



VOCES DE ACERO

JULIO

13

2014

Potencia tu Negocio: No solo hay que ser bueno: hagamos que se note 2

Empresario de Acero: Convirtiendo problemas en oportunidades 4

Vida y Salud: Cuida tu garganta 6

Producto Estrella: Barras y Perfiles Aceros Arequipa 8

ACEROS AREQUIPA
APOYANDO
A TU NEGOCIO

MERCADO

LA CONSTRUCCIÓN sigue creciendo

Un estudio reciente del Fondo Mivivienda revela que 1'275,982 familias prevén mejorar o ampliar sus casas en los próximos dos años en Lima Metropolitana y 25 principales ciudades del país. Asimismo, 195,901 familias, parejas y solteros por independizarse tienen previsto comprar viviendas nuevas en el mismo plazo.

Estas proyecciones tendrán impacto directo en el comercio ferretero y de materiales. Debemos prepararnos.

La mayoría de casas que serían mejoradas o ampliadas están en Lima: 749,527 en total. El grueso se ubica en Lima Sur (57%), seguida de Lima Norte (41%), Callao (38%), Lima Este (34%) y Lima Centro (23%). Los principales trabajos serían mejoras de techo y paredes, y la construcción de un piso adicional y cuartos.

En las ciudades del interior, en cambio, las familias que proyectan mejorar o ampliar sus viviendas son 526,455.



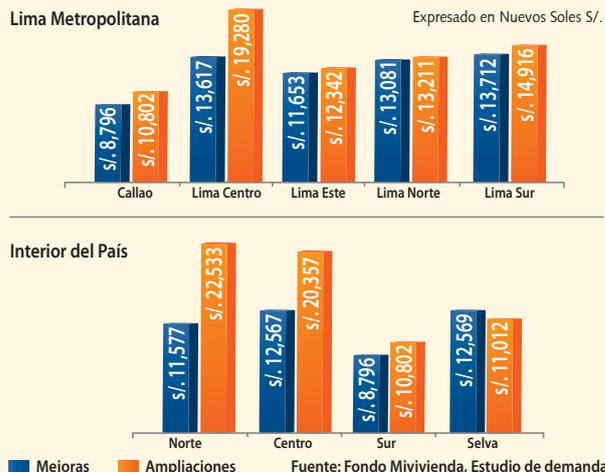
Casi la mitad de ellas está en el sur del país (48%) seguidas por el norte (41%), el centro (40%) y la selva (39%).

“La gente está pensando en construir un piso más y poder alquilarlo”, dijo Gerardo Freiberg, gerente general de Mivivienda, a la revista de la entidad.

En cuanto a nuevas viviendas, la mayoría de compradores estaría en Lima (142,354 familias, parejas y solteros, versus 53,547 en el interior). Sin embargo, la oferta empieza a desconcentrarse hacia el interior.

MEJORAS Y AMPLIACIONES: INVERSIÓN PROMEDIO

Inversión prevista por familia para los próximos dos años.



US\$ 3,500

MILLONES
moverían las ferreterías
minoristas en 2014.

Fuente: Perú21

10%

crece anualmente
el sector ferretero,
según Procomercio.

Fuente: Procomercio

21,398

departamentos se
construyeron en Lima en el
primer semestre.

Fuente: Capeco



NO SOLO HAY QUE SER BUENO: hagamos que SE NOTE

Mejora tu zona y tu local para ganar clientes. El barrio y la fachada de tu establecimiento ofrecen muchas oportunidades que no debes desaprovechar.

Tu ferretería o depósito de materiales de construcción puede ser un imán que atraiga a los clientes. Te preguntarán "¿cómo lograrlo?". En este artículo veremos los aspectos que debes considerar, pues los problemas de la zona o una mala presentación de tu local pueden hacer que muchos se desanimen de visitarte. Por eso, es recomendable poner atención a los siguientes aspectos:

LA UBICACIÓN

Siempre es preferible que te ubiques en una zona comercial de tu mismo giro para tener un entorno con afluencia de compradores potenciales. Sin embargo, hay casos en que la realidad es otra: el negocio es el único o uno de los pocos del ramo en la zona. En cada situación, el reto será distinto.

Si tu negocio está en un entorno con mucha competencia, necesitas una estrategia de diferenciación; es decir, distinguirse ofreciendo beneficios que los otros no dan, por ejemplo, la atención personalizada.

