



VOCES DE ACERO

JUNIO

11

Potencia tu Negocio: Analiza tu Venta para que Puedas Aumentarla... 2

Empresario de Acero: Lo Esencial: Confianza y Capacitación..... 4

Vida y Salud: El Cigarrillo No Hace Crecer tu Negocio..... 6

Producto Estrella: Hojas de Sierra Aceros Arequipa..... 8

ACEROS AREQUIPA
APOYANDO
A TU NEGOCIO

MERCADO

ROMPIENDO MITOS: Calidad antes que Precio

Es importante diferenciar un mito de una realidad. Si nos dejamos guiar por mitos, la venta se podría estancar.

La prestigiosa empresa Arellano Marketing demuestra que algunas ideas tradicionales sobre la construcción son solo mitos, como la creencia de que la construcción es decidida exclusivamente por el hombre o que todos prefieren una casa lista. Más de la mitad de las veces las mujeres deciden cuándo y cómo construir. Y la mayoría de personas escoge un terreno antes que un departamento nuevito.

Tampoco es verdad que siempre elijamos lo barato, como puedes ver en el cuadro 1. Invertir en nuestras



casas es progresar, por eso construir es tan importante para nosotros y siempre evaluamos el costo-beneficio de cada compra. Esta mentalidad tan peruana funciona en la bonanza económica actual como en las épocas difíciles. En lo peor de la crisis económica de los años ochenta, con muchas empresas luchando por no quebrar, las ventas de materiales de construcción nunca dejaron de aumentar.

Analizar correctamente el mercado y, sobre todo, TU MERCADO es fundamental.

Cuadro 1

LOS ATRIBUTOS MÁS VALORADOS AL COMPRAR MATERIALES DE ACABADOS

(Calificados del 1 al 8, donde 1 es menos importante y 8 más importante)



Fuente: Estudio Arellano Multicliente Autoconstrucción 2012



50,000

nuevas viviendas se necesitan cada año en Lima

9

de cada 10 obras de autoconstrucción se pagan en efectivo.

85%

del mercado ferretero es atendido por ferreterías medianas y pequeñas



ANALIZA tu VENTA para que puedas AUMENTARLA

Para obtener la mayor ganancia sobre tu inversión, usa la información de tus ventas.

Necesitas la ayuda que dan los números. La factura (fecha de la operación, descripción del producto, etc.) y las circunstancias de la venta (características del comprador, motivo de compra, etc.) ofrecen información valiosa.

Recoge la información, registra todos los datos disponibles y organízalos. Para ello utiliza un cuaderno y/o una hoja de cálculo. Ordena las cifras por línea de producto (materiales de construcción, de acabados y sanitarios, eléctricos, etc.), tipo de pago, etc. y analízalas.

EVALUACIÓN GLOBAL

Primero hay que conocer si tu venta, en conjunto, resulta atractiva. Para ello, hay que observar los márgenes de utilidad unitaria de tus productos y las unidades vendidas de cada uno. Con esa información podrás determinar el margen de utilidad de tu empresa.

Variables	Prod.1	Prod.2	Total
a) Precio	S/. 20	S/. 5	---
b) Costo	S/. 9	S/. 4	---
c) Utilidad Unitaria (a-b)	S/. 11	S/. 1	---
d) Margen de Utilidad (c/a)	55%	20%	27%
e) Unidades Vendidas	100	1,500	---
f) Monto de Venta (a x e)	S/. 2,000	S/. 7,500	S/. 9,500
g) Monto de Utilidad [(a-b) x e]	S/. 1,100	S/. 1,500	S/. 2,600

Para calcular el margen de utilidad de la empresa, usa la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Sumatoria de los Montos de Utilidad (g)}}{\text{Sumatoria de los Montos de Ventas (f)}} \times 100$$

27% de margen quiere decir que tu empresa obtiene S/.0.27 de utilidad por cada S/. 1 que vende.

Tips para hacer un Análisis de Venta



- ✓ Empieza con la información que tengas, luego irás modificando tus documentos (factura, guías, etc.) para poder recopilar los datos que necesites para un mejor análisis (quién hace la compra, fecha de venta, línea a la que pertenecen los productos vendidos, etc.).
- ✓ El administrador debe ingresar periódicamente esta información en una hoja de cálculo y/o cuaderno de apuntes.
- ✓ Debes tener un espacio para la utilidad (porcentaje y monto). Agrega columnas o filas según dispongas de más información.
- ✓ Una vez al mes, analiza las ventas con tu administrador. Céntrate en los momentos clave de tus campañas.

La Clave

/// Números que debes conocer: utilidad anual de la empresa y utilidad de las líneas, productos y clientes que representan el 80% del total de tus ventas. Haz un cuadro comparativo con el año anterior. ///

VARIABLES PARA ANALIZAR LA MEZCLA DE PRODUCTOS Y DE CLIENTES

No existe una fórmula única para definir la mejor mezcla. Te señalamos algunas variables que puedes trabajar hasta lograr la combinación que sientas que te da mejores resultados.

