

**DETERMINACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE AGUA EN
BIDONES**

ÍNDICE

	Pág.
I.- Objetivos	2
II.- Metodología utilizada	2
III.- Conclusiones	5
IV.- Recomendaciones	7
V.- Desk Research	8
VI.- Análisis de los Resultados	15
VI.1 Análisis Cualitativo	15
VI.2 Análisis Cuantitativo	31
VII.- Instrumento de levantamiento de información	38
VIII.- Anexos	41
Cuadro de Empresas Proveedoras /Marcas de Producto	42
Información de Certificación según DIGESA	46
Cuadro de empresas entrevistadas y encuestadas (ambos estudios)	54

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 agua en bidones.
- Determinar el grado de concentración de los proveedores de agua en bidones, según la actividad en la que participan.
- Identificar a los proveedores inscritos en el Registro Nacional de Proveedores, que ofertan agua en bidones, así como su cobertura.

II. METODOLOGÍA UTILIZADA

1. Ámbito de Estudio

Estudio y análisis cualitativo y cuantitativo de las actividades y/o mercado correspondiente al producto agua en bidones.

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 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 productoras de agua envasada, así como aquellas que comercializan este producto.
 - Internet: Consultar Páginas de diferentes empresas cuya actividad sea la producción, distribución y comercialización (en menor o mayor escala) de agua en bidones, 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.
 - Páginas amarillas: Identificar y listar a las empresas que ofertan agua en bidones, así como datos y características.
 - Entre otras páginas de consulta como Adex, Ministerio de la Producción, etc.
- **Estudio Cualitativo:** Se efectuará entrevistas en profundidad a empresas involucradas elaboración y comercialización de agua en bidones, con la finalidad de obtener información referida a:
 - Actividad Principal y secundarias
 - Características del producto
 - Volumen de producción u oferta
 - Cobertura de mercado
 - Competidores
 - Presentación del producto
 - Interés ser proveedor del Estado

Se realizará 5 entrevistas de profundidad a las principales empresas de elaboración de agua en bidones.

➤ **Estudio Cuantitativo:** Se efectuara encuestas o entrevistas cuantitativas al grupo involucrado en la oferta y comercialización de agua en bidones, con la finalidad de obtener información referida a:

- Actividad Principal
- Otras actividades realizadas
- Proveedores directos
- Cobertura de mercado
- Principales clientes
- Competidores
- Marcas que ofertan
- Marcas con mayor participación en el mercado
- Interés en venderle al Estado y las razones de la decisión.
- Interés en ser proveedor del Estado en caso de reducción de la vigencia de contratos, así como las consecuencias de esta reducción.

Se realizará un promedio de 20 encuestas o entrevistas cuantitativas a personas involucradas con la oferta y comercialización de agua en bidones.

III. CONCLUSIONES

- La cadena logístico-productiva de agua envasada la conforman los agentes productores, mayoristas y minoristas. Las empresas más importantes en la producción de agua en bidón son: Unión de Cervecerías Peruanas Backus y Johnston, Corporación José R. Lindley, Ajeper y Embotelladora Demesa; siendo San Mateo, San Luis, Cielo y Demesa, respectivamente, la marca de agua que ellos elaboran. De los agentes mayoristas, destacan las empresas Mayorsa, Real Service y Distribuidora Premium.
- El mercado de agua en bidones es muy competitivo, por lo general tanto *productores* como agentes *mayoristas* efectúan ventas directas, es decir, llegan hasta el consumidor final; estos agentes, consideran a las instituciones del sector privado como "principales clientes".
- Las ventas institucionales de agua en bidón, por lo general está acompañado del traslado del producto, préstamo de envases y la instalación de los bidones de agua; si bien la venta de agua en bidón puede también incluir el préstamo de soportes, surtidores normales y eléctricos y dispensadores, además del servicio de mantenimiento y limpieza, estos aspectos adicionales se ven reflejados en el incremento del precio del producto.
- La división más clara en lo concerniente al agua de mesa envasada es con gas y sin gas, esta separación no es del todo exacta, ya que dentro de estos dos grupos existe una ligera variante en los tipos de agua envasada. Existen dos tipos de Agua de Bebida Envasada: el agua mineral y agua natural (de manantial y potable preparada).
- En la mayoría de los procesos de compra de agua en bidón por parte del Estado, el agua adquirida fue captada de la red pública o del subsuelo a través de pozos, las cuales reciben un tratamiento físico y/o químico para su consumo. Según lo anterior, Embotelladora Demesa capta agua de la red Pública y Corporación José R. Lindley capta agua de un pozo.
- La Embotelladora Demesa efectúa sus ventas sólo a través de dos distribuidoras, Premium y Vital Aqua, las cuales forman parte de la misma institución.
- En general, las empresas productoras de agua en bidón realizan la distribución de su producto, de ellos el 83.3% manifestó efectuar ventas tanto al por mayor como al por menor y sólo el 16.7% señaló que si bien realizan la distribución de su producto esto sólo es posible en ventas al por mayor (ventas corporativas).
- Respecto a los agentes mayoristas, el 91.7% de ellos efectúan la venta de bidones de agua tanto al por mayor (ventas corporativas) como ventas al por menor (usuario particular), asimismo sólo un 8.3% indicó vender sólo al por mayor.

- Por lo general, los *agentes mayoristas* señalaron como principal proveedor de agua en bidón a la Corporación José R. Lindley.
- A nivel general, el 66.7% de los entrevistados considera a las “empresas privadas” como su principal cliente, el 38.9% indica que es “El Estado”, finalmente con igual mención (5.6%) tenemos a los “Usuarios Particular” y las “Bodegas”.
- A nivel general, el 83.3% de los entrevistados coincidieron en señalar que es la marca de agua San Luis la de mayor participación en el mercado, seguida de la marca Demesa con 11.1% y finalmente la marca Cielo con un 5.6%.
- El 88.9% de los entrevistados manifestó “mantener aún interés en proveerle al Estado bidones de agua”, siendo “el volumen de ventas” (50.0%) la razón con mayor mención. El 11.1% de los entrevistados señalaron “no estar interesados en proveerle al Estado agua en bidón”, entre las razones de su negativa destaca la “burocracia existente en El Estado”, “El Estado no es su principal cliente” y “efectuarían ventas solo si así se lo requiere”.
- En caso de la reducción de los periodos de contratos, el 68.8% de los entrevistados manifestó que “sí mantendría el interés en proveerle al Estado agua en bidón”, un 25.0% indicó que “no estaría interesado” y sólo un 6.3% respondió que su interés estaría sujeto a evaluación “depende”. Entre las razones por la cual las empresas señalaron no estar interesados en proveerle al Estado agua en bidón en caso de que el periodo de contratación es más corto, tenemos: el 75.0% menciono que “no conviene, lo ideal es que los periodos sean de 1 a 2 años”, además el 25.0% señaló que “no sería interesante debido a la logística” ya que tendrían que invertir en tiempo en efectuar trámites y documentación, además del costo de transporte y personal.
- Respecto a los efectos de reducir los periodos de contratación, el 50.0% de los entrevistados señaló que generaría un “aumento en el precio” debido a la logística que implica trasladar el producto, la documentación que tendrían que realizar, un 37.5% indicó que “el precio se mantendría igual / no afectaría en nada” ya que sus precios son estables y/o fijos y finalmente un 12.5% mencionó que “no hay ganancia” debido a que la cantidad solicitada sería menor.
- La mayoría de entrevistados indicó que no cabe la posibilidad de poder alquilar sus soportes, dispensadores y/o surtidores, por ello no establecieron un valor referencial sobre el alquiler de estos equipos. Entre las principales razones de su negativa, el 42.9% indicó “no dan alquiler de soportes y/o dispensadores”, seguido “debemos mantener la imagen de la marca”, “fiscalización, por el tramite que implicaría dejar los equipos y luego retirarlos”, “sólo vendemos o prestamos cuando lo requieren” y “si se malogran, no pagarían el mantenimiento del equipo” cada una de éstas razones alcanzaron un 14.3% en mención.

IV. RECOMENDACIONES

- Se debe de uniformizar las características del agua solicitada en los procesos de adjudicación tanto para el agua tratada (de manantial o captada de la red pública) y mineral, con el fin de no inducir al error o al engaño.
- Los postores deberían de especificar la procedencia del agua que embotellan o tratan.
- En los procesos de compra de agua en bidón, el factor precio no debe ser una variable determinante para otorgar la buena pro, ya que se trata de un producto de consumo humano, se debería considerar el tipo de agua, el tratamiento que sigue para luego ser comercializada y la calidad del mismo.
- La documentación solicitada a los postores, dentro de los requerimientos técnicos mínimos, no sólo debe contemplar la Certificación de Digesa y el Plan Haccp, debido a que estos documentos no garantizan la calidad del agua que elaboran, sino que además deberían tomar en cuenta otros requisitos importantes, como: la habilitación sanitaria de la planta, constancia de cumplimiento del servicio y certificados de no haber incurrido en ningún tipo de penalidad, además de las certificaciones de calidad del producto más que la del servicio en si.
- La reducción de la vigencia de contratos ocasionaría el desinterés de varias de las empresas proveedoras de agua en bidón o el aumento de los precios del producto ofertado por las empresas aún interesadas en proveer al Estado en periodos más cortos.
- Se debe tener sumo cuidado con el agua comprada, debido a la existencia de un mercado informal, donde los envases vacíos de reconocidas marcas de agua son rellenos de agua de la red pública sin ningún tratamiento o proceso de purificación.

V. DESK RESEARCH

El consumo de agua embotellada en el Perú ha rebasado las expectativas puestas en este producto que, en los últimos años, ha ocupado la preferencia del público y originado que distintas empresas busquen desarrollar este mercado y promocionar el hábito de consumo del agua envasada, como ocurre en otras partes del mundo.

Si bien el agua de mesa no vende como las gaseosas, el notable crecimiento en las ventas en el mercado peruano está marcando una pauta importante que trasciende la temporada de verano y que está dejando márgenes importantes para las embotelladoras.



El consumo de agua embotellada continuará creciendo en el país durante el presente año y se prevé que tendrá un avance de 15% respecto del 2008, cuando alcanzó un total de 221 millones de litros¹.

1. CADENA DE DISTRIBUCIÓN

Los principales actores en el canal de distribución, desde la producción o elaboración de agua envasada, en nuestro país, hasta que llega al consumidor final, son: el productor, el mayorista, el distribuidor y el minorista.



La primera capa la forman los productores de agua envasada, los cuales venden sus productos a la segunda capa. En ésta se ubican los distribuidores quienes se proveen de los productores, la tercera capa está integrada por los minoristas o detallistas.

¹ Fuente: Arellano Investigación de Mercados

1.1 PRODUCTOR DE AGUA ENVASADA

En la primera capa de la cadena de distribución, se ubican las empresas productoras o elaboradoras de agua envasada, estos agentes cuentan con plantas embotelladoras en donde realizan el tratamiento del agua para luego comercializarlas.

