



**DETERMINACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE TINTAS  
Y TÓNER PARA IMPRESORAS**

**ÍNDICE**

	Pág.
I.- Objetivos	2
II.- Metodología utilizada	2
III.- Conclusiones	5
IV.- Recomendaciones	6
V.- Desk Research	7
VI.- Análisis de los Resultados	17
VI.1 Análisis Cualitativo	17
VI.2 Análisis Cuantitativo	29
VII.- Instrumento de levantamiento de información	34

## I. OBJETIVOS

### Objetivo General:

Evaluar las características de la oferta, en los mercados de productos adquiridos por las entidades públicas, a fin de evaluar la viabilidad de adquirirlos a través del convenio marco o subasta inversa.

### Objetivos Específicos:

- Diagnosticar la cadena productiva de la oferta, de tintas y tóner para impresora.
- Determinar el grado de concentración de los proveedores de tintas y tóner, según la actividad en la que participan.
- Identificar a los proveedores inscritos en el Registro Nacional de Proveedores, que oferten tintas y tóner para impresora, así como su cobertura.

## II. METODOLOGÍA UTILIZADA

### 1. Ámbito de Estudio

Estudio y análisis cualitativo y cuantitativo de las actividades y/o mercados correspondientes a los productos Tintas y Tóner para Impresoras.

### 2. Actividades a Realizar

- Diagnosticar y clasificar las actividades principales de la oferta según la cadena logística-productiva de los rubros materia de estudio; así como, las características de cada una de éstas. El consultor podrá apoyarse en estudios realizados recientemente.
- Identificar y clasificar a los proveedores del Estado, según su actividad principal y la clasificación determinada en ítem a); para ello, estos proveedores, deberán ser identificados según el Registro Nacional de Proveedores.
- Determinar el grado de integración vertical en la cadena logística-productiva que tienen los proveedores identificados, según rubro de estudio.
- Analizar y determinar el grado de concentración y/o competencia de estos proveedores, según la actividad y/o mercado en el que participen (puede ser más de uno) y según rubros materia de estudio.
- Elaboración del Primer Informe, el mismo que estará referido a Tintas y Tóner para impresoras. Dicho informe contendrá el diagnóstico y clasificación realizado en a), asimismo la clasificación de los proveedores identificados en ítem b), incluirá el análisis cualitativo y cuantitativo de manera integral según análisis realizado en c) y d), así como las conclusiones y recomendaciones generales y específicas, derivadas del estudio.
- Elaboración del Segundo Informe, el mismo que estará referido al producto Agua en Bidones. Dicho informe contendrá el diagnóstico y clasificación

realizado en a), asimismo la clasificación de los proveedores identificados en ítem b), incluirá el análisis cualitativo y cuantitativo de manera integral según análisis realizado en c) y d), así como las conclusiones y recomendaciones generales y específicas, derivadas del estudio.

### 3. Características Metodológicas

Para cumplir los objetivos del presente servicio, recolectaremos información a través de diversas metodologías que detallamos a continuación:

- **Desk Research:** Se consultará y recogerá información de diferentes fuentes, con la finalidad de identificar a las empresas importadoras, comercializadoras de tintas y tóner.
  - ADUANET: Mediante el número de partida arancelaria, de los productos objeto del presente estudio, se listará las DUAS (Declaración Única de Aduana) y mediante éstas obtendremos la relación de las empresas importadoras de tintas y tóner, así como sus movimientos y operaciones por periodos.
  - Internet: Consultar Páginas de diferentes empresas cuya actividad sea la distribución y comercialización (en menor o mayor escala) de tintas y tóner, en el mercado nacional.
  - Registro Nacional de Proveedores: El catálogo de bienes y servicios de la guía comercial de proveedores del Estado, nos permitirá obtener información, datos, características y la participación en las ventas al estado, de las empresas registradas.
- **Estudio Cualitativo:** Se efectuará entrevistas en profundidad al grupo involucrado en la importación y comercialización de tintas y tóner; con la finalidad de obtener información referida a:
  - Actividad principal
  - Abastecimiento
  - Cobertura de mercado
  - Principales clientes
  - Competidores
  - Marcas que ofertan
  - Entre otros

Se realizará un promedio de 8 entrevistas en profundidad a empresas que han realizado la importación de tintas y tóner.

- **Estudio Cuantitativo:** Se efectuará encuestas o entrevistas cuantitativas al

grupo involucrado en la oferta y comercialización de tintas y tóner, siendo estos de diferentes sectores, mayoristas, distribuidores en menor y mayor escala. Con la finalidad de obtener información referida a:

- Actividad Principal
- Otras actividades realizadas
- Proveedores directos
- Volumen de venta
- Cobertura de mercado
- Principales clientes
- Competidores
- Marcas que ofertan
- Marcas con mayor participación en el mercado
- Forma de pago
- Forma de compra
- Interés en venderle al Estado y las razones de la decisión.

Se realizará un promedio de 31 encuestas o entrevistas cuantitativas a personas involucradas con la oferta y comercialización de tintas y tóner.

### III. CONCLUSIONES

- La cadena de distribución presenta tres capas, la primera la forman los importadores mayoristas, en la segunda capa se ubican los distribuidores y la tercera capa está integrada por los minoristas o detallistas.
- En nuestro país, se ofertan cartuchos originales, así como cartuchos compatibles y remanufacturados tanto importados como nacionales. Los cuales pueden recibir *servicio técnico de remanufactura y recarga* en el caso de cartucho de tóner y para los cartuchos de tintas *el servicio de recarga*.
- En general, el 96.7% de los entrevistados manifestó "mantener el interés en proveerle al Estado consumibles para impresora, ya sea en venta directa o a través de consorcios con los distribuidores como lo señalaron algunos agentes mayoristas.
- En general, los agentes "mayoristas" son también importadores. El 58.3% de los agentes mayoristas, identificados e inscritos en el RNP, venden al consumidor final y el 41.7% solo a distribuidores.
- De los agentes mayoristas-importadores, que además realizan la distribución de sus productos, el 85.7% de ellos manifestó realizar también la venta por menor.
- Respecto a los agentes de distribución, sólo un 10.5% manifestó realizar la importación de cartuchos debido a situaciones excepcionales (otorgamiento de una buena pro, falta de abastecimiento local, entre otras razones).
- A nivel general, la mayoría de entrevistados (71.0%) coincidieron en señalar que los cartuchos de la marca Hewlett Packard son los de mayor participación en el mercado local.
- El 93.5% de entrevistados, entre mayoristas y distribuidores, señalaron vender cartuchos originales.
- Los agentes mayoristas, consideran como principales clientes a las empresas privadas y a los agentes de distribución, ambos con 41.7% de mención y solo un 16.7% mencionó al estado como cliente principal.
- Respecto a los agentes de Distribución, el 63.2% de ellos señaló como principal cliente al Estado, seguida de las empresas privadas con 42.1% y sólo un 10.5% mencionó al usuario particular.
- La mayoría de los distribuidores se abastecen de Máxima Internacional, Tech Data del Perú, Compudiskett y Grupo Deltron.
- Varios de los entrevistados mencionaron la *existencia de un mercado informal de consumibles, así como la competencia desleal* en los procesos de adjudicación.

#### **IV. RECOMENDACIONES**

- OSCE, debería tener mayor conocimiento de las empresas que participan en los procesos de contratación, según señalan los entrevistados debido a la existencia de un mercado informal y la competencia desleal sobre el precio de un mismo producto.
- Tener mayor cuidado con las empresas que se hacen llamar fabricantes nacionales, en nuestro país no existe tal denominación ya que sólo se elaboran (ensamblan) cartuchos compatibles y/o remanufacturados.
- Debido a la gran variedad consumibles de impresoras en el mercado (originales, compatibles, remanufacturados, reciclados, rellenados y los originales bamba), se debe tener mayor cuidado con los cartuchos que se adquieren, estos deben de haber sido elaborados bajo un estricto control de calidad, cumplir con certificación de calidad y ofrecer las garantías necesarias del producto.
- Si las entidades del estado requieren de cartuchos compatibles, pues se debería realizar un seguimiento de los postores, así como lo hacen muchas de las empresas del sector privado realizando visitas a las plantas de elaboración.
- El precio no debería ser un factor determinante en los procesos de contratación, ya que según señalan algunos entrevistados, resulta extraño como determinados postores pueden cotizar precios tan bajos respecto a los precios del mercado.
- Además algunos entrevistados mostraron su desacuerdo con la participación de los agentes mayoristas en los procesos de adjudicación, es difícil que los distribuidores puedan competir con los mayoristas respecto al precio que estas ofertan.