En cambio, si eres el único o casi el único en tu zona, debes lograr que la gente sepa que estás ahí. Puedes establecer una red de distribución, con aliados que hagan llegar tus productos a quienes no te visitan. También puedes reforzar tu comunicación con volantes, correos electrónicos o cartas a las

Para Que Te VEAN Bien

- Colabora con la buena apariencia del barrio (limpieza y arreglo de veredas, jardines, bermas, pintado de postes, etc.). El local se beneficia y tus vecinos te lo agradecerán, reconociendo tu esfuerzo.
- Si tienes más de un local, utiliza estándares para que reconozcan tu nombre y así asocien tu calidad y servicio. Por ejemplo, un mismo uniforme, un horario distintivo, el decorado, etc.
- Los clientes requieren cada vez más facilidades para el estacionamiento. Si no cuentas con ello, una opción para atenderlos es el servicio de entrega a domicilio.
- Si tus proveedores te apoyan colocando publicidad en la fachada, que todo quede armonioso y no haya desorden para que cada elemento pueda apreciarse.

constructoras, ingenieros, maestros de obra, etc. No olvides incluir siempre un pequeño plano que facilite la ubicación de tu local.

Asimismo, es muy importante estar atento al desarrollo y crecimiento de la zona. Walter Malpaso, de la ferretería Áncash, en Puente Piedra, llegó ahí con el crecimiento urbano. "Estábamos en Comas, pero compramos una casita acá y trasladamos el negocio en pleno crecimiento puentepedrino", dice. Hoy mira más al norte, a Ancón, para abrir una sucursal, porque ya ha empezado a crecer.

La Clave

// Cuanta mayor información tengas de tus clientes, el entorno y las personas que lo habitan y transitan, y cuanto mayor afinidad logres entre ellos y tu negocio, mayores serán tus posibilidades de éxito. //

TRES PASOS PARA ATRAER CLIENTES

ESTUDIA BIEN TU ZONA



MEJORA TU PRESENTACIÓN



COMUNICA TU OFERTA



ACCESO Y SEGURIDAD

Al vender materiales de construcción, necesitas un buen acceso para camiones. Si no lo tienes, una posible solución es establecer un almacén en otro lugar que sí lo tenga. Alberto Núñez, del depósito Alumaco, en Pueblo Libre, tiene gran congestión de transporte público en la entrada de su local. "Hay mucha demora en la carga; por eso compraré un almacén externo", asegura.

Otro factor importante es la seguridad. En San Juan de Miraflores, Miguel Mendoza, del depósito Fetranser, indica que hay pandillaje en su zona. Para resolver el problema, está decidido a apoyar al vecindario que ya empieza a organizarse.



El Dato

De cada seis productos que se venden en un local, uno es adquirido como resultado de la publicidad en el mismo sitio. Asimismo, los compradores que usan tarjetas de débito o crédito son más susceptibles o receptivos a esta publicidad a la hora de tomar decisiones en el punto de venta.*

El trabajo conjunto con el municipio, la policía y los vecinos es una buena decisión. Cada uno contribuye con una parte y los beneficios son para todos. Por ejemplo, si aportas colocando videocámaras o iluminación como parte de un sistema de seguridad

vecinal, también ganarás reputación y la estima del vecindario.

En lo posible, conviene reducir el uso de dinero en efectivo en tus operaciones. Al tener opción de pago con tarjeta o por internet, tus clientes no necesitarán ir con dinero a tu tienda, lo que favorece la seguridad de ambos. Inclusive tú mismo puedes pagar por internet a algunos proveedores, como Aceros Arequipa que acepta pagos online vía BCP.

PRESENTACIÓN

A lo anterior, debes sumar una buena apariencia de tu local. Un letrero atractivo y bien iluminado te diferenciará y tus proveedores pueden ser importantes aliados para la decoración de la fachada contribuyendo a comunicar lo que tú vendes. En el interior, la limpieza y el orden suman a tu favor. Una buena presencia siempre te saldrá a cuenta.

Sabías que...

*El Geomarketing es una disciplina que analiza la situación de un negocio mediante una localización precisa de los clientes, puntos de venta, sucursales, competencia, etc. Estos estudios están tomando fuerza por su gran potencial para decidir dónde abrir un negocio, sucursales o establecer estrategias de venta. Infórmate sobre estas nuevas técnicas que te pueden ser muy útiles para crecer**.*



Nota: Agradecemos a los especialistas de la Dirección Mi Empresa del Ministerio de la Producción, Lupe Susco, Denis Calderón y Carlos Belaúnde.

