



# VOCES DE ACERO

3

Octubre

Editorial.....	1
Capacitación: El Merchandising, la Promoción y la Entrega en Obra .....	2
Testimonio de Acero: Dist. Kanashiro.....	4
Actividades de Acero .....	5
Miscelánea: Salud y Bienestar .....	6
Concurso y Amenidades.....	7

ACEROS AREQUIPA APOYANDO A TU NEGOCIO

Editorial

## CON ACEROS AREQUIPA MEJORAS TU NEGOCIO



Amigo comerciante, nos complace saludarte y darte nuevamente la bienvenida a Voces de Acero.



A través de diversos medios, Aceros Arequipa enseña a la población a construir adecuadamente.

En primer lugar, te informamos que Aceros Arequipa ha lanzado la campaña **"3 Pasos para Construir Seguro: buenos planos, buenos especialistas y buenos materiales"**, con el propósito de concientizar a la población sobre la importancia de cada uno de ellos para garantizar la seguridad de las viviendas y las personas que las habitan.

De esta manera, Aceros Arequipa demuestra su compromiso con el desarrollo del país y la seguridad de nuestra población. Puedes obtener mayor información en nuestra página web [www.acerosarequipa.com](http://www.acerosarequipa.com).

En segundo lugar, queremos compartir contigo una buena noticia: la Worldsteel Association, una de las asociaciones de la industria siderúrgica más grande del mundo, nos ha entregado el certificado **Climate Action Member** en reconocimiento a nuestra participación en su programa de recolección de emisiones de CO<sub>2</sub> en nuestra planta de Pisco durante el periodo 2009 - 2010.

Esta certificación, sin duda, es un reconocimiento a nuestra constante preocupación por el cuidado y la preservación del medio ambiente, en nuestros procesos productivos.

Recuerda que nuestro principal objetivo es entregarte información útil para apoyar a todos los emprendedores como tú en el manejo de sus negocios. También puedes participar en nuestro concurso y llevarte los grandes premios que regalamos en cada número.

Tu opinión es muy importante para nosotros, por eso no te olvides que puedes enviar tus sugerencias o comentarios a nuestra línea gratuita **0800-12485** o al número **(01)205-0923**.

Comité Editorial: Departamento de Marketing Corporación Aceros Arequipa S.A.

Redacción: Somos Empresa y Nueva Vía Comunicaciones.

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, Nº de Edición.



# CONSEJOS Y TÉCNICAS PARA AUMENTAR TUS VENTAS

Aumentar las ventas siempre ha sido un tema de análisis y reflexión para quienes tenemos o administramos un negocio. Todos queremos vender más y mejorar la rentabilidad de nuestras empresas. Por todo esto, Voces de Acero te ofrece algunos consejos y técnicas - como el merchandising, la promoción y el servicio de entrega en obra - para que tu negocio crezca.

2

### El merchandising: un local vendedor

El merchandising es un conjunto de actividades y técnicas visuales que potencian un punto de venta - una tienda - y lo hacen más atractivo para el cliente. Tiene como objetivo principal aumentar la rentabilidad; llamar la atención de tu cliente, dirigirlo hacia el producto y facilitar la acción de compra dándole información oportuna y útil, haciendo que el cliente cambie su conducta de compra a favor de los artículos de tu ferretería.

**Elementos para que tu punto de venta sea más atractivo:**

- **Lay Out:** Te enseña a optimizar la manera de colocar tus productos en tu punto de venta para captar la atención de tus clientes.
  - Debes situarlos de forma ordenada y en un lugar visible de la tienda. Los que generan mayor rentabilidad tienen que estar, con mayor razón, a la vista y a la mano. Los clientes deben poder encontrarlos con facilidad.
  - Asimismo, los productos de mayor rotación deben tener una buena exhibición y el stock adecuado.
- **Imagen exterior de la tienda:** Muestra la personalidad y el estilo del negocio. El frontis de nuestra tienda debe tener una identidad a partir del nombre del negocio y su logotipo. Estos signos deben situarse en un lugar visible y distinguirse desde lejos.



Un local vendedor resalta sus productos y es ordenado.