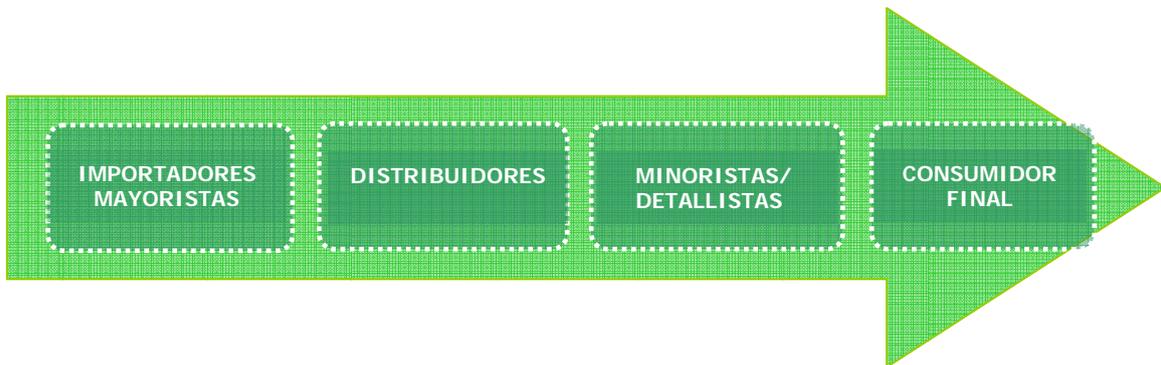
## V. DESK RESEARCH

En nuestro país no se produce o fabrica suministros para impresoras, tintas y tóner, por ello el abastecimiento del mercado nacional se realiza a través de la importación, actividad que es realizada, en la mayoría de los casos, por los agentes mayoristas. Estos agentes proveen al mercado nacional de cartuchos de tintas y tóner originales, así como cartuchos compatibles y remanufacturados.

Sin embargo, existen empresas nacionales, que elaboran (ensamblan) cartuchos compatibles y/o remanufacturados, pero tanto la materia prima, piezas, insumos y en algunos casos los cartuchos vacíos (contenedores) son traídos de otros países, como China, India, México, Estados Unidos. Siendo considerado, en este proceso de elaboración, solo la mano de obra como producto nacional.

### 1. CADENA DE DISTRIBUCIÓN

Los principales actores en el canal de distribución, desde que el insumo ingresa a nuestro país hasta que llega al consumidor final, en el mercado de destino, son: el importador mayorista, distribuidor y el minorista.

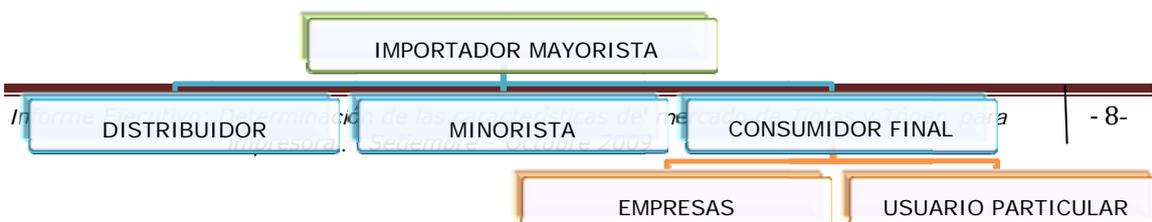


La primera capa la forman los importadores mayoristas de tintas y tóner, los cuales venden sus productos a la segunda capa. En esta se ubican los distribuidores quienes se proveen de los mayoristas y sólo en algunos casos también importan el insumo, en la tercera capa está integrada por los minoristas o detallistas.

#### 1.1 EL IMPORTADOR - MAYORISTA

Los mayoristas representan la primera capa en la cadena, estos agentes son también importadores, proveen al mercado nacional de equipos de computación, piezas, repuestos, accesorios y suministros para impresoras, entre otros productos.

La interacción entre agentes mayorista - distribuidor no es exclusiva, ya que varios de los mayoristas llegan hasta el consumidor final. Estos proveen de consumibles de impresora a empresas del sector privado y/o al usuario particular a través de tiendas de venta donde la transacción en volumen no es un factor determinante, ya que uno puede adquirir productos por unidad, como lo muestra el siguiente esquema:



Respecto al tipo de cartuchos que estos agentes importan, tenemos mayoristas que importan cartuchos originales y/o compatibles y/o remanufacturados, así como empresas importadoras de materia prima necesaria para luego elaborar (ensamblar) cartuchos compatibles y/o remanufacturados.

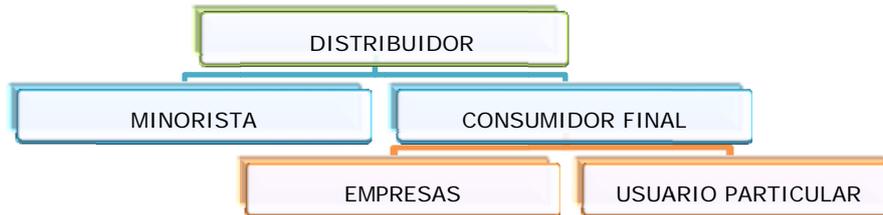
Los agentes que importan cartuchos originales, son representantes autorizados en el Perú de las marcas más importantes, como: Hewlett Packard (HP), Lexmark, Epson, Xerox, Canon, Brothers, Memorex, Imation, Samsung, etc.

Entre los agentes importadores mayoristas, con mayor mención tenemos:



## 1.2 DISTRIBUIDOR

Los distribuidores representan la segunda capa en la cadena, estos agentes permiten la transferencia de los consumibles de impresoras, cartuchos de tintas y tóners, entre los importadores mayoristas y los minoristas o detallistas, además de vender a consumidores finales.



La venta de estos agentes no necesariamente se rige por el volumen del producto, ya que pueden vender grandes volúmenes de tintas y tóners (empresas corporativas) así como pequeñas cantidades del mismo (usuario particular).

En nuestro país existe un gran número de distribuidores, las cuales pueden estar principalmente orientadas en venderle al Estado, otros dirigen su venta a empresas privadas o al usuario particular.

Dentro de esta capa podemos considerar también a las tiendas de Wilson, Compu Plaza, Cyber Plaza, Leticia, entre otros.

## 1.3 MINORISTA O DETALLISTA

Los minoristas representan la tercera capa del canal y son los que atienden básicamente la demanda del usuario particular.

Dentro de esta capa podemos considerar a los Hipermercados, Supermercados, Tiendas por departamento, Tiendas de servicio de remanufactura y/o rellenado de cartuchos, Tiendas de mostrador, entre otros. En las tiendas de servicio se pueden vender cartuchos originales, cartuchos tanto compatibles y remanufacturados importados y/o nacionales, y es en estos lugares donde algunas empresas y el usuario particular llevan sus cartuchos vacíos para solicitar el servicio de rellenados o remanufacturado.

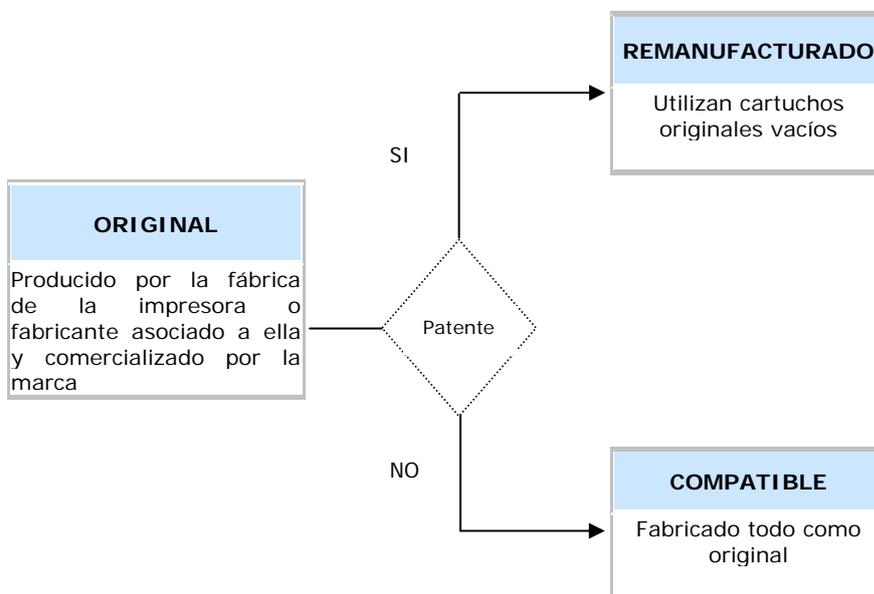
- ✓ Rellenado: A solicitud del propio cliente solo se vuelve a llenar el cartucho vacío con polvo de tóner o se le inyecta tinta, según sea el caso.
- ✓ Remanufacturado: En este servicio se cambian solo las piezas dañadas y además se rellena el cartucho con tóner.

Tanto el polvo de tóner como la tinta, utilizada en los servicios antes mencionados, pueden ser del tipo compatible o del tipo universal.

