerido tanto a nivel de mercado como de sector, línea y producto; sumado a la importancia de contar con una amplia red de contactos establecida con los principales actores del mercado; y la necesidad de tener presencia en los mercados a ser investigados junto con el hecho de realizar actividades que permitan recolectar información de fuentes primarias establecidas en el mercado de análisis, se ve por necesaria la contratación de este servicio, a ser ejecutado por expertos con el perfil que se detalla en la sección correspondiente en estos TdR.

Firmado digitalmente por:

PUCUTAY VASQUEZ Franck

Gregory FAU 20307167442 soft

Motivo: En señal de

conformidad

Fecha: 08/05/2023 16:39:41-0500



Firmado digitalmente por:

FREUND ESCUDERO César

Gustavo FAU 20307167443 soft

Motivo: Doy V° B°

Fecha: 08/05/2023 17:04:11-0500

6 OBJETIVOS DE LA CONTRATACIÓN

- Conocer a profundidad los perfiles de los mercados de Guatemala y El Salvador, enfocados a la industria de envases y embalajes, así como las tendencias del uso de estos productos en este mercado.
- Obtener información acerca de nuestros principales competidores (empresas y marcas) en estos mercados, conocer por qué los consumidores e importadores/distribuidores optan por preferir otros países proveedores.
- Conocer la percepción acerca de los productos de la oferta peruana, así como describir la estructura y características de la cadena de comercialización y distribución para los productos a estudiarse, así como los actores participantes, competidores y su posición en los mercados. Debe haber un enfoque hacia cómo acceder a los canales de comercialización (incluyendo el comercio electrónico B2B).
- Conocer los requisitos de acceso (aranceles, regulaciones, certificaciones, entre otros) que deben cumplir los productos priorizados para ingresar a los mercados guatemalteco y salvadoreño.
- Identificar las principales actividades de promoción comercial para los productos priorizados en Guatemala y El Salvador.
- Identificar contactos comerciales para futuros negocios e intercambio de información en Guatemala y El Salvador.
- Difundir los resultados al finalizar este estudio a las empresas peruanas exportadoras o con potencial exportador de envases y embalajes.

7 ALCANCE Y DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR

- Se realizará una investigación en los mercados de Guatemala y El Salvador para conocer el perfil de los potenciales compradores, competidores, las tendencias, describir la estructura y características de la cadena de comercialización y distribución, así como los actores participantes y su relevancia en los mercados de Guatemala y El Salvador del sector envases y embalajes.
- Se trabajará con un listado base de datos de 20 empresas de Guatemala y 20 empresas de El Salvador relevantes del sector envases y embalajes (importadores, distribuidores, minoristas, supermercados), sobre el cual se seleccionará a cuáles entrevistar en persona y obtener sus perfiles.
- El servicio permitirá obtener 15 perfiles de potenciales compradores de cada mercado: Guatemala y El Salvador; realizados mediante entrevistas presenciales, con la finalidad de conocer su percepción de los productos peruanos, así como identificar y priorizar una lista de productos con mayor potencial exportador que pueda ayudar a determinar una estrategia para posicionar la oferta peruana del sector envases y embalajes.

7.1 ACTIVIDADES

El proveedor deberá realizar las siguientes actividades:

- Visitar puntos de comercialización en Guatemala y El Salvador de productos de envases y embalajes (importadores, distribuidores, minoristas y fabricantes) para recopilar información sobre los productos ofertados (presentaciones, precios, origen, fabricante).
- Recopilar y analizar información cuantitativa y cualitativa a través de fuentes primarias y secundarias sobre el mercado de productos de envases y embalajes en Guatemala y El Salvador.
- Elaborar agendas de reuniones con potenciales compradores de Guatemala y El Salvador de productos de envases y embalajes (importadores, distribuidores, minoristas y fabricantes). El objeto de elaborar la agenda de reuniones es poder tener un cronograma detallado que nos permita saber y controlar cuándo se realizara la entrevista.