Por otro lado, el cliente debe tener todas las facilidades para entrar a tu tienda. Incluso siempre deberías invitarlo a ingresar. Por eso, cuida que no exista una barrera en la entrada; al contrario, utiliza puertas amplias y mantenlas abiertas.

- **Bastidores y carteles:** Son los carteles en donde anunciamos productos u ofertas. En muchos establecimientos se cuelgan en las paredes, en el mobiliario o en el techo.
- **Exhibiciones:** Suelen tener mucha aceptación entre los clientes que quieren apreciar la calidad de los productos, que vendemos. Por ello, es importante contar con un elemento visual donde el producto se pueda observar mejor, como es el caso de un exhibidor. Se deben colocar cerca al mostrador o caja, ya que es en un sitio visible para todos los clientes.
- **Asesoría en el punto de venta:** Las impulsadoras o promotoras estrechan relaciones con tus clientes. Ellas deben tener un amplio conocimiento de todos los productos, ya que asesoran a tus potenciales compradores. Es importante que cuenten con iniciativa para que logren involucrar a tus clientes con el producto de interés, y así explicarles en términos sencillos los beneficios de este.

Asimismo, una **buena iluminación** invita al cliente a ingresar, lo relaja y hace que desee permanecer en nuestra tienda. Puede servir también como un elemento que destaque los principales productos.

### La promoción: atrae más clientes

El objetivo principal de una promoción es conseguir un incremento de las ventas a corto plazo y en un tiempo limitado. En ese sentido, la promoción permite atraer nuevos clientes, compensar la estacionalidad de un bien, disminuir el stock y/o introducir un nuevo producto.

### ¿Qué debe tener una buena promoción?

- Tener claro el objetivo que se quiere lograr con esta: imagen de marca, ventas y/o utilidades esperadas.

- Para que la promoción sea atractiva, el producto debe tener un stock de reserva que asegure la demanda.
- Se debe elaborar un calendario de promociones.
- Las promociones deben durar máximo un mes y medio; de lo contrario, el cliente podría dudar de la calidad de lo que le ofrecemos. En caso queden productos en stock una vez acabada la promoción, se fija el precio normal.
- Se debe estudiar la incidencia de las ventas y ganancias para calcular el grado de efectividad y corregir lo necesario para una promoción posterior.

### Entrega en obra: lleva tus productos al cliente

La entrega en obra es una estrategia de ventas que se adecúa a las necesidades reales de tus clientes y les permite ahorrar tiempo, con lo cual, es más rentable para ellos comprarle a tu negocio.

Para contar con un servicio de entrega en obra óptimo, debemos implementar una central telefónica para recibir los pedidos, los reclamos y las opiniones del cliente con respecto al servicio que le damos. Esto le da transparencia al negocio y seguridad al consumidor.



La entrega en obra nos ayudará a llegar a más clientes.

También es importante contar con una página web que contenga toda la información de nuestro negocio y de los productos que vendemos. Los números de teléfono para pedidos deben ubicarse en un lugar especial y visible. Una buena web permite que el cliente pueda informarse y analizar su compra. En nuestro próximo número te enseñaremos cómo crear una.

Asimismo, tenemos que contar con todo tipo de sistemas de pagos en beneficio del consumidor. A su vez, asegúrale un tiempo mínimo de entrega para que pueda organizar su tiempo y certifica la calidad del producto que le ofreces. El cliente debe estar seguro de que recibirá exactamente lo que solicitó.

### Un buen vendedor no debe olvidar...

**La necesidad y la satisfacción del cliente:** Una vez que el cliente nos informa qué necesita, por ejemplo, fierros para construir su casa, debes seguir los siguientes pasos:

- Cuéntale a tu cliente cuáles son los productos y medidas que podrían satisfacer sus necesidades. En este caso, los fierros de construcción de Aceros Arequipa en sus diversas presentaciones.
- Descríbele a tu cliente los beneficios de tu producto: "Los fierros de Aceros Arequipa cumplen con el Reglamento Nacional de Edificaciones y la Norma Técnica Peruana: Grado 60, teniendo un producto sismo resistente. Asimismo, cumplen con la Norma Internacional, ofreciéndote seguridad para toda tu familia".
- Informa al cliente sobre el valor de la marca que ha escogido: "Aceros Arequipa es una reconocida siderúrgica que emplea tecnología de punta, asegurando que todos sus productos pasen por los más exigentes controles de calidad, otorgando así seguridad en cada uno de sus fierros".