## 2. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

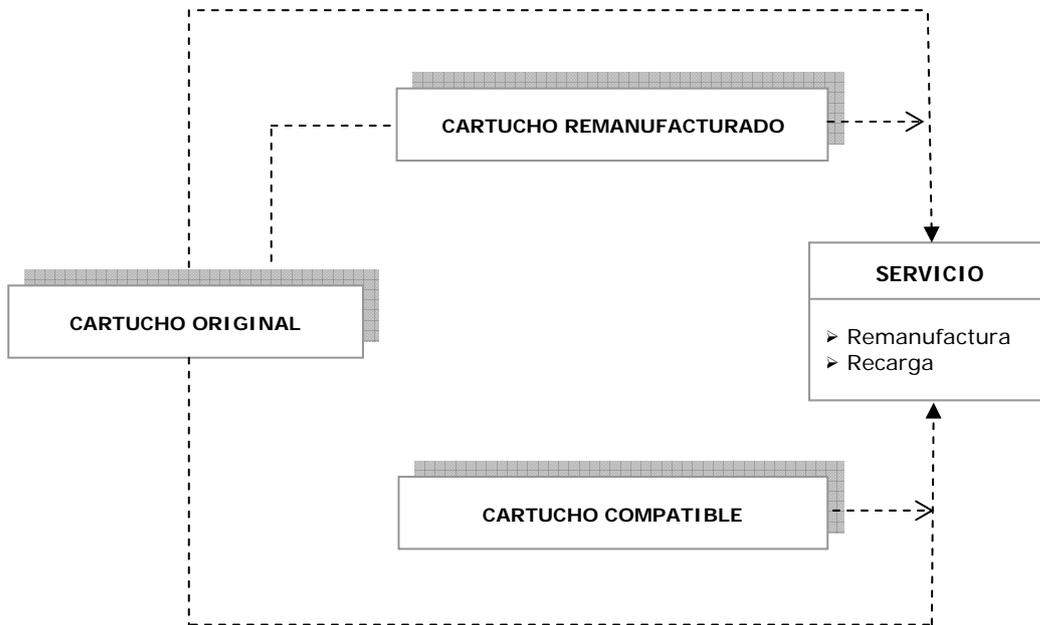
Cuando el cartucho original se encuentra protegido por patentes, resulta imposible copiarlo a un costo más bajo, por ejemplo ciertas marcas tienen patentado el contenedor de la tinta, es por eso que no es posible fabricar completamente nuevo estos cartuchos, por lo que se hace necesaria la remanufactura utilizando necesariamente el contenedor original.

Cuando no se infringen patentes de la marca original, entonces es posible fabricar cartuchos totalmente nuevos cuya tinta o polvo de tóner es compatible para un determinado modelo de impresora. En el siguiente diagrama se muestra este proceso:

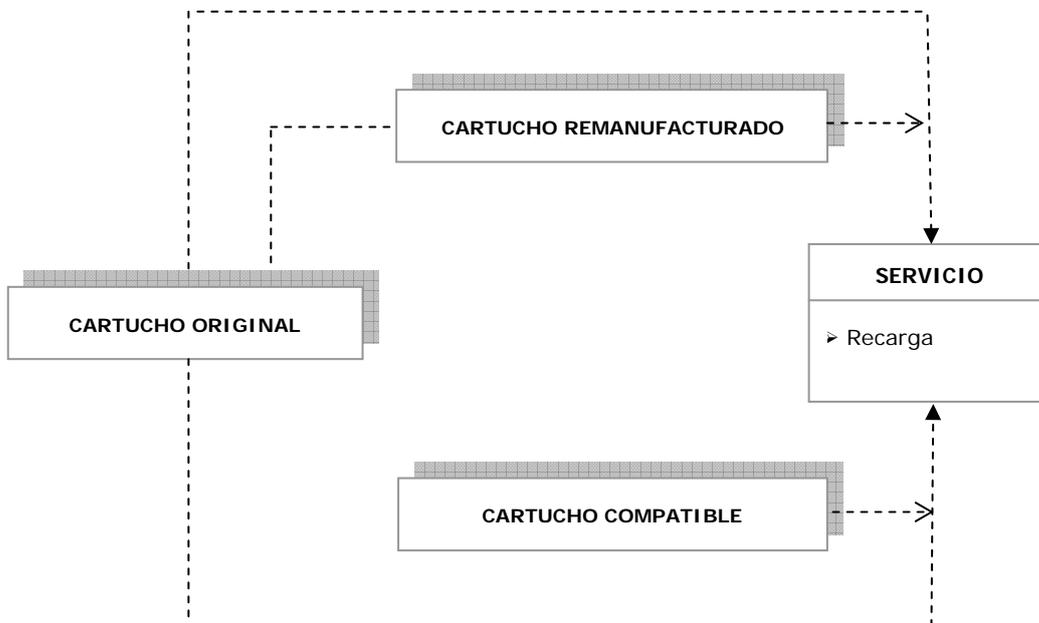


En nuestro país, se ofertan cartuchos originales, así como cartuchos compatibles y remanufacturados tanto importados como nacionales. La elaboración (ensamble) de los cartuchos compatibles y/o nacionales, en nuestro país, es posible debido a la importación de los suministros necesarios para este proceso.

Los cartuchos de tóner originales, compatibles y remanufacturado de fábrica permiten el *servicio de remanufactura y recarga*, es decir, se les puede cambiar las piezas que se encuentran en mal estado y luego recargar con polvo de tóner (servicio de remanufactura) o simplemente recargar.



Los cartuchos de tinta original, compatibles y remanufacturado de fábrica permiten solo el *servicio de recarga*, es decir, solo se limpia el contenedor vacío para que luego se le inyecta la tinta (recargar).



## 2.1 CARTUCHOS ORIGINALES

Son cartuchos elaborados por el fabricante de la impresora o fabricante asociado, y comercializado con la marca, como son los cartuchos de las marcas:



## 2.2 CARTUCHO COMPATIBLE

Son los cartuchos totalmente nuevos que salen al mercado con marca blanca o desconocida, en muchos casos los fabrican en China, India y Taiwán, estos cartuchos son compatibles para la mayoría de impresoras. Dentro de este grupo cabe distinguir:

- Los grandes fabricantes, capaces de producir todo nuevo igual que el original e incluso desarrollar tecnologías propias tanto de cartucho como de formulación de tinta con costes de producción más bajos y por tanto, con precio mucho más asequible.
- Los fabricantes de pequeño tamaño, los cuales están orientados a reducir precios.

Los cartuchos compatibles son importados a nuestro país, a través de empresas mayoristas las cuales pueden comercializar sólo estos cartuchos, así como también originales y/o remanufacturados. Pero también existen empresas nacionales que luego de importar o comprar localmente los insumos necesarios, elaboran (ensamblan) los cartuchos compatibles con su propia marca.

Entre algunas de las empresas que ofertan este tipo de cartuchos, tenemos:



## 2.3 CARTUCHOS REMANUFACTURADOS

En el proceso de remanufactura se utiliza los cartuchos originales vacíos los cuales se reciclan, algunos fabricantes extranjeros y nacionales cuentan con certificados internacionales, como: ISO 9001:2000, ISO 9002, ISO 14001. La remanufactura de cartuchos de tinta y tóner siguen procesos diferentes:

- Remanufacturado de tóner, proceden al desensamblaje, revisión y se abre para limpiarlo y poder cambiar las partes consumibles como el tóner, rodillos, cuchillas y cualquier otra parte que necesite algún mantenimiento o reemplazo, y posterior rellenado con tóner.
- Remanufacturados de inyección, el cartucho es inspeccionado para analizar si tiene alguna grieta, abolladura o rayazo, luego la tinta es removida mediante dos enjuagues con líquidos especiales para no dejar resto de tinta reseca en el interior, después se procede a llenar con tinta, probar y limpiar al vapor para remover algún residuo y finalmente, el cartucho con tinta es empacado.

Cabe resaltar que en ningún proceso de reciclado se utiliza tóner o tintas originales, siendo este una fórmula de los fabricantes, pero si se utilizan insumos de calidad comparable con éstos.

La siguiente es una descripción del método industrial que se utiliza para remanufacturar los cartuchos de tóner.

- Cada cartucho de tóner es pre-testeado para determinar su condición, luego es separado en sus componentes básicos. Solo aquellos partes internas que se encuentren aceptables continúan a través del proceso de manufacturación.



- El polvo de tóner remanente, partículas de papel y otros residuos son removidos de cada componente individualmente. Esto se realiza en una pieza especialmente diseñada con un sistema de aspirado, filtro y depósito de tóner residual.

- Cada cartucho es llenado con tóner. Diferentes cartuchos utilizan diferentes tipos de tóner. Algunos usan tóner compatible con el tambor OPC de manera de asegurar una calidad de impresión excepcional.



- Posteriormente, cada cartucho es reensamblado y finalmente cada cartucho es post-testeado para verificar su buen funcionamiento, su densidad de impresión y otros defectos que no hayan sido detectados previamente

Existen desde empresas que recuperan carcasas vacías para su reutilización, hasta proveedores de tintas y tóner y todo tipo de piezas de recambio.

En nuestro país, recolectores de estos cartuchos que luego son trasladados a los centros de acopio/ reciclado de cartuchos vacíos, como la Parada y Wilson, los cuales proveen este insumo a las empresas peruanas de remanufactura. El precio de venta de estos contenedores varía desde 6 hasta 20 soles, según sea el estado en el que se encuentra.

Respecto al número de veces que un cartucho se puede remanufacturar, esto depende de las condiciones en que se encuentre el cartucho debido al desgaste que va teniendo la carcasa y el uso que se le de; cuanto más "se lo cuide", más veces podrá ser reciclado. También es importante la calidad de la tinta y tóner que se utiliza. Un cartucho se puede remanufacturar de 1 a 2 veces en promedio.

## 2.4 CARTUCHOS RELLENADOS

Son aquellos cartuchos que no responden con las expectativas del cliente debido a que durante el proceso de reutilización no se tomaron las medidas adecuadas de calidad.

La recarga de cartuchos de tinta en nuestro país ha ido tomando importancia. El sistema de recarga más popular es por medio de jeringas que se introducen en los cartuchos es una manera muy rápida, pero la calidad de este sistema deja mucho que desear, ya sea por el sistema o por calidad de las tintas.



## 2.5 CARTUCHOS FALSIFICADOS

También conocidos como “piratas”, son todos aquellos que intentan engañar al consumidor porque no informan que no son originales sino que en muchos de los casos son sólo cartuchos rellenos, pero las venden como tal, ya que cuentan tanto con empaque y sello de seguridad original, los cuales son recuperados por los recolectores.