La interacción entre productor y distribuidor no es exclusiva, ya que en muchos de los casos, estos agentes realizan ventas directas al consumidor final. Es decir, pueden proveer de agua en bidones tanto al sector privado, estatal, además del usuario particular a través de la venta al por menor, como se muestra en el siguiente esquema:



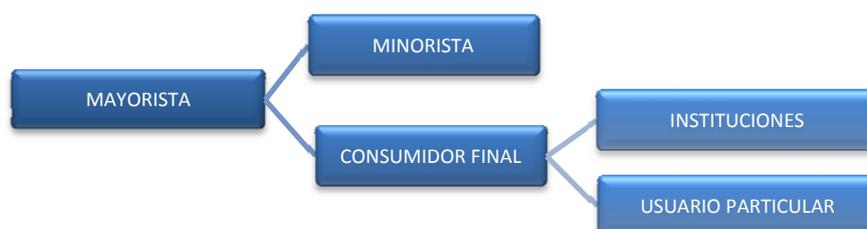
Son estos agentes los que abastecen al mercado local con agua envasada del tipo mineral, de manantial y/o agua captada de la red pública tratada para su posterior consumo.

Entre los productores, con mayor mención tenemos:



1.2 MAYORISTA

Los mayoristas representan la segunda capa en la cadena, estos agentes permiten la transferencia del agua en bidones entre los productores y los minoristas o detallistas, además de vender a consumidores finales, como se ilustra a continuación:



Debido a determinadas características y volúmenes de ventas, dentro de esta capa consideramos a:

- Mayoristas, los cuales además de ofertar agua en bidones también comercializan abarrotes, golosinas, artículos de limpieza del hogar, entre otros productos.



- Distribuidores, los cuales pueden ser exclusivos de una determinada marca, así como aquellos que ofertan variadas marcas de agua en bidones. Entre ellas tenemos a Distribuidora Premium, Vital Aqua.

La venta de estos agentes no necesariamente se rige por el volumen del producto. Es decir, por lo general, están orientados en realizar tanto ventas institucionales (venta al por mayor), así como las venta al por menor (usuario particular).

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, autoservicios, mercados, bodegas, entre otros. Cabe señalar que estos comercializadores no necesariamente se abastecen, de agua en bidones, a través de los agentes mayoristas, sino lo hacen directamente de los productores como pueden ser el caso de Hipermercados y supermercados y autoservicios.



Estos agentes, por lo general, efectúan la venta de agua envasada en variadas presentaciones, como son las botellas de 0.5 litro, 625 ml, 2.5 lt, 7lt y en menor volumen los bidones y cajas de agua de 19, 20, 21 lt.

2. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Las aguas de consumo público se clasifican en dos grupos, que son las Aguas Potables de Consumo Público y las Aguas de Bebida Envasadas que a su vez se distinguen en aguas del tipo mineral y agua natural (de manantial y potable preparada). Cada una tiene unas características tanto en su origen como en su distribución.

2.1 AGUAS POTABLES DE CONSUMO PÚBLICO

Son aquellas aguas no envasadas destinadas a consumo humano directo o incorporadas a productos alimenticios industriales.

Es lo que comúnmente conocemos como "agua del grifo" y surge de abastecimiento a las viviendas y locales mediante la red de abastecimiento público.



Han de cumplir los requisitos sanitarios de ausencia de contaminación microbiológica, parasitológica y química.

2.2 AGUAS DE BEBIDA ENVASADAS

Las Aguas de Bebida Envasadas, como hemos visto comprenden el agua de agua mineral, agua de manantial y agua potable preparada.

2.2.1 Agua Mineral

Son aguas del subsuelo o de manantiales que han pasado por procesos de purificación con la mínima intervención del hombre y que cuentan con una composición de sales minerales tales como calcio, magnesio, sodio, potasio y otros componentes.

Pueden precisar tratamientos físicos como la oxigenación la decantación o la filtración para la separación de elementos naturales indeseables.

Se permite su adición o eliminación de anhídrido carbónico. Pero está prohibido el uso de sustancias propias para la desinfección o modificación de su contenido microbiano.

Tal es el caso de agua San Mateo de Backus y de Socosani.



2.2.2 Agua Natural

Son aguas embotelladas cuyo único ingrediente es el agua. Son extraídas de pozos subterráneos o de manantiales, inclusive de la red pública, a las que no se le incorpora añadido alguno, sólo pasan por un proceso de clorificación y ozonificación para eliminar sus impurezas. Tal es el caso de agua Cielo, Cristalina, San Antonio, San Luis, Vida y Bonaqua.



Dentro del grupo de aguas naturales podemos diferenciar dos grandes subgrupos, como son: el agua de manantial y el agua potable preparada.

- **Agua de Manantial**

Las aguas de manantial son aquellas aguas potables de origen subterráneo que brotan espontáneamente por medio de un manantial o son extraídas por el hombre.

Pueden precisar tratamientos físicos para separar elementos indeseables. Se permite su adición o eliminación de anhídrido carbónico. Pero no se permite su potabilización.

- **Agua Potable Preparada**

El agua potable preparada es aquella agua de consumo que debe estar libre de contaminación microbiológica y parasitológica.

Se permite realizar tratamientos físico-químicos tales como la decantación, la filtración, la cloración, la ionización, etc. aunque estos modifiquen la composición química inicial del agua.

2.3 PROCESO DE EMBOTELLAMIENTO DEL AGUA

Para purificar agua se requieren una serie de pasos o procesos, cada uno de ellos remueve algún contaminante del agua. El mejor proceso de purificación, es aquel que tiene varios pasos integrados, como:

- Filtro de Sedimentos, que remueve los sólidos en suspensión.
- Carbón Activado, remueve cloro, olor, materia orgánica, etc.
- Osmosis Inversa, remueve sales disueltas y contaminantes como arsénico, plomo, cadmio, etc.
- Luz Ultravioleta y Ozono remueven virus y bacterias.

En cualquier caso, lo que verdaderamente encarece el producto final no es el agua. Un estudio elaborado por la investigadora de la Universidad de Ginebra Catherine Ferrier, por encargo del Fondo Mundial de la Naturaleza (WWF), afirmaba que el 90% como mínimo del coste real de una botella de agua se lo lleva el embotellado, el transporte, la distribución o las campañas de marketing.

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. Las empresas identificadas como productoras de agua envasada, son:

PRODUCTOR	EMPRESA	MARCA DE AGUA ELABORADA
	• PEBACO S.A.C.	• A GUA MINERAL DE MANANTIAL "EL MILAGRO"
	• AQUAWORKS PERU S.A.C.	• AQUA OASIS
	• AQUALIGHT S.A.C	• AGUA "AQUALIGHT"
	• BLUE WATER S.A.C	• AGUA "BLUE WATER"
	• HIELOS NORTE S.A.C.	• AGUA "AGUAFIEL"
	• UNION DE CERVECERA DEL PERU BACKUS Y JOHNSTON S.A.A	• AGUA MINERAL SAN MATEO
	• CORPORACION JOSE R. LINDLEY .S.A.	• AGUA "SAN LUIS" • AGUA "DASANI"
	• SANTA ROSA ELENA	• AGUA "EI POLO"
	• EMBOTELLADORA DEMESA S.A.	• AGUA "DEMESA"
	• EMBOTELLADORA TRISA E.I.R.L	• AGUA "ANDINA"
	• HIDRONOR E.I.R.L	• AGUA OZONIZADA "SANTA MARINA"

Entre las empresas mayoristas identificadas, inscritas en el Registro Nacional de Proveedores (RNP), tenemos:

	EMPRESA	MARCA DE AGUA COMERCIALIZADA
MAYORISTA	• REAL SERVICE S.A.C.	• SAN LUIS • SAN MATEO • CIELO • VIDA • DEMESA
	• MAYORSA	• SAN LUIS
	• OPERADORES DE DISTRIBUCION S.A	• SAN MATEO • SAN LUIS • CIELO
	• QUINHERSAC	• SAN LUIS • SAN MATEO
	• BAO TICLLA CARLOS HUGO	• AQUA OASIS

Entre las empresas distribuidoras identificadas, inscritos en el Registro Nacional de Proveedores (RNP), tenemos:

	EMPRESA	MARCA DE AGUA COMERCIALIZADA
DISTRIBUIDOR	• DISTRIBUIDORA PREMIUM	• AGUA DEMESA
	• GAMBARU S.A.C.	• AGUA CIELO
	• DISTRIBUIDORA VITAL AQUA	• AGUA DEMESA
	• DISTRIBUIDORA HENDAJUSA S.A.C.	• AGUA CIELO
	• COMERCIAL SAN ANDRES	• AGUA SAN LUIS
	• DISTRIBUIDORA EMBID S.R.L	• AGUA SAN LUIS
	• DISTRIBUIDORA DEL PACIFICO	• AGUA SAN LUIS
	• COMERCIAL PALACIOS	• SAN LUIS • CIELO
	• COMERCIAL FLORES	• SAN LUIS
	• CONSORCIO ROBLES	• SAN LUIS • CIELO

VI. ANÁLISIS DE RESULTADOS

El análisis de los resultados del Estudio tendrá dos enfoques: uno **cualitativo** a nivel de empresas que elaboran agua envasada, y otro **cuantitativo** a nivel de mayoristas y distribuidores, también inscritos en el RNP, los cuales han sido identificados en el capítulo anterior.

VI.1 ANÁLISIS CUALITATIVO

I. Aspectos generales de la oferta de agua en bidones

- La mayoría de entrevistados señalaron elaborar agua natural, dicha agua puede proceder de un manantial, de pozo o puede ser captada de la red pública, la cual después de proceso de tratamiento es comercializada.

“Somos productor de agua envasada (embotellada)”

PEBACO S.A.C

“Somos productores de la marca San Luis”

CORPORACIÓN J.R LINDLEY

“La embotelladora Demesa es la productora de agua envasada de la marca Demesa y la distribución se realiza a través de Premium y Vital Aqua que también pertenecen a la embotelladora”

EMBOTELLADORA DEMESA

“Somos productores de agua de mesa”

AQUALIGHT

“Producción y distribución de agua natural de mesa”

BLUE WATER

- Respecto a la marca de agua en bidones que ellos elaboran y comercializan , señalaron:

"Agua de mesa SAN LUIS, bebidas gasificadas"

CORPORACIÓN J.R LINDLEY

"Agua tratada purificada de la marca Demesa, en bidones de 20 litros, galoneras, cajas y hielo"

EMBOTELLADORA DEMESA

"Agua de mesa, marca Aqualight"

AQUALIGHT

"Agua de Natural, marca Blue Water"

BLUE WATER

"Agua Natural, El Milagro"

PEBACO S.A.C

Mencionaron además las presentaciones del agua envasada que ellos comercializan:

"Agua en bidón y caja de 20 lt"

CORPORACIÓN J.R LINDLEY

"Agua en bidón y caja de 20 lt, agua en galonera de 7 lt y caja dispensadora de 10lt"

EMBOTELLADORA DEMESA

"Agua en bidón de 10lt y 20 lt, bolsas de agua de 5lt, además de dispensador normales y eléctricos"

BLUE WATER

"Agua Mineral Milagro sin gas en bidón de policarbonato y polipropileno en 20 lt y envase descartable de 12lts"

PEBACO S.A.C

"Bidones de 20 litros"

AQUALIGHT

- Si bien todas los entrevistados señalaron realizar como principal actividad la “producción de agua en envasada”, la mayoría de ellos indicó realizar también la distribución de su producto, además de proveer agua en bidones a otros agentes como los mayoristas y/o distribuidores y/o minoristas.