**Maneja las objeciones y sácales ventaja:** Estas son una buena oportunidad para demostrarle a tu cliente tus conocimientos sobre los productos que ofreces. Para manejarlas, el vendedor debe entenderlas y responder de forma clara y concisa. Si el cliente formula distintas observaciones y tú se las resuelves correctamente, la venta está casi hecha.

**Compromete al cliente y cierra la venta:** Para cerrar una venta es necesario cumplir con todos los pasos anteriores y dar una buena estocada final. Para ello, es importante entender y detectar las señales de compra que los clientes expresen. Muchos vendedores no saben leerlas y, por eso, pierden oportunidades.

Las señales pueden ser preguntas como: "¿Lo puedo pagar en partes?" "¿Me lo entregan en casa?" "¿Hay en otro color?" También estamos ante una señal cuando el cliente observa el producto con atención, o cuando lo manipula varias veces.

**Haz un seguimiento de tus ventas y mantén a tus clientes:** Una vez que hayas logrado la venta deseada, no olvides a tus clientes. Pregúntales en qué puedes mejorar, asegúrate de cumplir lo que les has ofrecido, llámalos en fechas importantes y pide referencias de otros posibles compradores. 🏠



## FORJANDO EL DESARROLLO DE PUENTE PIEDRA

Desde muy joven, Rosario Castilla Kanashiro estuvo involucrada en el negocio de sus padres, un depósito de material de construcción ubicado en El Callao. Recuerda que como hermana mayor, tuvo que realizar varios encargos como llamar a los proveedores, tratar con los clientes, verificar las cuentas, entre otras actividades. De esta forma, pudo conocer como se maneja un negocio.

Después de algunos años, Rosario se casó con Manuel, y una de las primeras decisiones que tomó esta joven pareja fue abrir su propia empresa: un depósito de materiales de construcción. Rosario sabía que con una inversión mínima podía comenzar su negocio. Sin embargo, quiso apostar en grande y en julio de 1990, ella y su esposo compraron mil bolsas de cemento.

Escogieron Puente Piedra para realizar su emprendimiento. Ellos habían visitado muchas veces ese distrito y sabían que tenían ante sí un mercado con mucho potencial para que se desarrolle su empresa. No obstante, ambos recuerdan que su experiencia no fue muy auspiciosa durante los tres primeros meses. "Cualquiera hubiera cerrado la empresa, pero ambos confiábamos en que si éramos persistentes, lograríamos nuestras metas", nos explica Rosario.

En efecto, no se equivocó. Si bien al principio su empresa no tenía muchas ganancias, poco a poco logró hacerse de una importante cartera de clientes. Rosario nos comenta que el **éxito de su negocio**



Manuel y Rosario con su equipo de trabajo.



Señores Manuel Castilla y Rosario Olivos.

se basa en la **seriedad y la responsabilidad**. "Siempre cumplimos con los **plazos de entrega, con el peso exacto y las medidas correctas**. Todos nuestros productos cuentan con **garantía**. Por eso nos buscan los clientes", agrega Manuel.

Otro factor que les ha favorecido es el servicio **de post venta** que ofrecen a sus clientes. "Si alguien nos llama y nos dice que algo anda mal, inmediatamente vamos a su domicilio o al lugar de su obra y verificamos qué pasa. Siempre apoyamos a nuestros clientes y tratamos de asesorarlos para que escojan lo mejor para sus construcciones", dice Rosario.

Las barras de construcción de Aceros Arequipa son, sin duda, uno de los productos estrella de distribuidora Kanashiro. Este año y el anterior han logrado ventas récord de este artículo gracias al crecimiento del sector de la construcción en Puente Piedra. "Las barras de Aceros Arequipa se venden bien porque los ingenieros y maestros de construcción saben de su calidad", agrega Rosario.

Manuel y Rosario sostienen que para administrar bien un negocio se necesita dedicación y responsabilidad, pues con esos dos elementos es posible ganarse la confianza del cliente. Ambos están convencidos que un buen empresario nunca debe olvidar "que el cliente siempre tiene la razón".