El nivel de falsificación de cartuchos de impresión en el Perú supera el tamaño local de nuestro mercado. Este excedente nos convierte en “exportadores” de cartuchos a mercados de países más grandes.

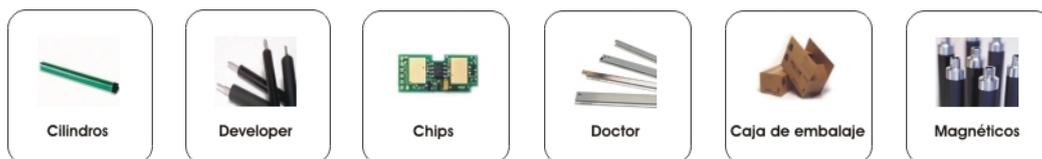
El mercado peruano está invadido de cartuchos falsificados. Es toda una “industria” que incluso produce para exportar a otros países, con el consiguiente efecto negativo para las empresas formales y el principal perjudicado: el usuario final



El usuario final no lo reconoce a simplemente vista, solo puede darse cuenta al imprimir y ver la calidad de la impresión, pues la tinta o tóner con la que recargan el cartucho “supuestamente original” (ya usado) es de mala calidad y corrosivo para los componentes de la impresora.

## 2.6 INSUMO PARA RECARGA DE CARTUCHOS DE TÓNER

Para realizar el proceso de recarga de los cartuchos se requiere de una variedad de insumos, entre ellos tenemos: los cilindros fotoconductores (OPC), las hojas de limpieza (Wiper Blade, Doctor Blade, Recovery Blade, Mag Roller Sealing Blade), los cargadores (Mag Roller), los cilindros borradores (PCR), los sellos y muchas otras piezas menores. Además, de la tinta y tóner a granel, las cuales son importadas en diferentes marcas y presentaciones.





Las tintas y tóner a granel, pueden ser del tipo compatible con alguna marca y modelo específico de impresora o pueden ser consumibles generales o también conocido como *universal* ya que tienen la propiedad de ser compatible con cualquier marca y modelo de impresora, lo cual resulta extraño ya que las impresoras usan diferente tecnología y además consumible más barato del mercado.



### 3. PROVEEDORES INSCRITOS EN EL REGISTRO NACIONAL DE PROVEEDORES

Las empresas inscritas en el registro Nacional de Proveedores (RNP) han sido identificadas y clasificadas según la actividad principal que desarrolla dentro de la cadena de distribución, determinada en la primera parte de nuestro estudio, Desk Research. Los importadores mayoristas identificados, son:

<b>IMPORTADOR MAYORISTA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• SISTEMA DE CODIFICACION SOCIEDAD ANONIMA - SISCODE S.A.</li><li>• GRUPO DELTRON S.A.</li><li>• PERU OFFICE</li><li>• COMPUTISKETT</li><li>• INSUMOS Y ACCESORIOS DE OFICINA S.A.C.</li><li>• PERU OFFICE S.A.</li><li>• STANDAR S.R.L.</li><li>• TAVIMAG S.A.</li><li>• UNITED AGENCIES S A SUC PERU (AGUNSA)</li><li>• VISUAL SYSTEM S S.A.C</li><li>• TECH DATA DEL PERU</li><li>• MAXIMA INTERNACIONAL S.A.</li><li>• COMERCIAL DENIA S.A.C.</li><li>• PRINTER KOPIER DIGITAL SOLUTIONS SAC</li><li>• J&amp;M SUMINSTROS SAC</li><li>• CORPORACION LATINOAMERICANA DE SERVICIOS TECNOLOGICOS S.A.C.</li><li>• IMPORTACIONES HIRAOKA S.A.C.</li><li>• GEM INTERNATIONAL COMPANY (PERU)</li><li>• TAI LOY S.A.</li><li>• DAT &amp; NET DEL PERU S.A</li><li>• KBO INTERNATIONAL PERU S.A.C.</li><li>• REPRODATA</li><li>• MAQUINARIAS JAAM S.A</li></ul>
---------------------------------	---

Cabe indicar que en este grupo, primera capa de la cadena de distribución, se ubican las empresas peruanas que importan la materia prima para luego elaborar (ensamblar) cartuchos compatibles y/o remanufacturado, y que en varios de los casos también desarrollan la distribución en mayor y menor escala de sus productos, como por ejemplo GEM INTERNATIONAL COMPANY, PRINTER KOPIER DIGITAL SOLUTIONS SAC, J&M SUMINSTROS SAC.

Entre los distribuidores identificados, inscritos en el Registro Nacional de Proveedores (RNP), tenemos:

<b>DISTRIBUIDORES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• AGUSA NEGOCIOS S.A.C.</li><li>• ARVIFESA COMERCIAL SAC</li><li>• AV IMPORTADORES SAC</li></ul>
-----------------------	--

- BOOK CENTER S.A.C
- CFI CORPORACION INDUSTRIAL SA.
- CHANINTEC SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
- CLASTEC
- COMERCIAL GIOVA S.A.
- COMPU PRINT COLOR S.A.C
- COMPURED S.A.C
- COMPUTELF
- C & S COMPUTERS AND SUPPLIES S.A.C.
- COMPUTADORAS Y TECNOLOGIA DEL PERU S.A.C.
- CYBERMAX S.A.C.
- DATASUM
- DATA SUMINSTROS DEL PERU
- DATA TECH, SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
- DATACONT
- DAT & NET DEL PERU S.A
- DIMEXA SOLUCIONES INTEGRALES
- DISTRIBUIDORA CHAMBI E.I.R.L.
- DISTRIBUIDORA MENDOZA E.I.R.L.
- ECOFILM PERU SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
- FUTURIA TECH
- GARINT S.A
- GOALS
- GROUP FONSYTH SOLUTION SAC
- GRUPO JAIMES S.A.C.
- HIGH TECHNO WORLD
- IMPORT I.D.R. SOCIEDAD ANONIMA
- INVERSIONES ANCONA S.A.C.
- IMPORTADORA DISTRIBUIDORA MUNDIAL S.A.C
- J.J STOCK
- JL BUSINESS AND SERVICE S.A.C.
- LIFE PERU S.A.
- MACROTEC DATA SRL
- MANTINNI SRL
- OPEN SYSTEM INFORMATIC SOCIEDAD ANONIMA CERRADA
- PERU E-BUSSINES & SYSTEM
- PRISTER PERU SOCIEDAD ANONIMA
- TRANSLIGRA S.A.C.
- VEPCOM E.I.R.L

## VI. ANÁLISIS DE RESULTADOS

El análisis de los resultados del Estudio tendrá dos enfoques: uno **cuantitativo** a nivel de empresas que han realizado la importación de cartuchos de tinta y tóner, y

otro **cuantitativo** tanto a nivel de importadores y distribuidores, también inscritos en el RNP, los cuales han sido identificados en el capítulo anterior.

## VI.1 ANÁLISIS CUALITATIVO

### 1. Aspectos Generales

- La mayoría de las empresas entrevistadas, señalaron vender equipos de cómputo, accesorios y suministros originales para impresoras, pero son los equipos de cómputo el bien que principalmente ofertan los entrevistados.

*“Impresoras, también insumos como tintas y tóners pero en menor margen ya que no importamos para stock.”*

DIMEXA

*“Servicios de garantía HP y ventas de equipos de computación y suministros originales.”*

HIGH TECHNO

*“Se centra básicamente en venta de Equipos de computación, y un 20% en suministros.”*

ARVIFESA

*“Suministros, accesorios periféricos y equipos de cómputo”*

JAGUAR SYSTEM

*“Básicamente estamos en la línea de multifuncionales”*

PERU OFFICE

La empresa J&M suministros señaló, elaborar y vender cartuchos compatibles y remanufacturados, así como la venta de insumos para la remanufactura (piezas, polvo de tóners y tintas compatibles).

*“Cartuchos compatibles y remanufacturados, así como insumos para el servicio de reciclado”*

J&M SUMINSTROS

- En términos generales las empresas entrevistadas señalaron ser distribuidores y abastecerse del mercado local a través de los agentes mayoristas, con cartuchos originales, siendo Tech Data del Perú, Máxima Internacional y CompuDiskett los mayoristas- importadores con mayor mención.

*“Las marcas trabajan a través de mayoristas, entonces mi principal abastecedor sería Tech Data”*

DIMEXA

*“Nuestros proveedores son los mayoristas locales como Tech Data; Máxima Internacional, Compudiskett, Intcomex y Deltron, pero a quien más le compramos es a Máxima Internacional”*

HIGH TECHNO WORL

*“Generalmente nuestros abastecedores son locales como Tech Data y Máxima Internacional”*

ARVIFESA

*“Los mayoristas, como Tech Data, Máxima Internacional y Compudiskett”*

JAGUAR SYSTEM

*“Ricoh internacional Latinoamérica, somos distribuidores autorizados, es una marca original”*

PERU OFFICE

Si bien la mayoría de empresas señalaron ser principalmente distribuidores, en algunas ocasiones se han visto en la necesidad de importar cartuchos de tintas y tóners, pero no para tener stock sino cuando tienen ventas de gran volumen al Estado o cuando el mercado local no les podía abastecer.