“Realizamos ventas a los Distribuidores, empresas, así como al cliente particular, la venta puede ser al por mayor y al por menor. Nuestro producto está orientado al público en general, pero para los que le den el valor que merece por ser agua de manantial”

PEBACO S.A.C

“Contamos con dos canales: Directo, el cual atiende la demanda de las instituciones. El segundo canal son los Distribuidores, el cual a su vez atiende a bodegas y oficinas pequeñas y a los agentes Mayorista (los cuales también venden al Estado).

CORPORACIÓN J.R LINDLEY

“Los camiones son de otra empresa (Water Perú) los cuales llevan nuestros productos. Nosotros realizamos las ventas directamente o a través de dos distribuidores exclusivos de la marca, son los únicos”

BLUE WATER

Por lo general, las empresas realizan ventas tanto al por mayor como al detalle, solo CORPORACIÓN J.R LINDLEY indicó no efectuar ventas al por menor, ya que están orientados en atender la demanda de los Agentes Mayoristas, Distribuidores e Instituciones.

Sólo dos de los entrevistados indicaron no utilizar intermediarios en el proceso de comercialización de su producto, ya que ellos efectúan directamente sus ventas.

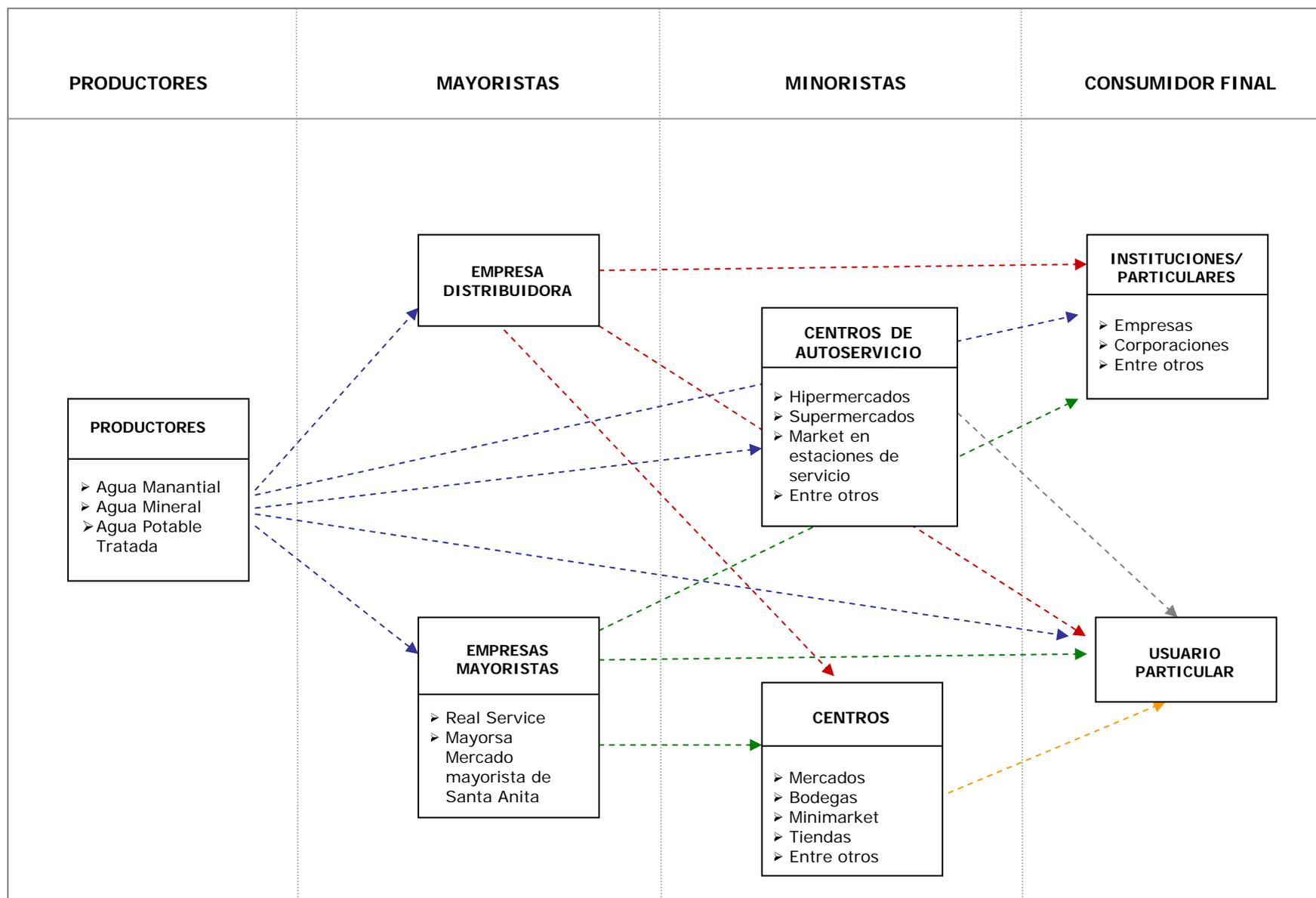
“Realizamos la distribución al por mayor y menor, no utilizamos intermediarios para la venta de nuestro producto”

AQUALIGHT

“Las distribuidoras Premium y Vital agua son quienes realizan la distribución, pero también podemos realizar ventas al por menor a través de distribuidoras”

EMBOTELLADORA DEMESA

La Embotelladora Demesa efectúa sus ventas sólo a través de dos distribuidoras, Premium y Vital Aqua, las cuales forman parte de la misma institución. Es decir, en general todas las ventas de la embotelladora se efectúan a través de Distribuidora Premium o Vital Aqua.



II. Mercado

- La mayoría señaló proveer de bidones de agua tanto a las instituciones particulares como Estatales, sin embargo cabe resaltar que son las Instituciones Particulares consideradas como principales clientes.

“No nos abocamos a las entidades del Estado, porque ellos optan por el precio más cómodo, ellos no pagan lo que nuestro producto vale realmente. Cuando nos presentamos en un concurso, lo hacemos más por nombre o por el prestigio que da tenerlos como clientes porque al final la ganancias son mínimas debido a la calidad del producto que ofrecemos”

PEBACO S.A.C

“Tenemos un mix de instituciones tanto particulares como Estatales. Nos centramos en venta corporativos. “No llegamos al mercado de forma horizontal, vendemos a corporaciones, autoservicios y estaciones de gas (Primax, Cuesti), además contamos con algunos puntos mayoristas (Home Expres, Villavicencio, entre otros), ahora también estamos realizando ventas de botellas personalizadas para Casino, Sanderver, Pueblo, El Polo, Control Travel, Rebús (alquila oficinas). Pero el 70% son ventas de agua en bidón”

EMBOTELLADORA DEMESA

“El Estado representa menos del 30% del volumen de ventas, el mayor punto de venta son las instituciones particulares”

CORPORACIÓN J.R LINDLEY

“Les vendemos tanto al sector privado como al Estado, pero principalmente el sector privado”

AQUALIGHT

“Le vendemos sobre todo a empresas, no realizamos ventas masivas ósea no vendemos a supermercados, casas, todavía es un mercado que recién vamos entrar. Pero sobretodo a instituciones particulares.”

BLUE WATER

- Al solicitar a los entrevistados, mencionar específicamente a sus principales clientes, ellos indicaron:

“De manera directa SUNAT, P.JUDICIAL, MINDES, PRONNA, MINSA, PRESIDENCIA DEL CONSEJO DE MINISTROS, ENTRE LAS MAS IMPORTANTES”

CORPORACIÓN J.R LINDLEY

“Tenemos cubierto el 80% de bancos, Mineras, Antamina, Cosapi, además de realizar ventas a autoservicio como Wong, Metro, lo cual nos da la garantía del producto que estamos vendiendo”

EMBOTELLADORA DEMESA

“Solo tenemos 3 clientes pertenecientes al sector Estatal”

AQUALIGHT

“Respecto empresas del Estado le proveemos a PETROPERU y ESSALUD”

BLUE WATER

- Respecto a las marcas de agua en bidones que consideran como competidores directos, los entrevistados señalaron:

“Demesa, Blue Water”

CORPORACIÓN J.R LINDLEY

“Por el tipo de producto que ofrecemos (agua de manantial), solo consideramos como competidores a los señores de San Mateo, ya que ellos cuentan con un buen producto, son reconocidos y la gente paga lo que ellos piden porque saben lo que están consumiendo”

PEBACO S.A.C

“Por la calidad, nuestra competencia es San Luis, pero su producto es agua osmonizada (quiere decir que hace un proceso de osmosis inversa para retirarle todas la sales minerales y luego le añade para compensar lo que le quito, esto quiere decir que es “agua destilada” y solo cumple la función de saciar las sed mas no restituir la energía perdida por la actividad que se realiza”

EMBOTELLADORA DEMESA

“Demesa, san Luis, El Milagro”

AQUALIGHT

“Consideramos a Demesa, a pesar de que ellos ofrecen otro tipo de agua, se abastecen a través de la red pública, pero dentro del mercado los consumidores no saben de la diferencia. También podemos considerar a Aqua Oasis”

BLUE WATER

III. Aspectos relacionados a agua en bidones

- Al consultar por la marca de agua en bidones con mayor participación en el mercado nacional, casi todas las empresas mencionaron a San Luis como la marca agua con mayor demanda o participación en el mercado.

“Mayor participación, es el agua de la marca San Luis”

PEBACO S.A.C

“Somos Líderes en el mercado, seguido de San Luis”

EMBOTELLADORA DEMESA

“En el sector Estatal es el líder Demesa, en el sector privado lo es San Luis”

AQUALIGHT

“La marca con mayor participación es Agua San Luis, debido a la marca y el respaldo de Coca-Cola, su precio en el mercado no baja de 15 soles”

BLUE WATER

- Se pidió a los entrevistados mencionar las características del agua en bidón que ellos elaboran, de esto, se obtuvo la siguiente descripción:

“Nosotros ofrecemos agua de manantial, el agua es trasladada de Huarochirí, invertimos en personal, tiempo de traslado, personal capacitado, no usamos agua de pozo tratada”

PEBACO S.A.C

“Ofrecemos agua tratada purificada, es agua captada de la red pública el cual pasa por varios filtros (pulidores, de carbón), ozonificación y luego obtengo tratada purificada a través del ozono”

EMBOTELLADORA DEMESA

“No utilizamos agua de la red pública, nosotros extraemos agua del subsuelo de Cieneguilla, lejos de la contaminación. El proceso no utilizamos químicos todo se realiza a través de procesos físicos”

AQUALIGHT

“Nosotros no tomamos agua de la red pública, obtenemos agua subterránea, pasa por osmosis inversa, filtro de carbón activado, iones de plata y al final por ozono luego es envasada.

BLUE WATER

- Entre los principales atributos del agua en bidones que ellos elaboran y además la diferencian de las demás marcas, los entrevistados manifestaron lo siguiente:

“Nosotros somos una empresa pequeña y lo que tratamos es concientizar a los clientes para que reconozcan el producto por ser agua de manantial, al hablar de agua de manantial hablamos de un producto natural que contienen Litio, Calcio, potasio, entre otros elementos, son productos más completos”.

PEBACO S.A.C

“Contamos con las Isos 9000 y 14000, además del respaldo de la marca Coca Cola. Contamos con un sistema de tratamiento de agua, por ello garantizamos la calidad”

CORPORACIÓN J.R LINDLEY

“Lo que nos diferencia es la atención personalizada.

Además contamos con la capacidad, experiencia de varios años realizando ventas al Estado, cumplimos con toda la documentación necesaria y ofrecemos buenos precios.