* Fuente: Estudio de la asociación internacional Popai sobre "involucramiento" o nivel de compromiso del cliente.

** Ver "Geomarketing: la estrategia inteligente para crecer territorialmente", en Gestión, 10 de septiembre del 2012: <http://gestion.pe/empresas/geomarketing-estrategia-inteligente-crecer-territorialmente-2011879>.



EMPRESARIO
DE ACERO

Superando Obstáculos, CONSTRUYENDO OPORTUNIDADES

Mirna Illesca, técnica en administración, dirige su ferretería-depósito Charito SAC, en Huancayo. Lo inició para recuperarse de una fuerte pérdida por un robo, en los ochenta. No se desanimó sino que enfrentó con mucho empeño los nuevos retos. Hoy su empresa es sólida y ha recibido distinciones de la Cámara de Comercio de Huancayo y del Gobierno Nacional. ¿Cómo lo logró?



Mirna Illesca: "Hay que ponerse en los zapatos del cliente"

ESTUDIAR A LA COMPETENCIA

Cuando Mirna llegó a Huancayo, quería un negocio para mantener a sus hijos. Con sus ahorros, abrió una ferretería y, al notar que el vecindario recién levantaba sus casas, pensó en vender materiales de construcción. Sin embargo, pronto supo que ya había un local de ese giro que abastecía de materiales a toda la zona.

Problema 1: ¿Cómo me hago un espacio si ya hay otro que acapara el mercado?

Ella decidió examinar a su futuro competidor. Fue al local como cliente y descubrió que sus precios eran muy altos (30% más que el mercado) y la atención mala. Dedujo que el éxito de ese establecimiento no se debía al liderazgo, sino a que era el único. "Mañana mismo le hago la competencia", se dijo.

Puso precios mucho más bajos, con mínima utilidad por producto. "Ganaba centavos por cada uno, pero principalmente quería que me conozcan y me compren", cuenta. Además, convenció a su transportista de llevar

mercadería a zonas más lejanas por precio módico. Incluso dispuso su casa como almacén de los materiales que vendía y que el cliente retiraba poco a poco, y atendía a cualquier hora. Sus vecinos empezaron a comprarle materiales y dejar de ir a su competidor.

APROVECHAR EL CRÉDITO

Al pasar los años, el mercado fue creciendo mucho más. Nuevos vecindarios se empezaron a levantar y otros a ampliar sus viviendas, y para atender a esa gran demanda otras ferreterías y depósitos surgieron. De pronto, Mirna advirtió que perdía clientes y que no tenía suficientes recursos para revertir esto.

Problema 2: ¿Cómo obtener recursos para mantenerme en competencia?

Decidió pedir un préstamo al banco. Ya tenía su casa y el negocio no iba mal, así que obtuvo un primer crédito. No fue mucho pero sirvió para aumentar stock. Al ser buena pagadora, para los siguientes créditos, fue el banco el que la buscó. Aprovechó este capital para ella misma darle crédito a sus clientes. Luego, emprendió un programa de fidelización que consistía en dar obsequios a sus clientes. "Eran pequeños regalos, como gorros o llaveros con mi logo, pero sirvió para que me conozcan más y se identifiquen conmigo", cuenta.

Además del banco, recibió crédito de sus proveedores. De este modo, pudo tener un buen stock y mantener el crédito a sus clientes. Con capital disponible, fue contratando más personal según sus necesidades. Algo que siempre mantuvo fueron sus visitas a las obras, donde aprendió a leer los planos, reconocer la tecnología, y pudo identificar nuevas demandas.

FACTORES DEL ÉXITO

- Las debilidades del competidor son oportunidades.
- Pensar siempre en las necesidades del cliente.
- Prever los nuevos retos para afrontarlos a tiempo.
- El crédito es necesario para crecer.
- Puntual cumplimiento de compromisos financieros.



Capacitaciones en Huaraz, Huancayo, Chiclayo, Cajamarca, Chepén

Los primeros del año

Las Jornadas de Carpintería Metálica, las charlas “Cómo Crecer en Mi Negocio”, el Seminario del Progreso y el Taller de Construcción fueron los primeros eventos de Aceros Arequipa con comerciantes, maestros y carpinteros metálicos.



En Chepen se desarrolló el evento Jueves del Acero, donde se habló sobre los beneficios de los estribos corrugados de Aceros Arequipa.



Conversatorio para maestros de obra en Chiclayo.