Mezcla de Productos (*)



- Precio
- Margen de utilidad
- Monto de inversión que requiere
- Temporalidad (cuándo se vende)
- Duración (ciclo de vida)
- Variedad de presentaciones
- Exigencias de almacenaje
- Rotación

Mezcla de Clientes



- Persona jurídica o natural
- Sector (giro del negocio)
- Forma de pago
- Antigüedad
- Volumen de compra
- Frecuencia de compra
- Tamaño de la empresa
- Ubicación

(*) En un ámbito más amplio, puedes aplicar los mismos criterios para analizar tus líneas.

POR LÍNEAS, PRODUCTOS Y CLIENTES

Una vez que has establecido que tu empresa produce una ganancia atractiva, es momento de ver si tu mezcla de productos y clientes está balanceada para una mayor confiabilidad de los resultados.



Cada cliente es diferente. Conoce su volumen, frecuencia y tipo de compras para analizarlo correctamente.

Vender solo productos de mayor rotación y bajo precio, puede implicar una venta rápida, pero también sacrificar margen de utilidad, no poder dar crédito ni brindar un buen servicio; por otro lado, quedarse únicamente con las líneas de alto margen y precio, puede reducir la venta mensual o hacerte perder clientela.

Concentrar tu oferta de productos o tu cartera de clientes en pocas variables, puede ser riesgoso. Cuantas más variables analices en tu mezcla, los resultados serán más confiables y estables. Observa cómo combinas las mencionadas en el cuadro de arriba y toma las medidas correctivas necesarias.

ANÁLISIS DEL PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN: EL 80-20

Observa el porcentaje de participación de cada elemento (línea, producto, cliente) en el total de ventas y de utilidades.

El Principio de Pareto (ver Sabías que...) sostiene que hay un principio estadístico de 80-20 que siempre se cumple. Aplicado en tu negocio, puede significar: el 20% de tus proveedores te suministran el 80% de tu inventario; el 80% de tu negocio lo realizas con el 20% de tus clientes; el 80% de tus ventas viene de un 20% de tus productos, etc.

Analiza tu venta para establecer tu 80-20. Centra tus esfuerzos en ese 20% que representa el 80% de tu negocio.

Usa esta información para optimizar el abastecimiento de tu stock y redefinir los esfuerzos de tus campañas.

Sabías que...

El Principio de Pareto se basa en la desigualdad. Unos pocos hechos o esfuerzos causan la mayoría de consecuencias o recompensas. El 20% de lo que haces genera el 80% de los resultados. Concentra tus esfuerzos en lo más rentable.





EMPRESARIO
DE ACERO

Lo Esencial: CONFIANZA y CAPACITACIÓN

Ángel Ríos Colán, ingeniero mecánico, trabajó en empresas privadas hasta que empezó a construir su casa. En ese momento conoció la gran demanda y poca oferta que existía por los materiales de construcción y decidió abrir una ferretería. Hoy, 25 años después, con tres establecimientos, es uno de los distribuidores más grandes de Huaral y busca expandirse a nivel nacional. ¿Cómo lo hizo?



Tecnología y Servicio, los dos pilares de su éxito se reflejan en el nombre de su negocio.

PROVEEDORES COMO ALIADOS

Ángel recuerda que la escasez de productos era generalizada en los años 80. Por eso decidió trabajar con marcas nuevas, los más recientes productos tecnológicos, de calidad garantizada, para diferenciarse de sus competidores. Pero la recesión que se dio en los últimos años de esa década hizo que su ferretería enfrentase cuatro meses sin liquidez y sin préstamos y el riesgo de quebrar.

Problema.1: ¿Cómo mantener un stock variado y materiales innovadores cuando las deudas no te permiten pagar a tus proveedores?

Ángel fue transparente con sus proveedores: "Les mostraba mis ventas, el dinero que debía tener y en qué fechas. Gané su confianza, me dieron crédito y mercadería. Priorizaba el pago de mis deudas con ellos con el poco dinero que recaudaba".

LA CAPACITACIÓN GENERA COMPROMISOS DE COMPRA

Su apuesta por la novedad tecnológica debió superar otro problema: tenía un mercado tradicional donde los maestros albañiles utilizaban materiales de hace 40 o 50 años. Es más, en Huaral – Chancay no existen centros de estudios técnicos para albañiles, por lo que, explica Ángel, "todos aprendieron de sus maestros de obra, y el proceso constructivo es el mismo de hace décadas".

En ese contexto, debía asegurarse de que su oferta fuera debidamente apreciada. Sostiene, y con razón, que "el cliente tiene la razón y es quien define si creces o mueres".

Problema.2: ¿Cómo hacer que tu valor agregado sea realmente valorado para poder generar compromisos de compra?

Ángel acercó la tecnología a sus clientes de manera personalizada. Dio asesorías técnicas a sus compradores y talleres a los maestros albañiles. Los capacitaba en el uso de los nuevos materiales y tecnología, mostrándoles cómo podían ser más productivos en temas de construcción. "Respondo a sus consultas, busco información en Internet, la verifico con los proveedores y se las proporciono. Así creo un compromiso de compra. Si mi cliente tiene problemas con un producto, retornará porque sabe que aquí obtendrá respuestas inmediatas."