*“En algunos casos importamos”*

DIMEXA

*“También importamos, pero específicamente tintas y tóners nos abastecemos localmente”*

HIGH TECHNO WORLD

*“De vez en cuando importamos”*

FUTURIA TECH

*“Generalmente nuestros abastecedores son locales y en algunos casos tenemos que importar, solo suministros originales”*

ARVIFESA

La empresa J&M Suministros, son importadores de materia prima, piezas, insumos, el polvo de tóner o tintas son de la marca UNICONT, sólo la carcasa o contenedor los compran del mercado local.

El Grupo Deltron señaló como sus principales proveedores de cartuchos a HP, Canon, Epson, Lexmark, Brother, entre otros.

- Algunas de las empresas indicaron realizar otras actividades dentro de la cadena de distribución, como la importación y la venta al consumidor final.

*“Su actividad principal es la Distribución, pero también realizan ventas a usuario final”*

JAGUAR SYSTEM

*“Somos distribuidores de cartuchos compatibles y remanufacturados, pero también importamos insumos, materia prima, piezas y contamos con una tienda en Cyber Plaza, donde realizamos la venta al consumidor final.”*

J&M SUMINSTROS

*“Somos importadores, mayoristas y también vendemos al consumidor final (tienda)”*

PERU OFFICE

*“Importación y mayoristas”*

DELTRON

## 2. Cadena de Distribución

- En general, las empresas entrevistadas realizan ventas a instituciones particulares, corporaciones, consideradas como consumidores finales.

*“Vendemos al gobierno y corporativos, a través de licitaciones y por convenios particulares, no tenemos tiendas”*

DIMEXA SOLUCIONES INTEGRALES

*“Preferentemente en ventas al estado, pero también vendíamos en menor volumen a empresas particulares y también consumidor volumen”*

JAGUAR SYSTEM INTERNATIONAL

*“Nos centramos en el usuario final como mineras, constructoras, al Estado pero en equipos no en suministros ya que hemos perdido el interés en ello.”*

ARVIFESA

*“Casi en un 100% son cuentas corporativas de empresas,  
usuarios finales”*

HIGH TECHNO WORLD

*“Vendemos al consumidor final (empresas privadas y al  
estado) contamos con una tienda en Cyber Plaza”*

J&M SUMINSTROS

*“Consideramos al Estado como nuestro principal cliente”*

FUTURIA TECH

Las empresas importadoras mayoristas, además de proveer de cartuchos a las los distribuidores, también realizan ventas al consumidor final como instituciones particulares, supermercados y tiendas por departamento, además de contar, en algunos casos, con tiendas de venta donde la venta no se rige por el volumen.

*“Vendemos directamente a Distribuidores, también realizamos  
ventas a Hipermercados, Supermercados, Tiendas por  
departamento”*

DELTRON

*“Somos importadores mayoristas exclusivos de la marca Rico,  
proveemos de insumos a los distribuidores (como Datacont,  
Printer) era también tenemos una tienda para venderle  
directamente al usuario final”*

PERU OFFICE

Al solicitar, a los entrevistados mencionar a sus principales clientes, varios de ellos mencionaron ser proveedores de instituciones del sector privado, entre ellas tenemos:

*“El Estado y corporativos, las marcas de HP y Epson (en caso  
de las impresoras matriciales)”*

DIMEXA SOLUCIONES INTEGRALES

*“Instituciones corporativas, las marcas que más solicitan son  
las HP y Epson”*

HIGH TECHNO WORLD

*“Las distribuidoras, pero también le vendemos a Supermercados Metro y Saga Falabella”*

DELTRON

*“Nuestros principales clientes son las mineras y constructoras ya que ellas no trabajan con cartuchos compatibles menos remanufacturado, casi un 99% de ellas compra solo originales”*

ARVIFESA

*“Empresas privadas”*

JAGUAR SYSTEM INTERNATIONAL

*“Vende Prosegur, Mibanco, Institutos (cimas), empresa de Telemarketing, empresas dedicadas a la impresión de cartas de bancos”*

J&M SUMINSTROS

*“Los distribuidores, Gestiones Empresariales del Sur, Bancos, UPC, Universidad del Piura y las ventas al gobierno”*

PERU OFFICE

Al preguntar a los entrevistados por las empresas que considera como su competencia más directa, respecto a la venta de cartuchos de tintas y tóner, varias de las empresas cuya actividad central es la distribución, mencionaron la existencia de un mercado informal o también conocido como mercado negro (muchos de ellos dieron como referencia a las tiendas de Wilson) ya que los precios que ofertan están por debajo del precio referencial y eso hace suponer la existencia de cartuchos falsificados, rellenos, “originales falsificados” e incluso contrabando.

*“Mi competencia directa sería todas las empresas como nosotros e incluso Wilson, por la competencia desleal”*

HIGH TECHNO WORLD

*“En el caso de licitaciones: existen dos situaciones, la primera es cuando requieren de productos originales, mi competencia serían los mayoristas, ya que ellos al participar en una licitación ofrecerían mejores precios, porque quieren ganar. El segundo caso es cuando se pueden vender compatibles, las empresas que dicen llamarse fabricantes y no lo son, OSCE no verifica la producción de estos cartuchos, los cuales ofertan cartuchos remanufacturados en vez de compatibles pues presentan menores precios”*

DIMEXA SOLUCIONES INTEGRALES

*“Bueno, todas las empresa como nosotros, entre ellas Macrotec, Profile, y obviamente todos los revendedores que hay en Wilson (por la competencia desleal en cuanto a precios, que nos hacen suponer que ingresan productos por contrabando)”*

ARVIFESA

*“Nos molesta del mercado negro, le venden al estado el original bamba, esto nos perjudica ya que estos productos reciclados han sido comparados por el Estado y cuando hubo fallas de calidad del producto y generalizan y creen que es lo mismo hablar de productos remanufacturados que rellenos”.*

J&M SUMINSTROS

Y aquellas empresas cuya actividad central es la de importadores mayoristas, mencionaron como competidores directos a Máxima internacional, Xerox y Canon.

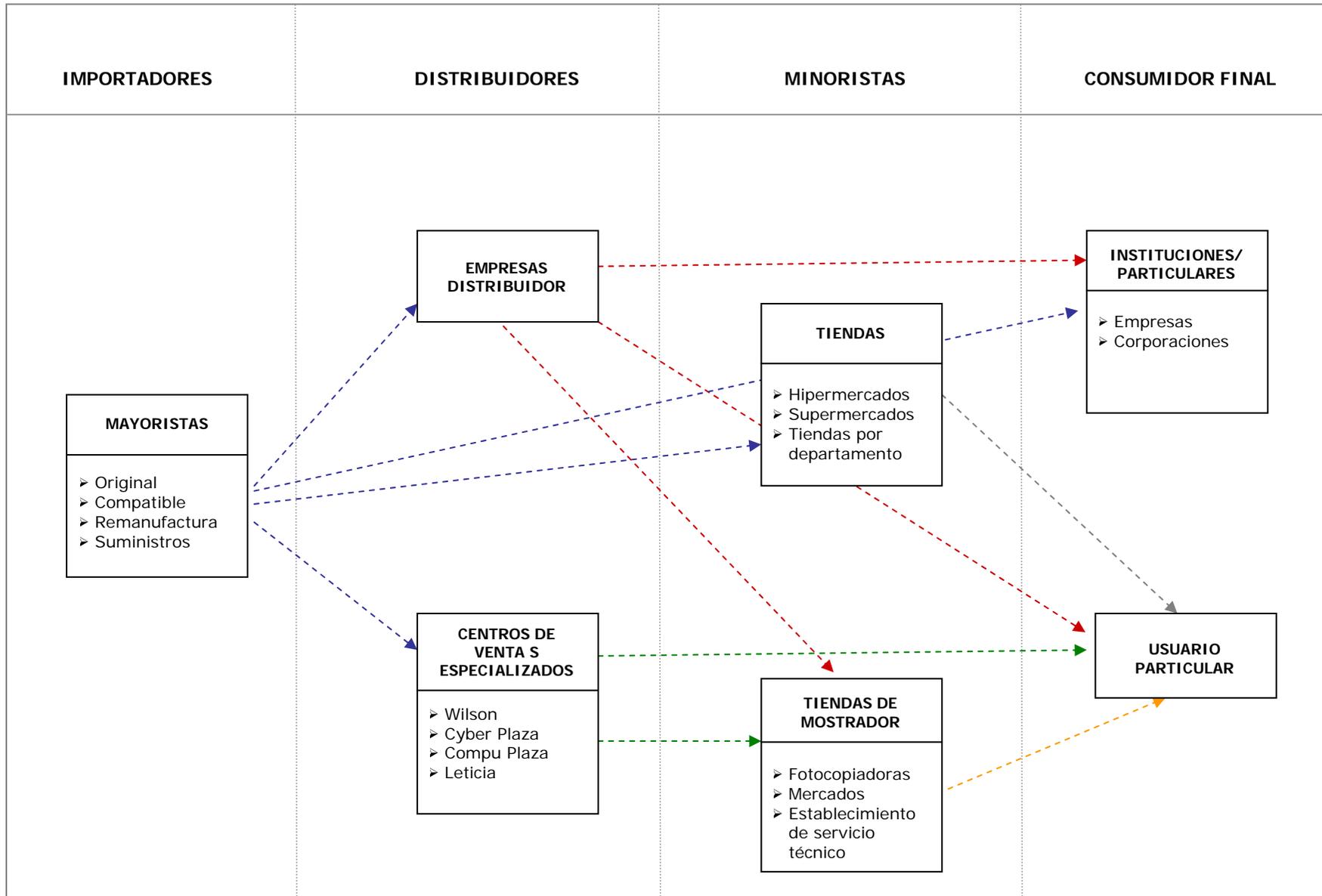
*“Somos los únicos distribuidores de Ricoh International, todo ingreso de esta marca es a través de nosotros, pero por el tipo de equipos que usan las empresas son Xerox y Canon “*

PERU OFFICE

*“Todos los mayoristas, específicamente sería Máxima Internacional”*

DELTRON

En base a la información recopilada, respecto formas de abastecimiento, principales proveedores y clientes, se pudo realizar un esquema que muestra la forma de como se ofertan los cartuchos de tinta y tóner.