Nuestra empresa cuenta con HACCP, ISOS, Infraestructura (pedestales, préstamos dispensadores, surtidores, asignación de vasos) y una amplia red de distribución para atender varios puntos”

EMBOTELLADORA DEMESA

“Ofrecemos agua natural”

AQUALIGHT

“En el tema de calidad estamos sobre los demás, contamos con habilitación sanitariamente, validación del plan Haccp, VPM, estamos tramitando los Isos 9000 y la 22000 (solo lo tienen las plantas de alimentos). No usamos ningún tipo de químico en el proceso. Lo más importante de nuestro producto es que definitivamente su origen, el hecho de que no sea agua de la red pública que no contenga químicos”

BLUE WATER

- Respecto al interés por parte de las empresas en continuar participando en concursos para venderle al Estado agua en bidones, varias de las empresas coincidieron en señalar que aun mantienen interés en proveerle al Estado agua en bidones.

“Nos sentimos, en algunos casos, utilizados ya que cuando nos hacen una invitación para solicitar precios referenciales y con ello plantear luego una licitación, básicamente nos piden la cotización para ver ¿qué pasa? porque al final existe preferencia o simpatía por las embotelladoras que son sus proveedores actuales, es que siempre va a existir privilegiados, así uno se esmere en presentar una buena técnica”

PEBACO S.A.C

“Si, estamos interesados en venderle al estado”

CORPORACIÓN J.R LINDLEY

"Claro que si"

EMBOTELLADORA DEMESA

"Sí mantenemos el interés, aunque a disminuido debido a la burocracia existente en estos procesos"

AQUALIGHT

"Claro que tenemos interés en venderle al estado"

BLUE WATER

Si bien las empresas señalaron estar aun interesadas en proveerle al Estado agua en bidones, algunas de ellas añadieron que el nivel de su interés se ha visto disminuido, debido a las preferencias por algunas embotelladoras y por la burocracia existente en este tipo de procesos.

- Al indagar sobre los aspectos que creen deberían modificar, mejorar y/o deberían considerar en los próximos concursos, para la compra de agua en bidones, por parte de Estado, ellos manifestaron:

1. *Las empresas piden lo más barato, solo solicitan productos para apagar la sed, porque quieren economizar, con ese pensamiento no se puede liderar, salvo tal vez ofreciéndole ciertos servicios adicionales, otros detalles que al margen del precio le pueden causar simpatía (prestar surtidores, dispensadores).*

PEBACO S.A.C

1. *Se le da mucho peso a la variable precio y dejan de lado los aspectos más importantes como: el proceso de producción, las especificaciones.*
2. *En los procesos, los requerimientos técnicos mínimos son solo eso "mínimos", cualquier empresa de consumo masivo cuentan con registros sanitario y la validación HACCP; sin embargo no hay una evaluación más detallada como la verificación si los postores no han incurrido en ningún tipo de sanción y/o auditoria. Ya que se trata de un producto de consumo humano, no solo se debe tener en cuenta si cuentan con registros o certificados sino si también los respetan"*

CORPORACIÓN J.R LINDLEY

1. *Solo en algunos procesos solicitan HACCP, en otras solo analizan el precio sin analizar si el producto es de calidad.*
2. *En los procesos, la parte de requerimientos técnicos mínimos, está siendo muy suave, se debería exigir el HACCP y no solo considerar el registro sanitario.*
3. *Deberían realizar un seguimiento a las empresas ofertantes. además de considerar los documentos de cumplimiento de estudio y no haber incurrido en penalidades.*
4. *Respecto a las mejoras solicitadas en los procesos, otros postores ofrecen mejoras pero no necesariamente es de buena calidad y esto nos obliga a bajar nuestros precios para poder ganar.*
5. *En el sector privado solicitan además del HACCP, las Isos.*
6. *Deben considerar: como mínimo el HACCP, análisis microbiológico realizado por laboratorios acreditados por Indecopi, además de Isos”*

EMBOTELLADORA DEMESA

1. *En estos tipos de procesos lo que más consideran son los precios y no la calidad, por ello existen empresas que ofrecen productos de menor calidad y más baratos.*
2. *Ya hemos dejado de atender a varias instituciones del Estado debido a la burocracia existente, solo proveemos 2 o 3 instituciones de Estatales, porque no tenemos problema con el pago.*
3. *Todas las empresas que se hacen llamar productoras de agua cuentan con certificado de DIGESA y HACCP, y en los requerimientos técnicos mínimos no van más allá, esto no es suficiente para tener la seguridad que el producto que están comprando es de buena calidad.*
4. *Lo que deberían solicitar es que el agua no contenga sustancias químicas, con ello se limitaría a muchas empresas que no ofrecen un producto adecuado y con ello el Estado tendría la certeza de que están comprando un agua natural.*

AQUALIGHT

- 1. No es suficiente con la certificación de Digesa, lo ideal es la solicitud de "habilitación sanitaria".*
- 2. Digesa no visita u/o inspeccionada las plantas embotelladoras de agua para verificar los procesos. por ello este certificado no es suficiente.*
- 3. Las Isos 9000 o 9001 solo certifican la buena o adecuada atención al cliente, pero existen otras que pueden certificar la calidad del producto.*
- 4. El hecho de que el agua no te cause malestares no indica que el agua sea óptima. Entonces lo mínimo que se debe solicitar: certificación Digesa, HACCP, Habilidad Sanitaria de la planta.*

BLUE WATER

Los entrevistados, coincidieron en señalar que los requerimientos técnicos mínimos no solo deben contemplar la *Certificación de Digesa* y el *Plan HACCP*, ya que estos documentos no garantizan la calidad y seguridad del agua que se elabora, sino que además mencionaron otros requisitos que consideran importantes y mínimos en este tipo de proceso, como son:

Habilitación Sanitaria, Certificaciones de calidad (Iso 9000 y 9001), cumplimiento de estudio y no haber incurrido en penalidad.

- Respecto a la reducción de la vigencia de contratos, en general los entrevistados mostraron cierto malestar ya que consideran que la reducción de periodos (de 2 o 3 meses) complicaría su participación, se verían en la necesidad de evaluar si su participación resulta rentable debido al volumen solicitado.

"Tres meses es muy poco tiempo, medio año sería un buen periodo para participar, al brindar un servicio no siempre me ocasionaría un costo adicional.

PEBACO S.A.C

"Si los precios de vigencia fueran más cortos, también participaríamos, pero va a depender también del volumen del producto. La logística que se utiliza para atender una nueva institución es grande (como envases, surtidoras clásicos así como eléctricos) tal vez por el volumen solicitado y el periodo no es rentable atender el pedido"

CORPORACIÓN J.R LINDLEY

“Sería muy complicado, ya que el tema de implementación toma su tiempo, la inversión es lo que se tiene que evaluar si realmente para nosotros es rentable invertir por dos o tres meses lo que solicitan, (cada dispensador nos cuenta entre 150 a 200 dólares).

Consideramos que el tiempo adecuado es de 2 años, ya que muchos veces en el 1 año tratamos recuperar la inversión, con periodos largos tendríamos la garantía de recuperar la inversión”

EMBOTELLADORA DEMESA

“Sería mucho más complicado, como están los procesos de licitación ya es bastante complicado participar en ellos. Va a ser muy engorroso, no tiene sentido reducir la vigencia de contratos”

AQUALIGHT

“Mínimo debería ser 6 meses, porque esto implica logística y esto repercutiría en los precios. Uno se proyecta para un año. Al ser 3 meses implica pagar más distribución, gasolina, empleados, certificación que te solicitan algunas empresas”

BLUE WATER

- Por lo general, los entrevistados consideran que la reducción del periodo de contratos ocasionaría el incremento del precio de su producto.

“Uno tiene que brindar un buen servicio de atención, esto no me acarrearía mayor aumento en el precio, ya que ofrecemos precios bastante estables”

PEBACO S.A.C

“La logística que se utiliza para atender una nueva institución es grande (como envases, surtidoras clásicos así como eléctricos) esto ocasionaría el aumento en los precios”

CORPORACIÓN J.R LINDLEY

“No tiene sentido reducir la vigencia de contratos, si estos periodos son de un año se ofertarían precios más cómodos, por ejemplo si en un año solicitan 10,000 bidones obviamente se ofrecerían mejores precios, pero si fuera por 3 meses ósea solicitan 3,000 bidones el precio sería mayor, el producto se va encarecer. Además de ello las empresas tendríamos que preparar papeles, presentar documentos, legalizarlos y todo eso lo tendríamos que trasladar o cargar al Estado y del otro lado (para el Estado) sería también mucho más trabajo al estar realizando la misma convocatoria cada tres meses, eso incurriría también mayor gasto y tiempo de realizar la misma convocatoria”

AQUALIGHT

“Uno se proyecta para un año, la reducción del periodo (por ejemplo 3 meses) implica pagar más distribución, gasolina, empleados, certificación que te solicitan algunas empresas por ello esto repercutiría en los precios, cuando es por un año podemos cotizar hasta 8 soles pero en 3 meses el precio sería de 9 soles”

BLUE WATER

- Al solicitar información sobre el valor del alquiler de soportes, surtidores y dispensadores de agua en bidón, en lugar de retirarlos luego de concluido su periodo de contrato, las empresas elaboradoras de agua en bidón como Demesa y San Luis (empresas con mayor participación de ventas al estado) manifestaron categóricamente su negativa y por ello no establecieron un valor por el alquiler de estos.

Otras empresas como Blue Water y Pebaco señalaron que el alquiler de soportes, surtidores y dispensadores de agua en bidón puede ser posible, pero esto estaría sujeto a evaluación de la empresa, además de la garantía que pueden ofrecerle para un correcto cuidado y mantenimientos, es por ello que tampoco establecieron el valor de alquiler de sus equipos.

“No podríamos alquilar, nuestra rentabilidad está en la rotación del producto, ósea en la recompra en la reposiciones. Porque los equipos lo necesito para otro cliente”

EMBOTELLADORA DEMESA

“Como alquiler sería cuestión de sacar costos, me imagino que si existe la posibilidad y con la garantía de que se le va a dar un buen servicio, mantenimiento”

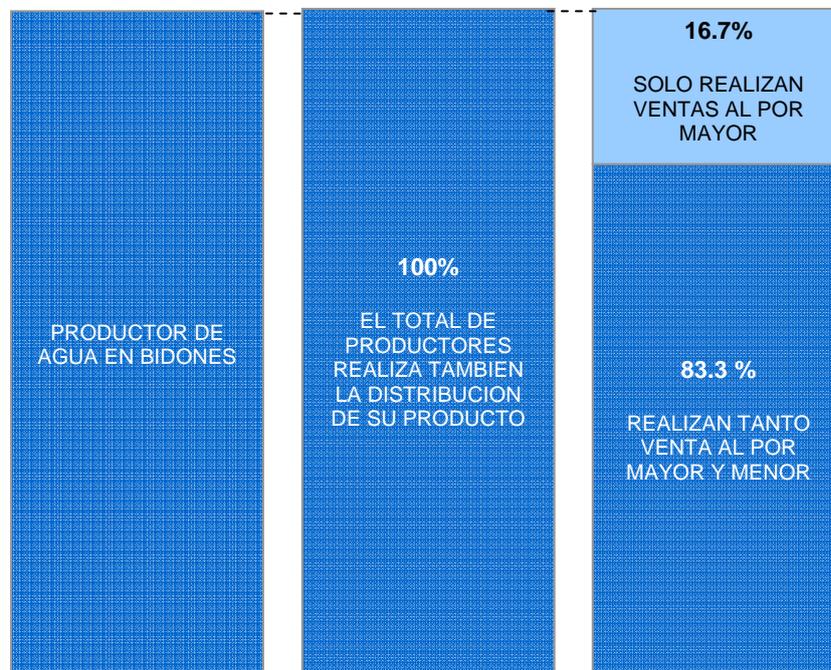
BLUE WATER

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 "productores de agua envasada", identificados e inscritos en el RNP, realizan la distribución de sus productos.