Jornada de Carpintería Metálica en Huaraz, donde estudiantes de metalmecánica demostraron sus habilidades creativas.



Capacitación “Como Crecer en mi Negocio” para nuestros clientes comerciantes de Cajamarca y Huancayo.



Si participas en los eventos de Aceros Arequipa, envíanos tus fotos y datos a vocesdeacero@acerosarequipa.com

Infórmate sobre los eventos de Aceros Arequipa llamando a los teléfonos: (01) 2050923 o 080012845 (Línea gratuita)



VIDA Y
SALUD

Cuida TU GARGANTA



La irritación de la garganta es un malestar común que se manifiesta con picazón, inflamación, enrojecimiento y dolor (que se acentúa especialmente cuando ingerimos alimentos, hablamos o tragamos saliva). Ocurre generalmente por la exposición a contaminantes ambientales, sustancias tóxicas, cambios bruscos de temperatura, gritar o por la presencia de virus o bacterias (en este caso, se trata de una infección).

En el comercio ferretero y de materiales de construcción, nuestras vías respiratorias están en contacto permanente con el polvo. Si a esto le sumamos la variabilidad del clima (que en costa y selva es sumamente húmedo) y la necesidad de hablar en voz alta, debes tomar las previsiones necesarias para cuidar tu garganta.

Cuando la irritación es leve, desaparece con rapidez y generalmente sin necesidad de tratamiento especializado. Pero si dura más de 3 días y hay fiebre alta, tos, estornudos y/o secreciones, debes consultar al médico: puede tratarse de gripe, amigdalitis, faringitis, laringitis o mononucleosis (enfermedad infecciosa causada por el virus de Epstein Barr). La automedicación puede ser muy peligrosa.

Para prevenir la irritación de garganta se recomienda:

- Evitar cambios bruscos de temperatura.
- No gritar ni fumar.

- Tener buena higiene bucal (lavarse bien los dientes al menos 3 veces al día, después de cada comida y antes de acostarse).
- Aumentar el consumo de alimentos ricos en vitamina C.
- Abrigarse en días fríos; por ejemplo, usando chalina.
- Si manipulas sustancias químicas, usa mascarilla.
- Curar completamente los resfriados y gripes para evitar complicaciones.
- Si la irritación se debe a una alergia, evita el contacto con el elemento causante.

En caso de tener la garganta irritada, es recomendable:

- Tomar analgésicos de venta libre para controlar el dolor.
- Ingerir infusiones tibias endulzadas con miel, que ejerce una acción sedante, antitusígena (contra la tos) y suavizante de las mucosas de las vías respiratorias.
- Seguir dieta semisólida (caldos y purés).
- Descansar la voz.

Los Beneficios de la **VITAMINA C**

La vitamina C es un nutriente que cumple un rol importante en el mantenimiento de la salud, la lucha contra infecciones, la disminución de los efectos del estrés y el sistema inmunitario, además de ser un poderoso antioxidante.

La carencia de ella genera varios perjuicios: un sistema inmunitario débil, demora para que sa-

nen las heridas, mayor estrés, falta de energía y depresión, frecuentes cambios de humor, encías sangrantes y dolor articular.

La fuente principal de vitamina C está en las frutas cítricas (la naranja, la mandarina, el tangelo, la toronja, la piña, el aguaymanto, etc.) y en los pimientos crudos, aunque también hay otros alimentos ricos en este nutriente: la alfalfa, el perejil, el hinojo, la coliflor, el kiwi, la col de Bruselas y otras verduras. La mayoría de expertos recomienda obtener este nutriente de una dieta rica en frutas y verduras en lugar de tomar suplementos de laboratorio.



**RESPONDE
Y GANA**

**PON A PRUEBA TUS
CONOCIMIENTOS Y GANA
CON VOCES DE ACERO**

LAS PREGUNTAS PARA ESTA EDICIÓN SON:

1. *¿Cuál de estas afirmaciones es verdadera?*
 - a) De 10 productos que se venden en un local, ninguno es adquirirlo por la publicidad en ese punto de venta.
 - b) Más de 1 millón de familias peruanas prevén mejorar y ampliar sus casas en los próximos dos años.
 - c) Los expertos recomiendan obtener vitamina C de los suplementos de laboratorio y no de las frutas y verduras.

2. *Completa la siguiente afirmación: "Las debilidades del competidor son...?"*
 - a) Asunto ajeno.
 - b) Una alarma.
 - c) Oportunidades.