### 3. Aspectos Relacionados al producto, tintas y tóners para impresoras

- Al consultar por las marcas de impresoras con mayor participación en el mercado nacional, casi todas las empresas mencionaron a Hewlett-Packard (HP) como la marca con mayor demanda o participación en el mercado.

*“Para empresas, tanto en tinta como en tóner HP, para impresoras matriciales son las Epson y para impresoras de uso doméstico esta Lexmark, entre otras”*

DIMEXA SOLUCIONES INTEGRALES

*“En el mercado existen dos marcas que lideres estas son HP con un 70% de participación y Epson con 20% de participación en el mercado y el resto de marcas se distribuyen el 10% que queda”*

HIGH TECHNO WORLD

*“En un 60% HP, en 10% Canon, 8% Epson, entre otros”*

DELTRON

*“En un 90% HP, y el 10% restante estarían Canon, Epson y Lexmark”*

ARVIFESA

*“En primer lugar HP, seguido de Canon, Xerox, Lexmark”*

JAGUAR SYSTEM INTERNATIONAL

*“Las impresoras que más se usan son HP con un 65% por ser más sencillas y cómodas, seguido de Lexmark, Canon y Epson.”*

J&M SUMINSTROS

*“En primer lugar HP, seguido de Lexmark”*

FUTURIA TECH

La empresa Perú Office, señaló como sus competidores directos a Xerox y Canon, esto debido al tipo de impresoras que venden y por la línea de sus productos (multifuncionales).

*“Por el tipo de impresoras que vendemos son: Xerox, Canon y puede considerarse HP pero en maquinas pequeñas (funcionales de bajo volumen) “*

- Respecto a las formas de pago que las empresas consultadas ofrecen a sus clientes, ellas mencionaron:

*“En el caso de ventas para el gobierno, el pago se realiza después de 30 días de entregado el producto y para corporativo es después de 15 días “*

DIMEXA SOLUCIONES INTEGRALES

*“Formas de pago, cuando se trata de clientes especiales que ya tienen mucho tiempo trabajando con nosotros entonces les damos crédito.”*

HIGH TECHNO WORLD

*“En efectivo, A crédito, Tarjeta”*

DELTRON

*“Depende del cliente, en muchos de los casos es el crédito, entregamos el producto y luego cobramos”*

ARVIFESA

*“Depende del cliente y del tiempo que vienen trabajando con nosotros”*

PERU OFFICE

#### **4. Interés en participar en ventas al Estado**

Respecto al interés por parte de las empresas en continuar participando en concursos para venderle al Estado cartuchos de tintas y tóners, varias de las empresas coincidieron en su interés en proveerle al Estado equipo de cómputo, servicios y repuestos mas no suministros para impresoras, respecto a las razones de porque habían perdido el interés, manifestaron:

*“Siempre y cuando sean cantidades grandes, ya que esto nos favorece a ambos, al gobierno porque obtendría mejores precios y al vendedor por el volumen de venta”*

DIMEXA SOLUCIONES INTEGRALES

*“En cuanto a equipos, servicios, repuestos si mantenemos el interés, pero para suministros no, es difícil ya que tendríamos que hacer la compra para stock, pero estos tienen una fecha de caducidad y tal vez para la última entrega posiblemente la fecha de vigencia sea corta, además que los mayoristas ofertan precios mucho más bajos que nosotros ya que ellos manejan volúmenes”*

HIGH TECHNO WORLD

*“Respecto a equipos sí, ya que es muy difícil encontrar equipos alternativo, pero en suministros no, por la competencia desleal sobre el precio de un producto original (lo cual es extraño), porque en muchos casos no puedo competir con los precios referenciales de la competencia (precios de suministros alternativos) y por la carta fianza solicitada, entre otras cosas.”*

ARVIFESA

*“En suministros no, por el mercado informal, los márgenes de utilidad son bajos, cuando los distribuidores de Wilson compiten con productos de contrabando (mercadería trabada en aduanas que luego son rematadas) y ofertan bajos precios ya que ellos no comparan a mayoristas formales como si lo hacemos nosotros”*

JAGUAR SYSTEM INTERNATIONAL

*“El Estado es un buen cliente, pero el problema es que el Estado no conoce esta tipo de empresa, nosotros podríamos ser una buena alternativa en la compra de consumibles ya que nuestro producto está un 70% menos que un original. Pero existe la informalidad y esta es quien le vende al Estado de una u otra manera, se hacen pasar como fabricantes cuando en realidad no lo son, no manejan control de calidad”*

J&M SUMINSTROS

Podemos notar que la *existencia de un mercado informal y la competencia desleal* es una de las razones por la cual varias de las empresas entrevistadas no tienen ya interés en venderle al estado.

- Al consultarles sobre los aspectos que se deberían modificar, mejorar y/o se deberían considerar en los próximos concursos, para la compra de cartuchos de tintas y tóners, por parte de Estado, las empresas mencionaron lo siguiente:

1. *Se supone que por ética y fidelidad los mayoristas deberían vender sólo a distribuidores y no a usuarios finales, porque obviamente ofrecerán un menor precio.*
2. *Deben solicitar al menos 2 veces el valor referencial para no competir con desventaja frente a los mayoristas.*

HIGH TECHNO WORLD

1. *La carta fianza, no deben de cambiar ni postergar las fechas del proceso de adjudicación, porque cuando sucede esto la carta ya no es válida.*
2. *Exigir certificaciones internacionales, para la calidad del producto.*
3. *El estado debe comprar por cantidad, debería existir un inventario general de las impresoras que usan los órganos de gobierno.*

DIMEXA SOLUCIONES INTEGRALES

1. *Si el gobierno invierte en equipos de última generación, entonces deberían de comprar suministros del mismo fabricante que le garantice el uso adecuado del equipo y mantener la vigencia de los equipos.*
2. *Deberían fijarse mucho en los precios del mercado, no es lo mismo comprar un suministros de HP que un producto alternativo, la diferencia en precio es casi del 50% pero por calidad la diferencia es lejana, ya que corre el riesgo que tu equipo se malogre, que el cartucho no te dure, en costo beneficio es bastante alto.*
3. *Deben competir con precios de mercado, empresas reconocidas, que tengan rotación normal.*
4. *Pueden contactarse con HP, incluso existen oficinas, para solicitar precios referenciales y toda la información sobre el tema.*

ARVIFESA COMERCIAL SAC

1. *En las licitaciones públicas, las bases son estandarizadas, las instituciones compran pero ellos no arman especificaciones técnicas, cada institución no arma las licitaciones.*
2. *El Estado no sabe comprar, se dejan embaucar por empresas que no existen, en el mercado informal participa en las licitaciones y el Estado no se da cuenta.*
3. *Conocer las empresas de remanufactura, estudiar al mercado, no del compatible ya que el nacional el compatible no existe, el plástico puede ser nuevo pero las piezas son recuperadas.*
4. *Antes el precio se cotizaba al 70% del precio ofertado pero ahora ofertas lo que quieras, y nosotros no podemos vender tan barato.*
5. *El estado debe diferenciar los productos remanufacturados de los recargas.*
6. *No existe un criterio para entender porque es que ofertan tan barato un producto, conocer las empresas, visitarla, como si lo hace la empresa privada, deben de ver la calidad del producto, hacer un estudio.*

J&M SUMINSTROS

Podemos resaltar, que varios de los entrevistados coincidieron en señalar que el Estado debería tener mayor conocimiento sobre las empresas que participan en los procesos de adjudicación y sobre el producto de estas ofertas, a través de certificaciones de calidad. Otras mencionan que el precio ofertado por los postores debe ser un factor de mucho cuidado, ya que no está claro como algunas empresas pueden ofertar tan bajo por el mismo producto.

Dos de los entrevistados mostraron su desacuerdo con la participación de los agentes mayoristas importadores en los procesos de adjudicación, ya que por ética o fidelidad estos deberían abastecer sólo a los agentes distribuidores y no a usuarios finales, y además señalaron que es imposible que los distribuidores puedan competir con los mayoristas respecto al precio que estas ofertas, ya que son los distribuidores los que se abastecen de los agentes mayoristas.