De los agentes productores, que además realizan la distribución de sus productos, el 83.3% 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 (usuario particular). Sólo el 16.7% señaló que si bien realizan la distribución de su producto esto sólo es posible al por mayor (ventas corporativas).

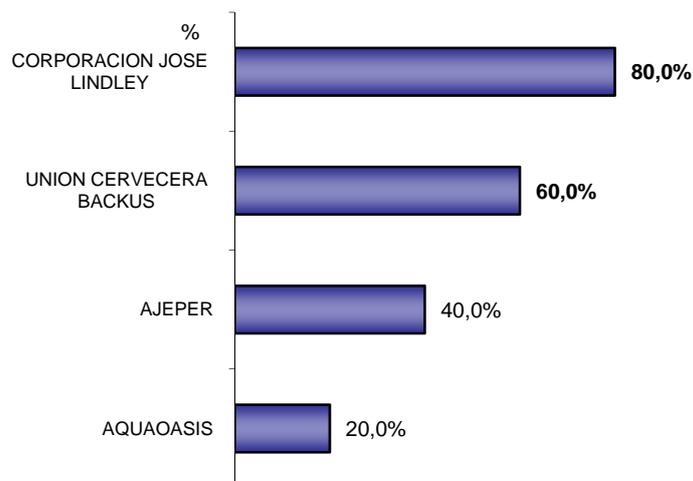
El 91.7% de los agentes mayoristas (empresas mayoristas y distribuidores), efectúan la venta de los bidones de agua tanto al por mayor como ventas al por menor, asimismo un 8.3% indicó vender sólo al por mayor.



2. CONCENTRACION SEGÚN LA ACTIVIDAD

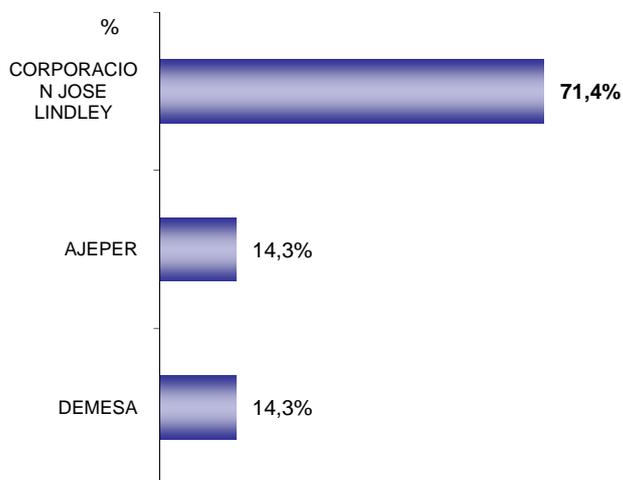
2.1 PRINCIPALES PROVEEDORES

Respecto a sus principales proveedores, de agua en bidón, el 80.0% de las empresas mayoristas mencionaron a Corporación José R. Lindley (San Luis), seguido de Unión Cervecerera Backus (San Mateo) con 60.0% en mención.



(Respuesta Múltiple)

Asimismo, las empresa de distribución señalaron como sus principales proveedores de bidones de agua a Corporación José Lindley (San Luis) con el 71.4%, seguido por AJEPER (Cielo) y DEMESA ambas con 14.3%.

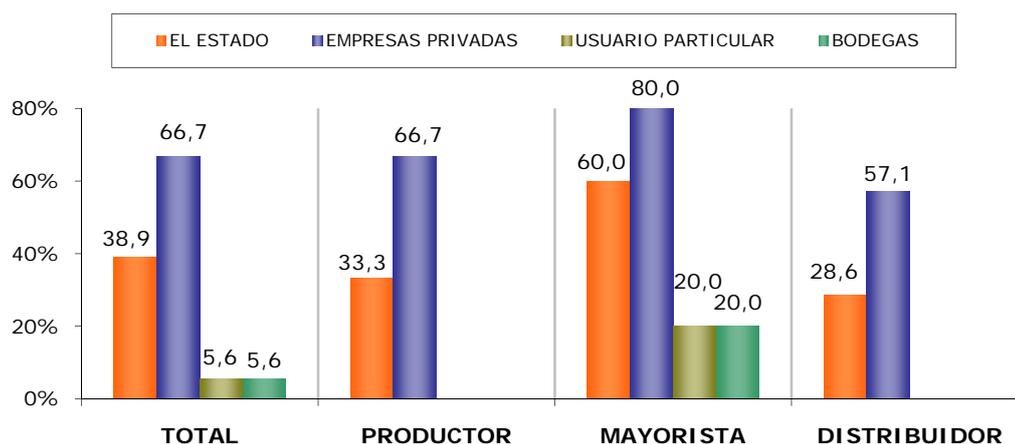


(Respuesta Múltiple)

De donde podemos concluir, por lo general los *agentes mayoristas* (empresas mayoristas y distribución) se abastecen de bidones de agua de la marca San Luis de Corporación José R. Lindley.

2.2 PRINCIPALES CLIENTES

A nivel general, el 66.7% de los entrevistados considera a "Las empresas privadas" como principal cliente, seguido con 38.9% al "Estado", finalmente al "Usuario Particular" y las "Bodegas" ambos con un 5.6%.



(Respuesta Múltiple)

Respecto a los Productores, el 66.7% señaló como principal cliente a las Empresas privadas y un 33.3% mencionó al Estado.

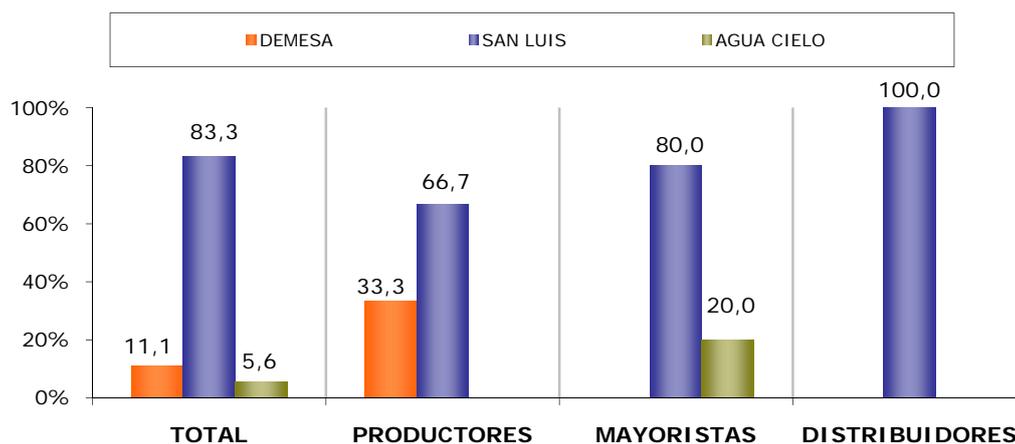
Las empresas mayoristas, consideran como principales clientes a las empresas privadas con 80.0%, seguida del Estado con 60.0% y finalmente al Usuario particular y Bodegas ambos con un 20.0%.

Respecto a las empresas de Distribución, el 57.1% de ellos señaló como principal cliente a las Empresas privadas y un 28.6% mencionó al Estado.

De donde podemos concluir que tanto para los *agentes productores* como *agentes mayoristas* (empresas mayoristas y distribuidores) las instituciones del sector privado son consideradas como principales clientes, seguido del Estado.

2.3 MARCAS DE AGUA EN BIDON CON MAYOR PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

A nivel general, la mayoría de entrevistados (83.3%) coincidieron en señalar que la marca de agua San Luis es la de mayor participación en el mercado, seguida de la marca DEMESA con 11.1% y finalmente la marca Cielo con un 5.6%.

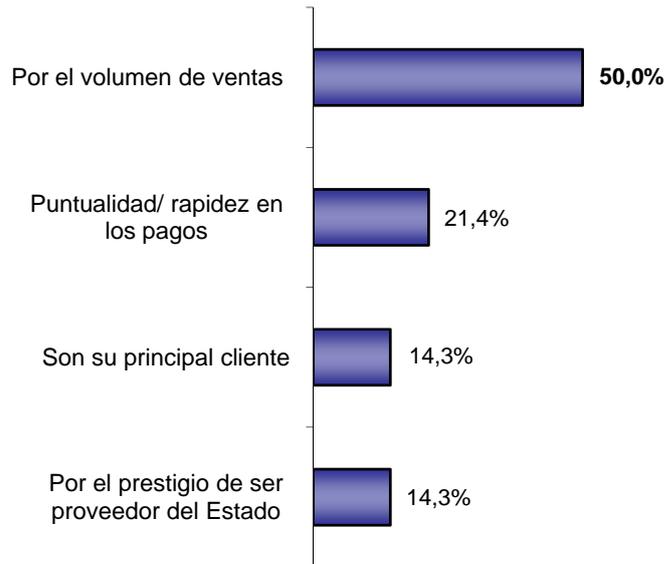


Respecto a los *Productores*, el 66.7% señaló a San Luis como la marca de agua en Bidón con mayor participación en el mercado y un 33.3% mencionó a Demesa.

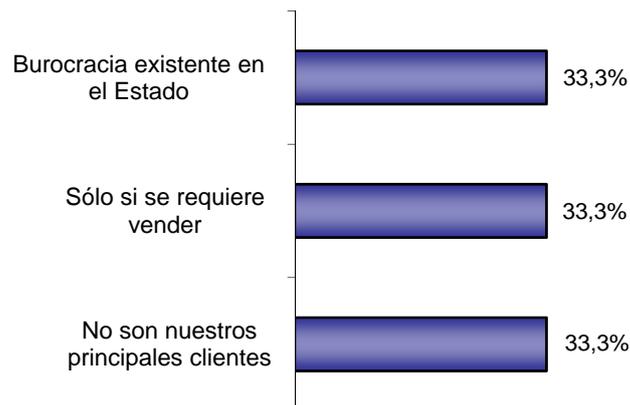
Respecto a los *agentes mayoristas* (empresas mayoristas y distribuidores) consideran a San Luis como la marca con mayor demanda.