- Realizar entrevistas a profundidad a potenciales compradores de Guatemala y El Salvador (importadores, distribuidores, minoristas y fabricantes) para la oferta peruana de productos de envases y embalaje. El objeto de las entrevistas es elaborar un perfil de comprador.
- Efectuar la presentación de los resultados del trabajo realizado a empresas peruanas del sector envases y embalaje.

7.2 REQUISITOS DEL PROVEEDOR Y SU PERSONAL

Del contratista:

- Persona natural o jurídica con experiencia mínima de 02 servicios realizando proyectos de inteligencia de mercados o estudios de mercado relacionados al sector envases y embalajes en Centro América, en un plazo no mayor a 5 años anteriores.

Acreditado con certificado o constancias de trabajo, carta de referencia de clientes, contratos u órdenes o conformidad de servicios; o cualquier otro documento que acredita de manera fehaciente la experiencia.

Del personal requerido:

- La persona a cargo responsable del estudio debe ser profesional titulado o bachiller en administración o marketing o comercio internacional o economía o ingeniería industrial. Acreditado con título profesional o la constancia de bachiller.
- Con experiencia realizando al menos 02 investigaciones o estudios de mercado. Acreditado con certificado o constancias de trabajo, contratos u órdenes o conformidad de servicios, servicios o cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la experiencia.

7.3 LUGAR Y PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El lugar donde se llevará a cabo la prestación del servicio será en Guatemala y El Salvador.

El plazo de ejecución del servicio será de hasta 140 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.

7.4 PRODUCTOS

Productos	Plazo de entrega
Primer entregable: - Matriz de principales empresas importadoras de envases y embalajes* (información general según anexo 1), 20 empresas de Guatemala y 20 empresas de El Salvador. En la misma matriz deberá remarcar su recomendación de empresas a ser entrevistadas y su relevancia. *Se trabajará en base a la lista de productos priorizados que será enviada dentro de la sección: Recursos a ser brindados por PROMPERÚ	Será hasta 30 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio
Segundo entregable: - Perfiles de treinta (30) potenciales compradores de envases y embalajes de la oferta peruana entre ambos países (15 de cada uno). Dichos perfiles deberán ser elaborados con base en entrevistas a profundidad con los potenciales compradores (importadores, distribuidores,	Los cuales deberán ser entregados hasta 70 días calendarios, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio

<p>minoristas, fabricantes). Las entrevistas se realizarán en forma presencial.</p> <p>- Documento en Word de evaluación y recomendación del proveedor sobre las empresas entrevistadas y cuáles presentan mayor compatibilidad con la oferta peruana. Según anexo 2 (este formato puede recibir sugerencias de mejora por parte de la empresa investigadora).</p>	
<p>Tercer entregable:</p> <p>- Informe de los mercados de Guatemala y El Salvador, en formato Word (Según anexo 3 y considerando los objetivos del servicio nombrados en la sección 6 del presente documento).</p> <p>- Un documento en formato PPT que resuma el estudio y sirva para presentar los principales hallazgos de los mercados de Guatemala y El Salvador.</p>	<p>El cual deberá ser entregado hasta 110 días calendario contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.</p>
<p>Cuarto entregable:</p> <p>- Una exposición hablada de la PPT, del tercer entregable, sobre los resultados del estudio a los exportadores peruanos en la fecha y hora que PROMPERÚ comunique, con duración aproximada de 01 hora.</p>	<p>Deberá ser presentado hasta los 140 días calendario, contados a partir del día siguiente de notificada la orden de servicio.</p>

Para fines de cumplimiento de plazos de entrega, el proveedor deberá registrar el producto correspondiente en formato PDF / WORD, en la plataforma “Ventanilla Virtual” <https://ventanillavirtual.promperu.gob.pe/Home/Index> , con atención a la Subdirección de inteligencia y prospectiva comercial - Departamento de Inteligencia de Mercados; en esta ventanilla podrán presentar sus trámites durante las 24 horas del día.

De manera adicional el proveedor deberá enviar los documentos en el formato que corresponda WORD/PPT a los siguientes correos: ccardenas@promperu.gob.pe, fpucutay@promperu.gob.pe .