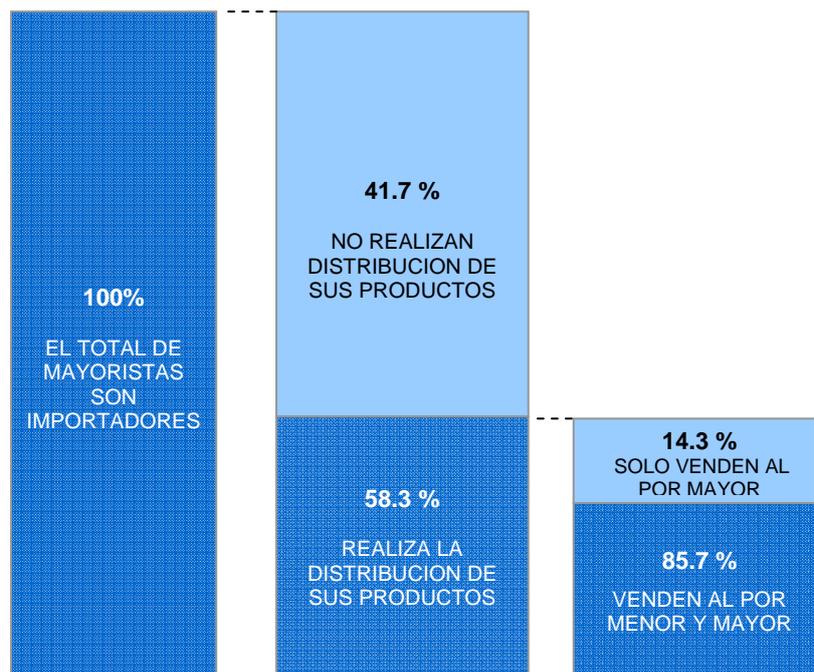
## VI.2 ESTUDIO CUANTITATIVO

Para determinar el grado de integración vertical de la cadena de distribución, así como el grado de concentración del mercado en el que participan los proveedores antes identificados e inscritos en el Registro Nacional de Proveedores, se realizó un estudio cuantitativo, del cual se obtuvo la siguiente información:

### 1. INTEGRACIÓN VERTICAL

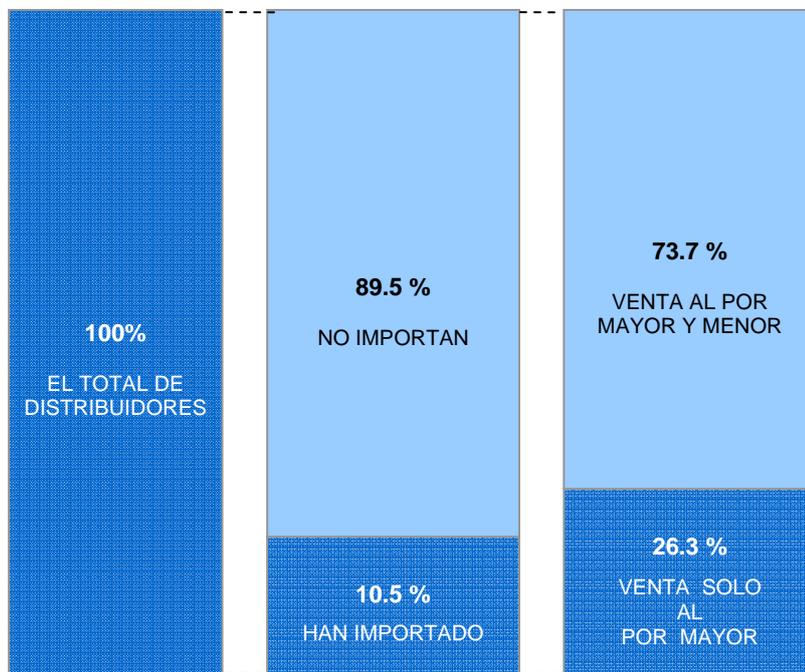
El general, los agentes "mayoristas" abastecen al mercado nacional, con consumibles para impresora, a través de la importación, es decir, todos los mayoristas son también importadores.

El 58.3% de los agentes mayoristas, identificados e inscritos en el RNP, llegan al consumidor final, ya que además de importar grandes volúmenes de consumibles, también realizan la distribución de sus productos, y un 41.7% de los agentes señalaron abastecer solo a distribuidores.



De los agentes mayoristas-importadores, que además realizan la distribución de sus productos, el 85.7% de ellos manifestó que la venta de los consumibles no se rige por el volumen o cantidad, ya que también realizan la venta al detalle.

Respecto a los agentes de distribución, entrevistados que básicamente se abastecen localmente a través de los mayoristas, solo un 10.5% indico realizar la importación de cartuchos debido a situaciones excepcionales (otorgamiento de una buena pro, falta de abastecimiento local, entre otras razones).

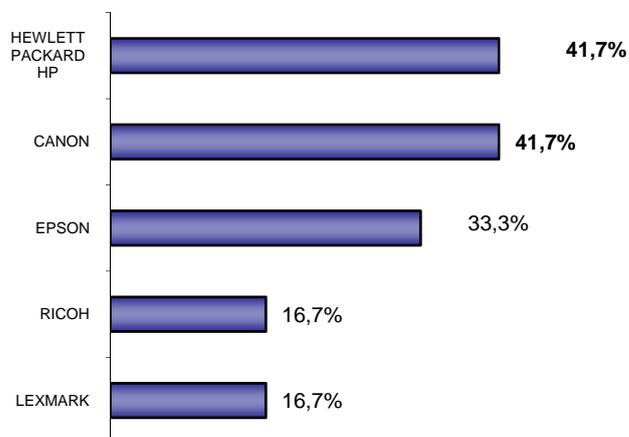


El 73.7% de los agentes distribuidores, efectúan la venta de los consumibles tanto al por mayor como ventas en detalle y un 26.3% indicó vender sólo al por mayor.

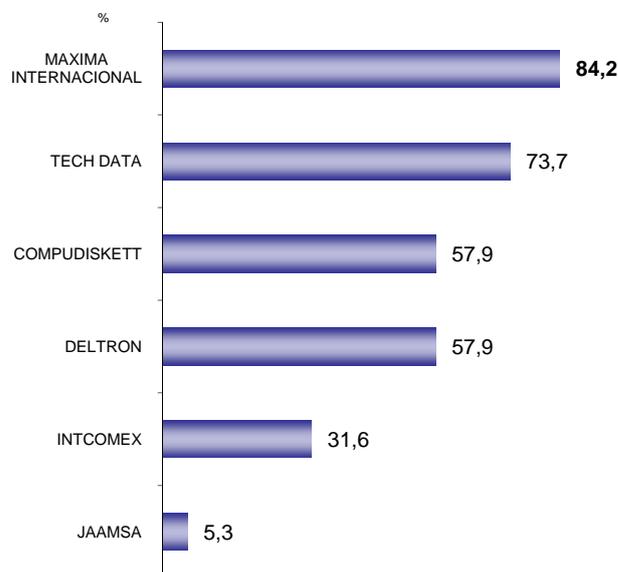
## 2. CONCENTRACION SEGÚN LA ACTIVIDAD

### 2.1 PRINCIPALES PROVEEDORES

Los agentes mayoristas señalaron como principales proveedores, de cartuchos de tintas y tóner, a los fabricantes de las marcas Hewlett Packard y Canon ambos con 41.7% de mención, seguido de Epson con 33.3%, Lexmark y Ricoh ambos con 16.7%. Entre las marcas con menor mención tenemos a Riso, Duplo, Seiki, Sharp, Hostmann, Okidata, Printonic, Iomega, Minolta y Brother, todas con 8.3%.



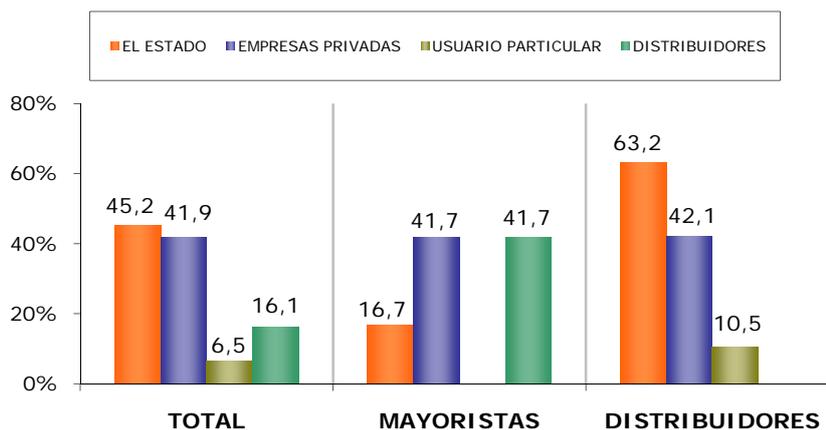
Asimismo, los agentes de distribución señalaron como sus principales proveedores a Máxima Internacional con un 84.2% en mención, seguido muy de cerca de Tech Data del Perú con 73.7%, Computiskett y Grupo Deltron ambas con 57.9%, Intcomex con 31.6% y Maquinarias Jaamsa con 5.3%.



De donde podemos deducir, que por lo general los agentes de distribución se abastecen de Máxima Internacional, Tech Data del Perú, Computiskett y Grupo Deltron.

## 2.2 PRINCIPALES CLIENTES

A nivel general, el 45.2% de los entrevistados considera al "Estado" como principal cliente, seguido con 41.9% las empresas privadas, los distribuidores con 16.1% y el usuario particular con 6.5%.