3. INTERÉS DE PROVEERLE AL ESTADO

En general, el 88.9% de los entrevistados manifestó "mantener aún el interés en proveerle al Estado bidones de agua y el 11.1% señaló no tener interés proveer al Estado agua en bidón. Respecto a las razones de su interés, ellos mencionaron:



Entre las razones de porque las empresas entrevistadas no mantienen interés en ser proveedores del Estado respecto a agua en bidones, estos manifestaron:

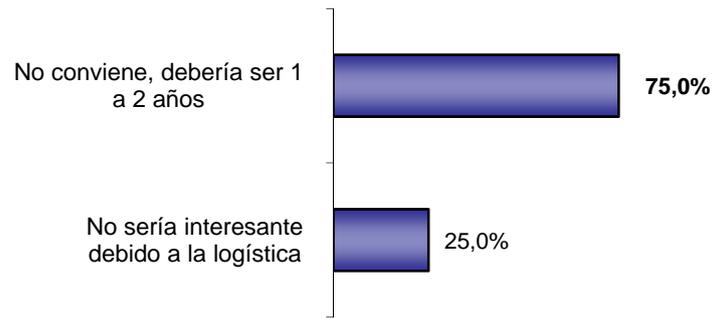


Entre las razones de su negativa destaca la "burocracia existente en El Estado", "El Estado no es su principal cliente" y que "efectuarían ventas sólo si así se lo requiere".

3.1 INTERÉS DE PROVEER AGUA EN BIDONES EN UN PERIODO MÁS CORTO

Al consultar sobre el interés de la empresa en caso de que la vigencia de contratos fuera menor a los normalmente establecido (1 año), el 68.8% de los entrevistados manifestó que "sí mantendría el interés", un 25.0% indicó que "no mantendría el interés" y un 6.3% respondió que su interés o desinterés "dependería" de varios factores.

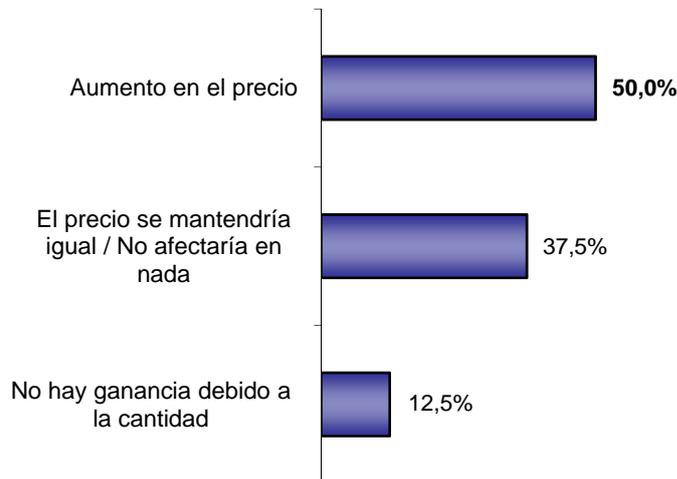
De los que señalaron no estar interesados en proveer al Estado agua en bidones en periodos cortos, ellos manifestaron las siguientes razones:



Entre las razones por la cual las empresas señalaron no estar interesados en proveerle al Estado agua en bidón en caso de que el periodo de contratación es más corto, tenemos: el 75.0% mencionó que “no conviene, lo ideal es que los periodos sean de 1 a 2 años”, además el 25.0% señaló que “no sería interesante debido a la logística” ya que tendrían que invertir en tiempo en efectuar trámites y documentación, además del costo de transporte y personal.

3.2 EFECTO DE UN PERIODO MÁS CORTO DE CONTRATACIÓN

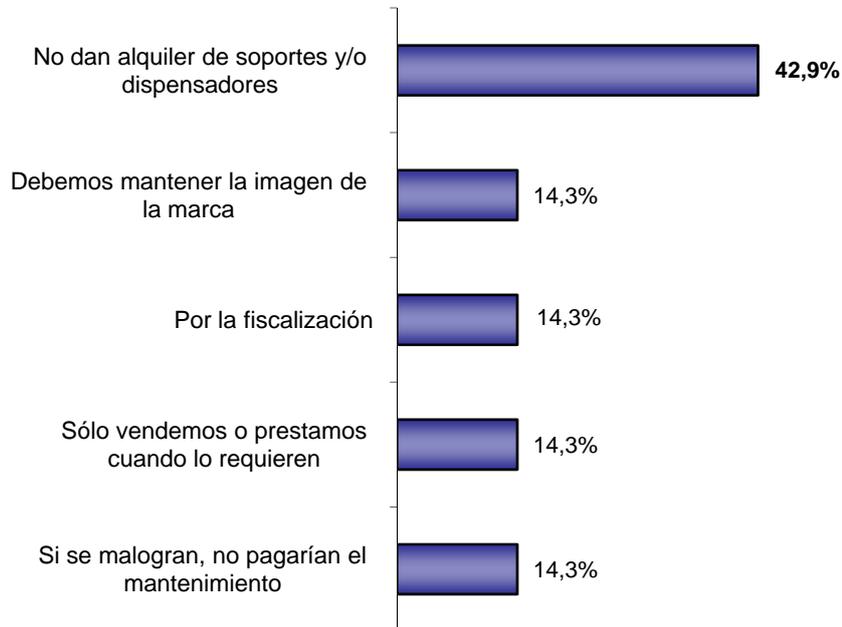
En general, 50.0% de los entrevistados señaló que generaría un “aumento en el precio” debido a la logística que implica trasladar el producto, la documentación que tendrían que realizar, un 37.5% indicó que “el precio se mantendría igual / no afectaría en nada” ya que sus precios son estables y/o fijos y finalmente un 12.5% mencionó que “no hay ganancia” debido a que la cantidad solicitada sería menor.



El 50.0% de los entrevistados señaló que la reducción de la vigencia de contratos generaría un “aumento en el precio” debido a la logística que implica trasladar el producto, la documentación que tendrían que realizar, un 37.5% indicó que “el precio se mantendría igual / no afectaría en nada” ya que sus precios son estables y/o fijos y finalmente un 12.5% mencionó que “no hay ganancia” debido a que la cantidad solicitada sería menor.

3.3 ALQUILER DE SOPORTES Y DISPENSADORES

En general, el 80.0% de los entrevistados manifestó que no realizaría el alquiler de soportes y dispensadores, entre las razones de tal negativa indicaron:



Entre las principales razones de su negativa, el 42.9% indicó "no dan alquiler de soportes y/o dispensadores", seguido de "debemos mantener la imagen de la marca", "fiscalización, por el tramite que implicaría dejar los equipos y luego retirarlos", "sólo vendemos o prestamos cuando lo requieren" y "si se malogran, no pagarían el mantenimiento del equipo" cada una de éstas razones alcanzaron un 14.3% en mención.

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

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 agua en bidones. 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 comercialización de agua en bidones >>

I. Aspectos generales de la oferta de agua en bidones

- ¿Cuál es el bien/servicio que principalmente ofrece su empresa?
- ¿Qué marca de agua en bidón su empresa comercializa? y ¿en qué presentaciones?
- ¿Cuál es la actividad principal de su empresa? (productor, mayorista, distribuidor, minorista)
- ¿Qué otras actividades, de la cadena logístico-productiva, realiza su empresa? (productor, mayorista, distribuidor, minorista, venta al consumidor final)

II. Mercado

- Respecto a la oferta de agua en bidones, ¿a quién su empresa vende principalmente este producto? (Estado, Instituciones Particulares, Consumidor Final, Distribuidor, etc.)
- De sus compradores ¿qué empresas señala usted como principales clientes? y ¿cuál es la presentación que estas empresas solicitan con mayor frecuencia?
- ¿Qué empresas considera Ud. Como sus competidores directos?

III. Aspectos relacionados a agua en bidones

- ¿Cuál es la presentación de agua en bidones con mayor demanda en el mercado, según cliente? y de cada una de ellas indicar ¿quiénes son las clientes o compradores que la solicitan?
- De las presentaciones con mayor demanda en el mercado ¿cuál es el precio de venta de cada uno de ellas?
- ¿Cuáles son las características del producto que Ud. oferta?
- En comparación de otros comercializadores de agua en bidones ¿qué atributo considera usted lo diferencian de las otras empresas? y ¿Por qué el estado debe comprarle a Ud. y no a otros productores?

IV. Interés en venderle al Estado

- ¿Aun su empresa mantiene interés en participar en concursos para venderle el Estado?
- Para las empresas que no han registrado ventas al Estado en los últimos 2 años ¿Considera Ud. que existen algunos factores a considerar o cambiar en el proceso de adjudicación?
- Ud. mantendría interés el proveerle al Estado bidones de agua, si el periodo de contratación sería más corto, es decir vigencia fuera trimestral o bimestral.
- En el caso reducción de periodos de vigencia de contrato, ¿cómo afectaría ello?, en lugar de retirar sus los soportes, surtidores y/o dispensadores ¿cabe la posibilidad de que Ud. pueda alquilarlos? ¿Podría establecer el valor de alquiler de estos soportes y dispensadores?

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

ESTUDIO SOBRE LAS CARACTERISTICAS DEL MERCADO
- BIDONES DE AGUA-

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 agua en bidones 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. Productor
- 02. Mayorista
- 03. Distribución
- 04. Minorista

02. Solo para productores ¿Qué otras actividades de la cadena de distribución realizan?

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

03. ¿Las ventas se efectúan?

- 01. Solo al por mayor
- 02. Solo al por menor
- 03. Tanto al por mayor como al por menor

II. CARACTERISTICAS

04. Solo para agentes mayoristas, distribuidores o minoristas ¿Quiénes son sus principales proveedores?

A. Empresa	B. Marca
01. Corporación José Lindley	
02. Unión cervecera Backus	
03. Embotelladora Demesa	
04.	

05. ¿A quienes considera ud. como su principal cliente?

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

06. Respecto al mercado en general ¿Cuál es la marca agua en bidón con mayor demanda? (indicar el orden)

- 01. Demesa
- 02. San Luis
- 03. Otros (especificar):

III. INTERES EN SER PROVEEDOR DEL ESTADO

07. ¿Aún mantiene el interés de proveerle al estado agua en bidones?

- 01. Mantiene el interés
- 02. No tiene interés ¿Por qué?

.....
.....

0.8 ¿Ud. mantendría interés el proveerle al Estado bidones de agua, si el período de contratación fuera más corto (vigencia trimestral o bimestral)?

- 01. Si
- 02. No ¿Por qué?

.....

03. Otros:

09. Según la pregunta anterior ¿Cómo afectaría ello?

.....

10. En lugar de retirar sus los soportes, surtidores y/o dispensadores ¿cabe la posibilidad de que Ud. pueda alquilarlos?

.....

¿Podría establecer el valor de alquiler de estos soportes y dispensadores?

.....