7.5 RECURSOS A SER PROVISTOS POR LA ENTIDAD

Entrega por parte de PROMPERÚ (hasta los 5 días calendario siguientes a la notificación de la orden de servicio) de la lista de todos los productos a investigar, incluyendo código y descripción arancelaria del Sistema Armonizado OMC, de tal forma que complemente la información y relación de productos; la entrega se realizará vía correo electrónico. A posteriori, el consultor deberá efectuar la respectiva correlación en el sistema arancelario del mercado en estudio para los fines correspondientes.

7.6 OTRAS OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

El contratista es el responsable directo y absoluto de las actividades que realizará, sea directamente o a través de su personal, debiendo responder por el servicio brindado.

7.7 FORMA DE PAGO

Se realizarán 4 pagos parciales en moneada extranjera (dólares americanos), por transferencia bancaria; para lo cual deberá haber presentado los productos y contar con la conformidad del Departamento de

Inteligencia de Mercados y de la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial. La emisión de la conformidad no superará los 7 días calendario de presentado cada producto.

- **Primer pago:** 10% del monto total contrato, a la entrega y conformidad del primer entregable.
- **Segundo pago:** 30% del monto total del contrato, a la entrega y conformidad del segundo entregable.
- **Tercer pago:** 30 % del monto total contrato, a la entrega y conformidad del tercer entregable.
- **Cuarto pago:** 30% del monto total contratado, a la entrega y conformidad del cuarto entregable.

Asimismo, para que proceda el pago, 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 y conteniendo los siguientes datos:

- Nombre: PROMPERÚ
- RUC: 20307167442
- Dirección: Calle Uno Oeste N° 50, Edificio MINCETUR, Piso 14, Urb. Corpac, San Isidro, Lima

Adjuntar orden de servicio

En caso cuente con su comprobante de pago Electrónico debe de adjuntar el documento.

7.8 CONFORMIDAD DEL SERVICIO:

La conformidad del Departamento de Inteligencia de Mercados y de la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial. La emisión de la conformidad no superará los 7 días calendario de presentado cada producto.

7.9 COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN DEL SERVICIO:

El proveedor del servicio deberá coordinar sus actividades con el Departamento de Inteligencia de Mercados El trabajo efectuado será supervisado, revisado por el Departamento de Inteligencia de Mercados El trabajo efectuado será aprobado por la Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Comercial.

7.10 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 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.

10 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

11 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.

12 RESOLUCION 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) Cualquiera de las partes puede resolver el Contrato por caso fortuito, fuerza mayor o por hecho sobreviniente al perfeccionamiento del Contrato que no sea imputable a las partes y que imposibilite de manera definitiva la continuación de la ejecución del Contrato.

13 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.

14 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.

15 BIOSEGURIDAD

El proveedor del servicio deberá contar con los implementos de protección necesarios para prevenir el contagio del COVID-19 (mascarilla, alcohol, otros de acuerdo a las disposiciones del sector salud), bajo su costo y responsabilidad: Implementos que deberán ser continuamente reemplazados, garantizándose el uso adecuado de los mismos (en forma y estado), con el fin de salvaguardar la salud en la ejecución del servicio.

El proveedor es responsable de cumplir con las medidas de seguridad, tales como: limpieza y desinfección de su área de trabajo (mesas, escritorios, teclados, etc., mantener la distancia de seguridad entre personas (1.5 metros, lavado de manos, entre otras, diseñadas para prevenir el contagio del COVID-19.

Dada la propagación del COVID-19, el proveedor para la realización del servicio no deberá pertenecer al grupo de personas vulnerables (adultos mayores y los grupos de cualquier edad con afecciones subyacentes graves).