## CLIENTES COMERCIANTES VISITAN PLANTA DE PISCO

Esta vez nuestros amigos comerciantes de las ciudades de Huancayo, Trujillo y Chimbote visitaron nuestra planta ubicada en Pisco. Es así que un grupo de 45 clientes de Huancayo recorrieron nuestras instalaciones el 3 de julio para conocer los diversos procesos para la fabricación del acero.

Por su parte, nuestros clientes comerciantes trujillanos hicieron el recorrido por esta planta



el 17 de julio. Asistieron un total de 45 personas. Finalmente, los clientes de Chimbote también tuvieron la oportunidad de conocer la planta de Pisco el 21 de agosto, visita que también contó con la asistencia de 45 personas. Próximamente invitaremos a más comerciantes de otras ciudades para que conozcan como se produce el acero de la mejor calidad. ☒

## CHARLA "CÓMO CRECER EN MI NEGOCIO III"

Con una asistencia de 140 amigos comerciantes, se dictó la charla "Cómo Crecer en mi Negocio III", el día 17 de agosto en el Club Tarma ubicado en la Av. Separadora Industrial en el distrito de La Molina, Lima. En esta oportunidad, se aprovechó para conocer al detalle los beneficios de las últimas técnicas que se aplican para enfrentar la nueva competencia en el mercado. ☒

5



## SEMANA DEL ACERO EN JULIACA Y LA MERCED

Firmes en nuestro objetivo de apoyarte para administrar con éxito tu negocio, se llevó a cabo la Semana del Acero en dos importantes ciudades del país. El primer evento tuvo lugar en Juliaca, el día 23 de agosto en el Hotel Suites Don Carlos, donde se dictó la charla "Cómo Crecer en mi Negocio II", en el que se tocó el tema "Herramientas para mejorar la gestión del negocio". Asistieron aproximadamente 120 personas.

El segundo encuentro se produjo al mes siguiente en la provincia de La Merced, el día 28 de setiembre en el Auditorio de la Biblioteca Municipal, donde se dictó la charla "Cómo Crecer en mi Negocio I", la cual congregó a un promedio de 120 personas. ☒

## EXCON 2011

Concluyó con éxito la XVI versión de Expovivienda & Construcción 2011, que tuvo lugar en el Centro de Exposiciones del Jockey Plaza (Surco) del 5 al 9 de octubre pasado. Y como siempre, Aceros Arequipa estuvo presente en este importante evento con un gran stand, donde se realizaron una serie de demostraciones sobre los distintos usos de nuestros productos. ☒



# CUIDA TU CORAZÓN



Poco se dice sobre el importante rol que desempeña el corazón en el cuerpo humano. Los especialistas comentan que si bien es el órgano que más trabaja, también es uno de los más descuidados. La Sociedad Peruana de Cardiología ha informado que las enfermedades cardiovasculares son la principal causa de muerte en la población adulta en el Perú.

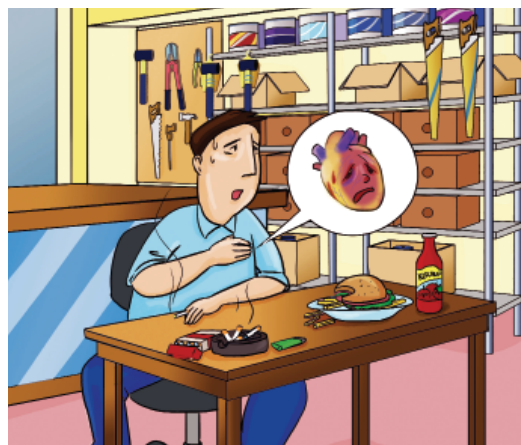
## Principales enfermedades y sus causas

En el Perú, la hipertensión arterial y los niveles elevados de colesterol en la sangre son las principales causas de las enfermedades cardíacas. Por eso, debemos tener cuidado y hacernos los exámenes correspondientes, ya que el 70% de las personas que sufren hipertensión no sienten molestias ni experimentan síntomas. Por eso, también se la llama “el asesino invisible”.

Los resultados más frecuentes de las enfermedades cardiovasculares son los ataques al corazón y los accidentes cerebrovasculares - como el derrame cerebral -, los cuales son ocasionados por obstrucciones en las venas y vasos sanguíneos que impiden que la sangre fluya hacia el corazón y el cerebro con normalidad.