DATOS DE CONTROL

Nombre de la empresa :

Nombre de la persona:

Cargo:

VIII. ANEXOS

PROVEEDORES DE TINTAS Y TONERS

Relación de empresas inscritas en Registro Nacional de Proveedores, según la actividad principal que desempeñan consideradas como agentes *Mayoristas* de suministros para impresoras, específicamente tintas y tóner:

	EMPRESA	MARCA DE TINTAS Y/O TONER QUE COMERCIALIZAN
IMPORTADOR MAYORISTA	SISTEMA DE CODIFICACION SOCIEDAD ANONIMA - SISCODE S.A	<ul style="list-style-type: none"> • RISO
	GRUPO DELTRON S.A.	<ul style="list-style-type: none"> • HP • CANON • XEROX
	COMPUDISKETT	<ul style="list-style-type: none"> • BROTHER • CANON • EPSON • HP • LEXMARK • XEROX • OKIDATA • SAMSUNG
	INSUMOS Y ACCESORIOS DE OFICINA S.A.C.	<ul style="list-style-type: none"> • HP • EPSON • CANON • LEXMARK
	PERU OFFICE S.A.	<ul style="list-style-type: none"> • RICOH
	TAVIMAG S.A.	<ul style="list-style-type: none"> • GESTENER • RICOH • RISO • DUPLO • SEIKI
	UNITED AGENCIES S A SUC PERU (AGUNSA)	<ul style="list-style-type: none"> • BROTHER
	VISUAL SYSTEM S S.A.C	<ul style="list-style-type: none"> • HP • LEXMARK • XEROX • EPSON
	TECH DATA DEL PERU	<ul style="list-style-type: none"> • HP • CANON • EPSON • LEXMARK • SAMSUNG

	MAXIMA INTERNACIONAL S.A.	<ul style="list-style-type: none"> • CANON • XEROX • CANON • LEXMARK
	COMERCIAL DENIA S.A.C.	<ul style="list-style-type: none"> • HP • KYOCERA
	PRINTER KOPIER DIGITAL SOLUTIONS SAC	<ul style="list-style-type: none"> • CARTUCHOS COMPATIBLES DE LA MARCA PRINKO
	J&M SUMINSTROS SAC	<ul style="list-style-type: none"> • CARTUCHOS COMPATIBLES Y REMANUFACTURADOS (HP, EPSON, CANON, LEXMARK, IBM, APPLE) DE LA MARCA DESPRO
	CORPORACION LATINOAMERICANA DE SERVICIOS TECNOLOGICOS S.A.C.	<ul style="list-style-type: none"> • HP • EPSON
	IMPORTACIONES HIRAOKA S.A.C.	<ul style="list-style-type: none"> • CANON • HP • LEXMARK • EPSON • XEROX
	GEM INTERNATIONAL COMPANY (PERU)	<ul style="list-style-type: none"> • HP • BROTHER • SHARP • COMPATIBLE: • CANON • EPSON • XEROX
	DAT & NET DEL PERU S.A	<ul style="list-style-type: none"> • OKIDATA • PRINTONIC • IOMEGA
	KBO INTERNATIONAL PERU S.A.C.	<ul style="list-style-type: none"> • CARTUCHOS COMPATIBLES DE LA MARCA KBO
	REPRODATA	<ul style="list-style-type: none"> • CANON • SHARP
	MAQUINARIAS JAAM S.A	<ul style="list-style-type: none"> • MINOLTA • KATUN • PREMIUN

PROVEEDORES DE AGUA EN BIDON

Relación de empresas inscritas en Registro Nacional de Proveedores, clasificadas según la actividad principal que desempeñan dentro de la cadena de distribución, específicamente del producto agua en bidones:

PRODUCTOR	EMPRESA	MARCA DE AGUA ELABORADA
	• PEBACO S.A.C.	• A GUA MINERAL DE MANANTIAL "EL MILAGRO"
	• AQUAWORKS PERU S.A.C.	• AQUA OASIS
	• AQUALIGHT S.A.C	• AGUA "AQUALIGHT"
	• BLUE WATER S.A.C	• AGUA "BLUE WATER"
	• HIELOS NORTE S.A.C.	• AGUA "AGUAFIEL"
	• UNION DE CERVECERA DEL PERU BACKUS Y JOHNSTON S.A.A	• AGUA MINERAL SAN MATEO
	• CORPORACION JOSE R. LINDLEY .S.A.	• AGUA "SAN LUIS" • AGUA "DASANI"
	• SANTA ROSA ELENA	• AGUA "EI POLO"
	• EMBOTELLADORA DEMESA S.A.	• AGUA "DEMESA"
	• EMBOTELLADORA TRISA E.I.R.L	• AGUA "ANDINA"
	• HIDRONOR E.I.R.L	• AGUA OZONIZADA "SANTA MARINA"

MAYORISTA	EMPRESA	MARCA DE AGUA COMERCIALIZADA
	• REAL SERVICE S.A.C.	<ul style="list-style-type: none"> • SAN LUIS • SAN MATEO • CIELO • VIDA • DEMESA
	• MAYORSA	• SAN LUIS
	• OPERADORES DE DISTRIBUCION S.A	<ul style="list-style-type: none"> • SAN MATEO • SAN LUIS • CIELO
	• QUINHERSAC	<ul style="list-style-type: none"> • SAN LUIS • SAN MATEO
	• BAO TICLLA CARLOS HUGO	• AQUA OASIS

DISTRIBUIDOR	EMPRESA	MARCA DE AGUA COMERCIALIZADA
	• DISTRIBUIDORA PREMIUM	• AGUA DEMESA
	• GAMBARU S.A.C.	• AGUA CIELO
	• DISTRIBUIDORA VITAL AQUA	• AGUA DEMESA
	• DISTRIBUIDORA HENDAJUSA S.A.C.	• AGUA CIELO
	• COMERCIAL SAN ANDRES	• AGUA SAN LUIS
	• DISTRIBUIDORA EMBID S.R.L	• AGUA SAN LUIS
	• DISTRIBUIDORA DEL PACIFICO	• AGUA SAN LUIS
	• COMERCIAL PALACIOS	<ul style="list-style-type: none"> • SAN LUIS • CIELO
	• COMERCIAL FLORES	• SAN LUIS
• CONSORCIO ROBLES	<ul style="list-style-type: none"> • SAN LUIS • CIELO 	

REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS

La información que se muestra a continuación fue obtenida de la página en internet de La Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA), dicha página contiene información actualización al 26/11/09.

EMPRESA	COD. REG. SANITARIO	N° CERTIFICADO	EXPEDIENTE	PRODUCTO	CLASIFICACION	ESTADO
PEBACO S.A.C.	P00013	03970-2004	3922 - 2004 R	AGUA MINERAL DE MANANTIAL SIN GAS "EL MILAGRO", en botellón de policarbonato de 20, 12 y 5 lt., bidón de polietileno de 5 gal.	AGUA MINERAL NATURAL	VENCIDO
	P01006	03970-2004	3922 - 2004 R	AGUA MINERAL DE MANANTIAL CON GAS "EL MILAGRO", en botella PET de 600, 750, 1000, 1500 ml.	AGUA MINERAL GASIFICADA	VENCIDO
CORPORACION JOSE R. LINDLEY S.A.	P0605606	03502-2006	2780 - 2006 R	AGUA DE MESA SIN GAS "SAN LUIS", en envase PET de 500, 650 ml., 2.25, 2.50 lt.	AGUA DE MESA SIN GAS	VIGENTE
	P02095	04203-2005	4044 - 2005 R	AGUA DE MESA CON GAS "SAN LUIS", en envase de vidrio de 296 ml., PET de 650 ml., 2.5 lt., bag in box (bolsa en caja) 20 lt., bidones de 19 y 20 lt.	AGUA DE MESA CON GAS	VIGENTE
	P06241	04203-2005	4044 - 2005 R	AGUA DE MESA SIN GAS "SAN LUIS", en envase de vidrio de 296 ml., PET de 650 ml., 2.5 lt., bag in box (bolsa en caja) 20 lt., bidones de 20 lt.	AGUA DE MESA SIN GAS	VIGENTE
BLUE WATER S.A.C.	P06237	03928-2005	3967 - 2005 R	AGUA DE MESA SIN GAS "BLUE WATER", en botellón de policarbonato de 10 - 20 lt., botellas PET de 0.50, 0.65, 1.00, 1.20, 2.00, 2.50, 3.00, 4.00, 5.00 lt., bolsas PEBD de 2.00, 3.00, 4.00, 5.00 y 8.00 lt.	AGUA DE MESA SIN GAS	VIGENTE

AQUALIGHT S.A.C.	P06126	01129-2004	1118 - 2004 R	AGUA DE MESA SIN GAS "AQUALIGHT", en bidón policarbonato de 20 litros y en botellas PET de plástico x 355, 500, 650, 680 ml, y de 1, 2, 3, y 5 litros.	AGUA DE MESA SIN GAS	VENCIDO
EMBOTELLADORA DEMESA S.A.	P06164	00122-2005	56 - 2005 R	AGUA DEMESA "DEMESA", en bidón de policarbonato de 11.4, 20 lt., 5 gl., bolsa de polietileno sobre empaque de 10, 20 lt., botella PET de 0.355, 0.620, 0.720, 2, 5 lt., galonera de polipropileno de 10 lt.	AGUA DE MESA SIN GAS	VIGENTE
	P02068	00122-2005	56 - 2005 R	AGUA DE MESA CON GAS "DEMESA", en botella PET de 0.355, 0.620, 0.720, 2 lt.	AGUA DE MESA CON GAS	VIGENTE
HIELOS NORTE S.A.C.	P06222	02729-2005	1645 - 2005 R	AGUA DE MESA SIN GAS "AGUAFIEL", en botellón de policarbonato de 20 lt.	AGUA DE MESA SIN GAS	VIGENTE
	P06223	02729-2005	1645 - 2005 R	AGUA DE MESA "AGUAFIEL", en botella de polietileno tereftalato de 1.5 lt., 750 ml.	AGUA DE MESA SIN GAS	VIGENTE
UNION DE CERVECERIAS PERUANAS BACKUS Y JOHNSTON S.A.A.	P0000309	03260-2009	13650 - 2009 R	AGUA MINERAL DE MANANTIAL SIN GAS "SAN MATEO", en botella de vidrio de 296 ml., botellas de plástico PET de 355, 600, 2500 ml., botellón de policarbonato de 21 lt.	AGUA MINERAL NATURAL	VIGENTE
	P0100109	03259-2009	13653 - 2009 R	AGUA MINERAL DE MANANTIAL CON GAS "SAN MATEO", en botella de vidrio de 296 ml., botellas de plástico PET de 355, 600, 1600 ml.	AGUA MINERAL GASIFICADA	VIGENTE
SANTA ROSA ELENA E.I.R.L.	P06196	01129-2005	86 - 2005 R	AGUA DE MESA DEL POLO "SANTA ROSA ELENA EIRL.", en botellones de policarbonato de 20 lt.	AGUA DE MESA SIN GAS	VIGENTE
	P09012	01129-2005	86 - 2005 R	HIELO DE MESA DEL POLO "SANTA ROSA ELENA EIRL.", en bolsas de polietileno de 2 y 4 ls	Hielo para consumo Humano	VIGENTE

ENRIQUE CASSINELLI E HIJOS S.A.C.	P0605407	04853-2007	3015 - 2007 R	AGUA DE MESA SIN GAS "CASSINELLI", en botella PET de 650 ml., botella de policarbonato de 20 lt.	AGUA DE MESA SIN GAS	VIGENTE
	P0201807	04853-2007	3015 - 2007 R	AGUA DE MESA CON GAS "CASSINELLI", en botella PET de 650 ml.	AGUA DE MESA CON GAS	
AQUAWORKS PERU S.A.C.	NO SE ENCONTRÓ INFORMACIÓN					

VALIDACIÓN TÉCNICA DEL PLAN HACCP

EMPRESA	DIR. ESTABLECIMIENTO	DEPARTAMENTO	EXPEDIENTE	ESTADO
PEBACO S.A.C.	----	LIMA	80-2006-CH	NO PRECISA
BLUE WATER S.A.C	AVENIDA LOS ROSALES MZ.C, LOTE 5 URB. LOS HUERTOS DE PACHACAMAC	LIMA	10489-2009-B	ACEPTADO
CORPORACION JOSE R. LINDLEY .S.A.	AV. MANUEL SANTA CHIRI N°903 LUREN	ICA	14030-2009-CH	ACEPTADO
	CALLE CARRETERA A LA TINKA KM 1.5 DISTRITO BELLAVISTA	PIURA	14618-2009-CH	
	JR. CAJAMARCA N° 371	LIMA	13162-2009-CH	
	AV. MANSICHE N°489	LA LIBERTAD	13164-2009-CH	
	JR. CAJAMARQUILLA 1241 URB. ZARATE	LIMA	16489-2009-CH	
AQUAWORKS PERU S.A.C.	NO SE ENCONTRO INFORMACION			
AQUALIGHT S.A.C.	NO SE ENCONTRO INFORMACION			
SANTA ROSA ELENA E.I.R.L.	NO SE ENCONTRO INFORMACION			