3. *¿Por qué se recomienda colaborar con la buena apariencia del barrio (veredas, jardines, bermas, postes, etc.)?*
 - a) Porque beneficia a tu local y tus vecinos te lo reconocerán.
 - b) Porque alguien tiene que hacerlo, aunque seas el único.
 - c) Porque podrás aprovecharlo para colocar publicidad de tu negocio.

Enviamos tus respuestas al 0800-12485 (llamada gratuita) o al teléfono (01)205-0923. Confirma tus datos y quedarás inscrito inmediatamente en nuestro sorteo. En esta oportunidad, los premios son:



(Las imágenes de los productos son referenciales.)

- Reproductor multimedia + Juegos incorporados
- Microondas Samsung AMW832K
- Parlante S7005BT Diamond

Fecha de inscripción: del 7 de julio al 22 de agosto del 2014.

Ganadores



Francisco Huayanay Quispe, de Distribuciones Ayacucho SH EIRL, Ayacucho.



Patricia Villalta Truyunque, de PAVCE EIRL, Callao.



José Livia Delgadillo, de Ferretería Mi Chaperito, Comas.

Solución anterior (Edición 12): 1b, 2a, 3b

TÓMATE UNA PAUSA

			4		9	3	7	5
		5		6		2	8	
	3	7	1				6	
4		6					5	2
				7				
1	7					6		3
	6				1	5	4	
	1	4		3		8		
7	8	2	5		4			

Completa el recuadro de tal manera que cada fila, columna y cuadro de 3x3 tengan los números del 1 al 9, sin repetirse.



PRODUCTO ESTRELLA

BARRAS Y PERFILES ACEROS AREQUIPA

Porque los peruanos SABEMOS DE CALIDAD

Por su excelencia, seguridad y adaptabilidad, las Barras y Perfiles Aceros Arequipa son ampliamente preferidas en todo el Perú. ¡Que nunca falten en tu establecimiento! Tener ángulos, platinas, tees, barras cuadradas, redondas y ornamentales en la mayor variedad de medidas favorece tu negocio.

GARANTÍA QUE TE DISTINGUE

Las Barras y Perfiles Aceros Arequipa vienen marcadas con el sello del fabricante, las medidas del producto y la norma técnica de fabricación, lo que te permite garantizar a tus clientes que están comprando un producto de calidad. Esto es un respaldo de la marca.

- Norma Internacional
- Medidas Exactas
- Marca de Seguridad

VARIEDAD EN TU OFERTA

Nuestras Barras y Perfiles tienen la mayor cantidad de formas, medidas y espesores. Esta diversidad en la oferta significa mayores oportunidades de venta para tu negocio.

POR QUÉ TUS CLIENTES PREFERIRÁN ACEROS AREQUIPA

Las Barras y Perfiles Aceros Arequipa han sido fabricadas pensando en el carpintero metálico peruano y por eso tienen las características que ellos buscan:

- ✓ Son de fácil soldabilidad.
- ✓ Son las más moldeables, flexibles y resistentes.
- ✓ Tienen la mayor variedad de formas, medidas y espesores del mercado.
- ✓ Sus medidas son exactas.
- ✓ Tienen un buen acabado superficial.

ATENCIÓN: LAS BARRAS Y PERFILES SIN MARCA SON PELIGROSOS



Barras y Perfiles sin marca y de menor calidad han entrado al mercado peruano. Adquirir estos productos puede ser perjudicial para tu negocio, generará pérdidas y devoluciones. Estas barras y perfiles importadas no siempre cumplen la norma técnica peruana e incluso algunas tienen defectos visibles como: depresión, grietas, escamas, rombocidad, aristas curvas y lados desiguales. Por eso, no te arriesgues a perder clientes.

Ten presente que **ACEROS AREQUIPA** es el único canal de atención para tus pedidos.

Para cualquier consulta visita nuestra página web:

www.acerosarequipa.com

Encuétranos en:



Comité Editorial: Departamento de Marketing, Corporación Aceros Arequipa S.A.
Edición, Redacción, Diseño e Impresión: Nueva Vía Comunicaciones S.A.C.
Distribución Gratuita.

Los artículos publicados no reflejan necesariamente la opinión de Corporación Aceros Arequipa. Pueden ser reproducidos citando la fuente: Boletín Voces de Acero y Nº de Edición.
OBRA PROTEGIDA POR LA LEY DE DERECHO DE AUTOR.