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

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

#	Compañía	Persona de Contacto	Cargo dentro de la Organización	E - mail corporativo	Teléfono	Página web	Tipo de compañía	Producto(s)/ marcas más representativas de su cartera	Ubicación	Ventas Anuales	¿Importan productos de Sudamérica? Si, cuáles?
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 02

Perfil del Comprador (en base a entrevistas a profundidad)

1. Antecedentes de la Compañía	
Tabla 1: Datos de la empresa	
Nombre Completo de la Empresa	
Página Web + Correo de contacto	
Tipo de compañía	Fabricante, Importador, Retailer, etc
Facturación anual	
Año de fundación / Años de funcionamiento	
Dirección + Teléfono	
Principales productos que comercializa/ marcas	
<p>1.1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA EMPRESA.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Sucursales y Plantas (lugares donde se ubican, nacional y extranjero) ○ Relaciones estratégicas (sus principales socios comerciales, incluir páginas web) ○ Participación en el mercado (market share y principales 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/público va dirigida cada una de ellas) ○ Ventajas competitivas de los productos que distribuye (en comparación a lo producido por su competencia) <p>1.3. DESCRIPCIÓN DE IMPORTACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Partidas arancelarias que importa y descripción ○ Características de productos importados (son insumos, productos terminados, frecuencia de compra) ○ 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) 	
2. Análisis de la Cadena de Suministro	
<p>2.1 IMPORTACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Características/ filtros de la búsqueda de nuevos proveedores ○ Principales proveedores (nombres, websites, origen, que productos importan, etc) <p>2.2. CADENA DE COMERCIALIZACIÓN.</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Flujo esquematizado ○ Características de los principales canales ○ Posición de la empresa en la cadena 	
3. Hábitos de Compra	
<ul style="list-style-type: none"> ○ Frecuencia ○ Forma de pago ○ Exigencias y Estándares de Calidad (indicar los estándares exigidos por las empresas, nombres, etc) 	
Tabla 2: Criterios Clave para Seleccionar un Proveedor Extranjero (5 = puntaje más alto)	
Item	Puntaje
■ Capital/ Capacidad de Producción	
■ Fijación de precios	
■ Variedad y calidad del producto	
■ Entrega puntual	
■ Servicio postventa	
4. Percepción de la empresa entrevistada sobre la oferta peruana	

- 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. Detalle de productos equivalentes o utilizados en reemplazo a los ofertados por los exportadores peruanos.
- 4.3. Interés por ampliar / iniciar negocios con productos peruanos.

Tabla 3: Experiencia Previa con Productos Peruanos

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

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

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

5. Conclusiones

6. Datos de Contacto del Entrevistado

Nombre del Encuestado	
Cargo	
Dirección	
Teléfono	
Fecha de la Encuesta	
Correo Electrónico	
Medios de la Encuesta	Teléfono, correo electrónico, presencial

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 países competidores del Perú**
 - 3.6 Análisis del Market Share de la industria de envases y embalajes**
 - 3.7 Principales Proveedores de envases y embalajes**
- IV. Análisis del Sector /Línea en el Mercado**
 - 4.1 Variedades y Formas de Presentación**
 - 4.2 Canales de Distribución**
 - 4.3 Rutas de Acceso**
 - 4.4 Canales de Comercialización**
 - 4.5 Precios**
 - 4.6 Oportunidades del Mercado**
 - 4.7 Riesgos del Mercado**
- V. Análisis de la Demanda**
 - 5.1 Perfil del Consumidor**
 - 5.2 Análisis de Tendencias actuales y futuras**
 - 5.3 Percepción del Producto Peruano**
- VI. Requisitos de Acceso al Mercado**
 - 6.1 Medidas Arancelarias**
 - 6.2 Leyes y Regulaciones**
 - 6.3 Otras Regulaciones (Etiquetado)**
 - 6.4 Envases y Embalajes**
 - 6.5 Certificaciones**
- VII. Actividades de Promoción**
 - 7.1 Ferias**
 - 7.2 Exhibiciones (permanentes, especializadas)**
 - 7.3 Páginas web representativas del sector (del país estudiado)**
- VIII. Contactos de Interés**
 - 8.1 Institucionales**
 - 8.2 Comerciales**
- IX. Conclusiones y Recomendaciones**
- X. Perfil de 40 Compradores**

*Se debe entender que esta estructura y su contenido podrá adecuarse al modelo de negocio más óptimo para el mercado estudiado según los resultados del análisis realizado en el entregable N°2 (mejor forma de ingresar al mercado), coordinada y validada con el área usuaria en PROMPERÚ.