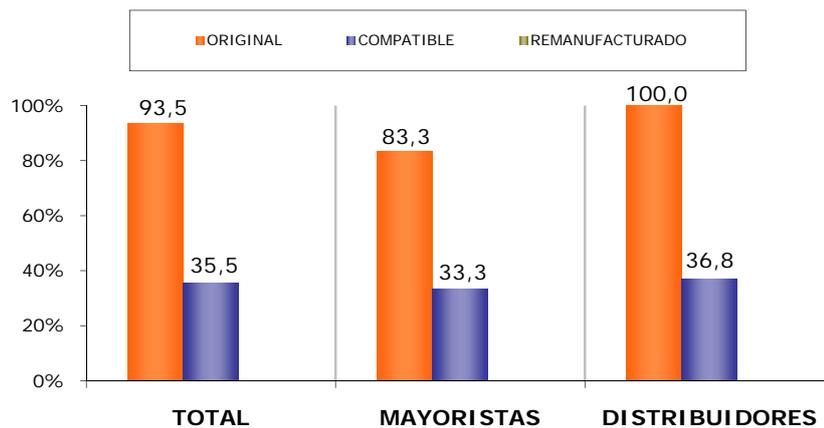
Los agentes mayoristas, consideran como principales clientes a las empresas privadas y a los agentes de distribución, ambos con 41.7% de mención, y sólo un 16.7% mencionó al estado como cliente principal.

Respecto a los agentes de Distribución, el 63.2% de ellos señalo como principal cliente al Estado, seguida de las empresas privadas con 42.1% y solo un 10.5% menciona al usuario particular.

### 3. CARACTERISTICAS DEL MERCADO

#### 3.1 TIPO DE PRODUCTO

Al consultar a los entrevistados sobre el tipo de cartucho que ellos venden, la mayoría de agentes, tanto mayoristas como distribuidores, señalaron vender cartuchos originales.



Todos los distribuidores señalaron vender cartuchos originales, y el 36.8% de ellos además de vender cartuchos originales también ofertan cartuchos del tipo compatible. Además ninguno de los entrevistados señaló vender cartuchos remanufacturados.

	TIPOS DE CARTUCHOS		
	TOTAL	MAYORISTA	DISTRIBUIDOR
ORIGINAL	64.5	66.7	63.2
COMPATIBLE	6.5	16.7	--
ORIGINAL Y COMPATIBLE	29.0	16.6	36.8
REMANUFACTURADO	--	--	--

De acuerdo con el gráfico, podemos establecer que el 64.5% de entrevistados venden sólo cartuchos originales, el 29.0% venden tanto cartuchos originales como compatibles y el 6.5% de ellos sólo venden cartuchos compatibles.

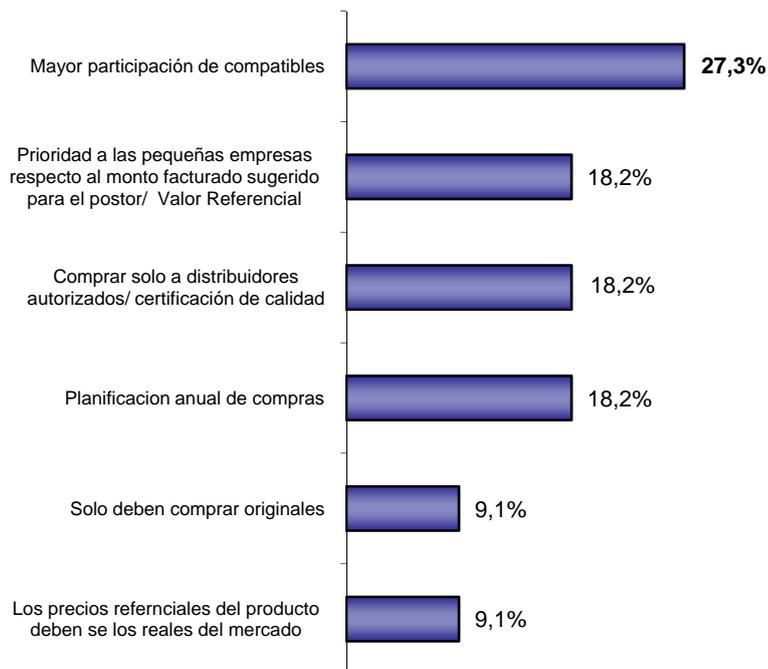
#### 3.2 MARCAS DE CARTUCHO CON MAYOR PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

A nivel general, la mayoría de entrevistados (71.0%) coincidieron en señalar que los cartuchos de la marca Hewlett Packard son los de mayor participación en el mercado local.

	CARTUCHO CON MAYOR DEMANDA		
	TOTAL	MAYORISTA	DISTRIBUIDOR
HEWLETT PACKARD HP	71.0	33.3	94.7
CANON	3.2	--	5.3
RISO	3.2	8.3	--
HOTSMAN	3.2	8.3	--
RICOH	6.5	16.7	--
SHARP	3.2	8.3	--
KBO	3.2	8.3	--
OKIDATA	3.2	8.3	--
MINOLTA	3.2	8.3	--

### 3.3 INTERES EN EFECTUAR VENTAS AL ESTADO

En general, el 96.7% de los entrevistados manifestó “mantener el interés en proveerle al estado consumibles para impresora, ya sea en venta directa o a través de consorcios con los distribuidores como lo señalaron los agentes mayoristas: Grupo Deltron, CompuDiskett y Tech Data del Perú.



Pese a mantener el interés en venderle al estado, algunos agentes (33.3% de ellos) mencionaron algunos aspectos a mejorar en este proceso, como son: la “mayor participación de consumibles compatibles”, “la prioridad a las pequeñas empresas se debe reflejar en el monto facturado sugerido para el postor/ el número de veces del valor referencial” y “el estado debe comprar solo a distribuidores autorizados/ certificación de calidad”.

## **VII. INSTRUMENTO DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN**

**SERVICIO DE CONSULTORIA:**

**“Determinación de las características del mercado, según rubros demandados por las entidades públicas”**

**Guía de Indagación para Tintas y Toner**

*Mi nombre es... trabajo en Lima Consulting y estoy haciendo unas consultas con el fin de tener mayor conocimiento sobre las características de la oferta de tintas y tóner. La información será manejada en estricta confidencialidad para fines de este Estudio. Muchas gracias por su participación y por su tiempo.*

*<<Entrevistas dirigidas a empresas involucradas con la importación de tintas y tóner >>*

**I. Aspectos generales de la oferta de tintas y tóner**

- ¿Cuál es el bien/servicio que principalmente ofrece su empresa?
- ¿Quiénes son sus principales proveedores de tintas y tóner? y ¿qué marcas le proveen cada uno de estos productos? y ¿con qué frecuencia compra?
- Respecto a la oferta de tintas y tóner ¿a quienes vende su empresa estos productos? (venta directa, distribuidores, mayoristas, minoristas, consumidores, etc.)
- Para aquellos que no venden directamente al Estado, ¿estaría interesado en venderle al Estado? Sí/ No. ¿Por qué?
- A parte de la importación ¿qué otras actividades de la cadena de distribución realiza su empresa?
- De sus compradores ¿qué empresas señala usted como principales clientes? y ¿cuál es la marca que estas empresas solicitan con mayor frecuencia?
- ¿Qué empresas considera ud. como sus competidores directos?

**II. Aspectos relacionados a tintas y tóner**

- ¿Cuáles son las marcas y las presentaciones de tintas y tóner con mayor demanda en el mercado?
- De las marcas con mayor demanda en el mercado ¿cuál es el precio de venta de cada uno de ellos?
- ¿Cuáles son las formas de pago de sus clientes?

LIMA CONSULTING  
Trinidad Morán 331 – Lince  
Telf.: 421-2818

**ESTUDIO SOBRE LAS CARACTERISTICAS DEL MERCADO**  
**- TINTAS Y TONER-**

No. \_\_\_\_\_  
...../..... /09

“Buenos días / tardes, soy entrevistador de Lima Consulting, estamos realizando una encuesta con el fin de obtener información sobre las características de la oferta de tintas y tóner en el mercado nacional. Le agradeceré me brinde unos minutos para hacerle algunas preguntas con respecto a este tema. Los datos que usted nos proporcione serán de carácter confidencial y sólo se utilizarán con fines estadísticos

**I. ASPECTOS RELACIONADOS A LA CADENA DE DISTRIBUCION**

01. ¿Cuál es la principal actividad que desarrolla la empresa dentro de la cadena de distribución?

- 01. Mayorista
- 02. Distribución
- 03. Minorista

02. ¿Qué otras actividades realiza su empresa?

- 01. Importación
- 02. Distribución
- 03. Minorista (especificar) \_\_\_\_\_

04. Venta al consumidor final

**II. CARACTERISTICAS**

03. ¿Quiénes son sus principales proveedores?

A. Mayoristas	B. Distribuidor
01. Hewlett Pakcard	10. Tech Data
02. Epson	11. Máxima Internacional
03. Canon	12. Computiskett
04. Lexmark	13. Deltron
05. Samsung	14. Intcomex

04. ¿A quienes considera Ud. como su principal cliente?

- 01. El estado
- 02. Empresas privadas
- 03. Usuario particular
- 04. Otros (especificar): \_\_\_\_\_

05. ¿Qué tipo se cartuchos de tinta y tóner vende?

- 01. Original
- 02. Compatible
- 03. Remanufacturado

06. ¿Cuál es la marca del cartucho con mayor demanda?

- 01. Hewlett-Packard (HP)
- 02. Canon
- 03. Epson
- 04. Lexmark
- 05. Samsung
- 06. Otro (especificar) \_\_\_\_\_

**III. INTERES EN SER PROVEEDOR DEL ESTADO**

07. ¿Aún mantiene el interés de proveerle al estado de cartuchos de tintas y/o tóner? Señale le razón de su respuesta

- 01. Mantiene el interés
- 02. No tiene interés

**DATOS DE CONTROL**

Nombre de la empresa \_\_\_\_\_

Nombre de la persona: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_