## Síntomas de un corazón enfermo

- Las enfermedades como la hipertensión no suelen presentar síntomas. Su primera manifestación suele ser un ataque al corazón.
- Los síntomas de un ataque al corazón son dolores o molestias en el pecho, brazos, hombro izquierdo, mandíbula o espalda. Además, pueden presentarse dificultades para respirar, náuseas, vómitos, mareos, desmayos, sudores fríos y palidez.
- El síntoma más frecuente de los accidentes cerebrovasculares - como el derrame cerebral - es la pérdida repentina de fuerza muscular en los brazos, piernas o cara. Otros síntomas consisten en el entumecimiento súbito del rostro y extremidades, confusión, dificultad para hablar o comprender lo que se dice, problemas visuales en uno o ambos ojos, dificultad para caminar, mareos, pérdida de equilibrio o coordinación, dolor de cabeza intenso sin causa conocida y pérdida de conciencia.



## ¿Cómo prevenir las enfermedades cardiovasculares?

- Es posible reducir el riesgo de enfermedades cardiovasculares realizando actividades físicas con regularidad. Asimismo, otros hábitos preventivos son: evitar la inhalación activa o pasiva de humo de tabaco; consumir una dieta rica en frutas y verduras; disminuir el consumo de alimentos ricos en grasas, azúcares y sales; y mantener un peso corporal saludable. Por otro lado, es importante hacerse un examen médico anual completo, para la detección temprana de cualquier condición que amerite tratamiento. ☒

## ¡ACEROS AREQUIPA

# Te Premia!

En la edición anterior, invitamos a los lectores a resolver las preguntas de nuestro cuestionario. A continuación la relación de personas ganadoras:

1. Doña Irma Gómez Llactahuamani, DNI N° 46616800: 1 arrocera y 1 licuadora.
2. Doña Hilaria Elva Córdova Centeno, DNI N° 04413763: 1 hervidor, 1 licuadora y 1 plancha.
3. Doña Luz Neumicia Calle López, DNI N° 22060081: 1 cámara digital.
4. Don Rafael Salinas Cantaro, DNI N° 09242768: 1 cámara digital.

Solución anterior: 1.c 2.c 3.a

### Las preguntas para esta edición son:

1. ¿Qué es el merchandising ?
  - a) Conjunto de actividades y técnicas visuales que potencian un punto de venta.
  - b) Conjunto de técnicas para expandir tu punto de venta.
  - c) Conjunto de técnicas para vender más barato.
2. El objetivo principal de una promoción es conseguir un incremento de las ventas a \_\_\_\_\_ plazo y en un tiempo \_\_\_\_\_
  - a) Largo plazo / limitado.
  - b) Corto plazo / ilimitado.
  - c) Corto plazo/ limitado.
3. ¿Qué opción hace que la entrega en obra sea exitosa?
  - a) Asegurar que nuestro cliente reciba exactamente lo que solicitó.
  - b) Llegar a la hora pactada.
  - c) Todas las anteriores.

Envía tus respuestas llamando 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:

- 1 tostadora + 1 cafetera
- 1 frigobar
- 1 horno microondas

La fecha de inscripción es del 17 de octubre al 18 de noviembre de 2011.

## TÓMATE UNA PAUSA

Encuentra las 7 diferencias entre estos 2 dibujos



# TU SEGURIDAD

# TIENE ESTA MARCA!

40001  
NUEVA VÍA COMUNICACIONES • 21511300



## FÍJATE BIEN!

*Busca esta marca  
en cada barra,  
así tendrás la **SEGURIDAD**  
del **MEJOR FIERRO.***

*No te dejes engañar*  
**EXIGE LA DOBLE  DE ACEROS AREQUIPA**

*El fierro **más seguro y resistente**, con la  
calidad exigida por el Reglamento Nacional de  
Edificaciones y las normas técnicas del Perú.*

*Y con el respaldo de la **Siderúrgica N°1 del Perú***

[www.acerosarequipa.com](http://www.acerosarequipa.com)

Encuétranos en:



**ACEROS  
AREQUIPA**

*Elige Bien,  
Elige Seguridad*