UNION DE CERVECERIAS PERUANAS BACKUS Y JOHNSTON S.A.A.	JR. CHICLAYO NRO. 594	LIMA	8286-2008-CH	ACEPTADO
	VARIANTE DE UCHUMAYO 1801	AREQUIPA	13608-2008-CH	
	AV. NICOLAS AYLLON N° 4050 CARRETERA CENTRAL	LIMA	17668-2008-CH	
	AV. INDUSTRIAL RICARDO BENTIN MUJICA N° 1101	LAMBAYEQUE	13222-2009-CH	
	AV. INDUSTRIAL RICARDO BENTIN MUJICA N° 1101	LAMBAYEQUE	13223-2009-CH	
	AV. DE LA CULTURA N° 725 CUSCO	CUSCO	25550-2009-CH	
ENRIQUE CASSINELLI E HIJOS SAC	PANAMERICANA NORTE KM 558	LA LIBERTAD	16947-2008-B	NO PRECISA
HIELOS NORTE S.A.C.	EX FUNDO LARREA - KM. 562 PANAMERICANA NORTE LOTE 9	LA LIBERTAD	11866-2008-CH	NO PRECISA
EMBOTELLADORA DEMESA S.A.	AV. REPUBLICA DE PANAMA N° 4151	LIMA	24073-2009-CH	ACEPTADO
ENRIQUE CASSINELLI E HIJOS S.A.C.	NO SE ENCONTRO INFORMACION			

HABILITACIÓN SANITARIA DE ESTABLECIMIENTO

EMPRESA	DIR. ESTABLECIMIENTO	DEPARTAMENTO	EXPEDIENTE	ESTADO
CORPORACION JOSE R. LINDLEY .S.A.	JR. CAJAMARQUILLA 1241 URB. ZARATE	LIMA	552-2006-B	ACEPTADO
CORPORACION JOSE R. LINDLEY .S.A.	JR. CAJAMARQUILLA 1241 URB. ZARATE	LIMA	553-2006-B	
CORPORACION JOSE R. LINDLEY .S.A.	JR. CAJAMARCA N° 371	LIMA	1802-2008-B	
CORPORACION JOSE R. LINDLEY .S.A.	JR. CAJAMARQUILLA 1241 URB. ZARATE	LIMA	1798-2008-B	
CORPORACION JOSE R. LINDLEY .S.A.	JR. CAJAMARQUILLA 1241 URB. ZARATE	LIMA	16488-2009-B	
ENRIQUE CASSINELLI E HIJOS SAC	PANAMERICANA NORTE KM 558	LA LIBERTAD	1063-2008-B	NO SE ESPECIFICA
EMBOTELLADORA DEMESA S.A.	AV. REPUBLICA DE PANAMA N°4151	LIMA	329-2007-B	NO SE ESPECIFICA
BLUE WATER S.A.C	AVENIDA LOS ROSALES MZ.C, LOTE 5 URB. LOS HUERTOS DE PACHACAMAC	LIMA	10489-2009-B	ACEPTADO
SANTA ROSA ELENA E.I.R.L.	NO SE ENCONTRO INFORMACION			
UNION DE CER PER BACKUS Y JOHNSTON S.A.A	NO SE ENCONTRO INFORMACION			
HIELOS NORTE S.A.C.	NO SE ENCONTRO INFORMACION			

AQUAWORKS PERU S.A.C.	NO SE ENCONTRO INFORMACION
AQUALIGHT S.A.C.	NO SE ENCONTRO INFORMACION
PEBACO	NO SE ENCONTRO INFORMACION
EMBOTELLADORA DEMESA	NO SE ENCONTRO INFROMACION

CUADRO DE RESUMEN – INFORMACIÓN DE DIGESA

EMPRESA	PRODUCTO	REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS (ESTADO)	VALIDACIÓN TÉCNICA DEL PLAN HACCP (ESTADO)	HABILITACIÓN SANITARIA DE ESTABLECIMIENTO (ESTADO)
PEBACO S.A.C.	AGUA MINERAL DE MANANTIAL "EL MILAGRO"	VENCIDO	NO PRECISA ESTADO	NO SE ENCONTRO INFORMACION
CORPORACION JOSE R. LINDLEY S.A.	AGUA DE MESA "SAN LUIS"	VIGENTE	ACEPTADO	ACEPTADO
BLUE WATER S.A.C.	AGUA DE MESA "BLUE WATER"	VIGENTE	ACEPTADO	ACEPTADO
AQUALIGHT S.A.C.	AGUA DE MESA "AQUALIGHT"	VENCIDO	NO SE ENCONTRO INFORMACION	NO SE ENCONTRO INFORMACION
AQUAWORK PERU SAC	"AQUA OASIS"	NO SE ENCONTRO INFORMACION	NO SE ENCONTRO INFORMACION	NO SE ENCONTRO INFORMACION
EMBOTELLADORA DEMESA S.A.	AGUA DEMESA "DEMESA"	VIGENTE	ACEPTADO	NO PRECISA ESTADO
HIELOS NORTE S.A.C.	AGUA DE MESA "AGUAFIEL"	VIGENTE	NO PRECISA ESTADO	NO SE ENCONTRO INFORMACION
UNION DE CERVECERIAS PERUANAS BACKUS Y JOHNSTON S.A.A.	AGUA MINERAL DE MANANTIAL "SAN MATEO"	VIGENTE	ACEPTADO	NO SE ENCONTRO INFORMACION
SANTA ROSA ELENA E.I.R.L.	AGUA DE MESA "DEL POLO"	VIGENTE	NO SE ENCONTRO INFORMACION	NO SE ENCONTRO INFORMACION
ENRIQUE CASSINELLI E HIJOS S.A.C.	AGUA DE MESA "CASSINELLI"	VIGENTE	NO PRECISA ESTADO	NO PRECISA ESTADO

CUADRO DE ENTREVISTADOS Y ENCUESTADOS
SEGÚN PRODUCTO: TINTA Y TONER

ENTREVISTAS	HIGH TECHNO WORLD	JEFE DE VENTAS
	DIMEXA SOLUCIONES INTEGRALES	MILAGROS SANCHEZ
	ARVIFESA COMERCIAL SAC	GERENTE COMERCIAL
	JAGUAR SYSTEM	GERENTE
	DELTRON	JEFE DE IMPORTACION
	FUTURIA TECH	ENCARGADA DE TIENDA
	J&M SUMINSTROS SAC	GERENTE
	PERU OFFICE	EJECUTIVA DE CUENTA DE INSUMOS
ENCUESTAS	SISTEMA DE CODIFICACION SOCIEDAD ANONIMA	ASESORA COMERCIAL
	DATA SUMINSTROS DEL PERU	GERENTE DE VENTAS
	GOALS	CONSULTOR
	COMPUTADORAS Y TECNOLOGIA DEL PERU S.A.C.	EJECUTIVA DE VENTAS CORPORATIVAS
	LIFE PERU S.A.	GERENTE
	GARINT S.A	ASISTENTE DE VENTAS
	INSUMOS Y ACCESORIOS DE OFICINA S.A.C.	NO INDICO DATOS
	MAQUINARIAS JAAM S.A	EJECUTIVO DE VENTAS
	DAT & NET DEL PERU S.A	AUXILIAR ADMINISTRATIVO
	REPRODATA	GERENTE COMERCIAL
	TAVIMAG S.A.	SUPERVISOR DE VENTAS
	TECH DATA DEL PERU	EJECUTIVO DE VENTAS
	COMPUDISKETT	JEFE DE VENTAS
	KBO INTERNATIONAL PERU S.A.C.	JEFE DE VENTAS
	PERU OFFICE	KAROLINA JELOGLIO

ENCUESTAS	LINDER REPRESENTACIONES	ASISTENTE DE FACTURACION
	IMPORTADORA DISTRIBUIDORA MUNDIAL S.A.C	ADMINISTRADOR
	AGUSA NEGOCIOS S.A.C.	ASESOR DE VENTAS
	JL BUSINESS AND SERVICE S.A.C.	JEFE DE VENTAS
	COMERCIAL GIOVA S.A.	VENTAS
	GRUPO JAIMES S.A.C.	ENCARGADO DE LOGISTICA
	GROUP FONSYTH SOLUTION SAC	ENCARGADO DE VENTAS
	MANTINNI SRL	ASESORA DE VENTAS
	MACROTEC DATA SRL	SECRETARIA DE GERENCIA
	PERU E-BUSSINES & SYSTEM	AREA DE VENTAS
	AV IMPORTADORES SAC	EJECUTIVO DE VENTAS
	OPEN SYSTEM INFORMATIC SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	EJECUTIVO DE VENTAS
	DATACONT	TELEMARKETING DE INSUMOS
	INTCOMEX	NO INDICO DATOS
	COMPUTELF	ADMINISTRADOR
J.J STOCK	GERENTE GENERAL	

CUADRO DE ENTREVISTADOS Y ENCUESTADOS
SEGÚN PRODUCTO: AGUA EN BIDON

ENTREVISTAS	PEBACO S.A.C.	GERENTE COMERCIAL
	AQUALIGHT S.A.C	GERENTE
	BLUE WATER S.A.C	ASISTENTE DE GERENCIA
	CORPORACION JOSE R. LINDLEY .S.A.	VENTAS INSTITUCIONALES
	EMBOTELLADORA DEMESA S.A.	GERENTE COMERCIAL
ENCUESTAS	SANTA ROSA ELENA	GERENTE GENERAL
	MAYORSA	REPRESENTANTE DE VENTAS INSTITUCIONALES
	COMERCIAL FLORES	SECRETARIA
	UNION DE CERVECERA DEL PERU BACKUS Y JOHNSTON S.A.A	DISTRIBUIDOR AUTOTIZADO
	OPERADORES DE DISTRIBUCION S.A	REPRESENTANTE DE VENTAS
	REAL SERVICE	AREA DE VENTAS
	QUINHERSAC	ENCARGADA DE LICITACIONES
	BAO TICLLA CARLOS HUGO	GERENTE
	BLUE WATER S.A.C	AREA DE VENTAS
	PEBACO S.A.C.	GERENTE COMERCIAL
	AQUALIGHT S.A.C	GERENTE
	GAMBARU	GERENTE
	DISTRIBUIDORA VITAL AQUA	EJECUTIVA DE VENTAS
	COMERCIAL SAN ANDRES	GERENTE DE VENTAS
	DISTRIBUIDORA EMBID S.R.L	CONTADOR
	DISTRIBUIDORA DEL PACIFICO	NO INDICO DATOS

ENCUESTAS	LIMUCHA E.I.R.L	GERENTE DE VENTAS
	COMERCIAL PALACIOS	SECRETARIA
	CORPORACION JOSE R. LINDLEY .S.A.	RESPONSABLE DE VENTAS INSTITUCIONALES