FACTORES DEL ÉXITO

- Utilizó su formación y experiencia para dar valor agregado a su negocio.
- No busca solo ventas, sino que genera compromisos de compra de sus clientes: resuelve sus problemas, los capacita y los actualiza.
- Comunica a sus clientes la ventaja de su oferta de una manera técnica y sencilla.
- Trata a sus proveedores como aliados, y basa su relación en la confianza mutua.



Mas de 500 amigos comerciantes de varias ciudades del país se capacitaron en temas de su negocio.

**CÓMO
CRECER
EN MI
NEGOCIO**

Huacho, Tacna, Chiclayo y Lima Centro

- Huacho: el 5 de Junio en el Gran Hotel La Villa.
- Lima Centro: el 24 de Abril en la Academia Aduni.
- Chiclayo: el 17 de Abril en el Hotel Buenos Aires.
- Tacna: el 3 de Abril en el Casino de Oficiales del Ejército.



Alejandro López y Hernán Silva, de Ferretería Silva.



Marita Hernandez y Gladys Remicio de Ferretería Tecni Services - Huacho.



Los comerciantes de Chiclayo fueron atendidos por guapas anfitrionas.



Nuevos líderes al término de la charla en Tacna.



Ganadores del campeonato de futbol en Chiclayo, evento de cierre de la Semana del Acero.



Nueva Campaña de Seguridad

Aceros Arequipa busca que los peruanos valoremos la importancia de construir viviendas seguras. Por eso ha lanzado su nueva "Campaña de Seguridad", que ya está en las redes sociales, en la radio y también en tu negocio. No dejes de colocar este afiche en un lugar visible de tu local.

Recuerda que la seguridad es sinónimo de garantía. Que la gente confíe en tu negocio como lo hace en los productos de Aceros Arequipa.

Más información sobre la campaña en www.acerosarequipa.com



VIDA Y
SALUD

El cigarrillo **NO HACE** **CRECER** tu negocio

Hay que pagar impuestos, ya tocan las inspecciones municipales, el balance no cuadra y vas por tu segunda cajetilla. Tu familia te pide que lo dejes, dices que sí pero inhalas el humo con ansiedad.

El cigarrillo contiene nicotina, una droga que provoca una breve sensación de bienestar, por eso las situaciones de estrés aumentan su consumo. Pero acaba su efecto, y necesitas cada vez más y más. Así es la adicción.

Aunque no lo notes hoy, el cigarrillo siempre pasa la factura. Los órganos de un fumador se deterioran indiscutiblemente, pues reciben mucho menos oxígeno que los de un no fumador. Además, algunos productos que contiene el tabaco dañan el ADN de las células desencadenando la aparición y expansión de tumores: cáncer, infarto, bronquitis y enfisema son solo algunas posibles consecuencias.

Al costo de las cajetillas agrega lo que gastarás en doctores. Adicionalmente, tu humo causa daños inmediatos a quienes lo inhalan. Por ejemplo, tu familia tiene 2.5% de posibilidades de desarrollar cáncer antes que tú.



Además, el olor del cigarrillo se impregna fácilmente. A muchos clientes les desagrada entrar a un local que huele a cigarro.

Las clínicas y hospitales ofrecen terapias. Hay múltiples opciones, desde medicación hasta la terapia láser del Hospital de la Solidaridad.

Con coraje hiciste tu empresa. Ahora vence este vicio.

EL BOTIQUÍN: Más que **PRIMEROS AUXILIOS**

La enfermedad de uno de tus trabajadores afecta a su familia, a sus compañeros de trabajo y a la empresa.

Por ejemplo, la fiebre hace que la persona trabaje en forma lenta y distraída, incluso que se duerma. Perjudicará su productividad y, lo que es peor, su seguridad.

Si alguien ya enfermó, que repose lo necesario para que vuelva recuperado a sus labores.

El contagio multiplicaría los problemas y riesgos mencionados por el número de trabajadores de la empresa.

Para evitar que los malestares deriven en enfermedades, procura tener las pastillas adecuadas en el botiquín de la empresa (consulta con un farmacéutico). Ten también pañuelos desechables, toallas de papel y jabón desinfectante en el baño o alcohol en gel, a disposición de tus trabajadores.



**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 la correcta?*
 - a) La mayoría de peruanos prefiere adquirir un departamento antes que un terreno.
 - b) Las ventas de materiales de construcción disminuyeron durante la crisis económica de los años ochenta.
 - c) Más de la mitad de las veces son las mujeres las que deciden cuándo y cómo autoconstruir.
2. *Completa correctamente la siguiente afirmación: "Para lograr la mezcla adecuada de productos..."*
 - a) Debemos aplicar una fórmula matemática.
 - b) Es importante analizar diferentes variables.
 - c) La variable más importante es la utilidad por producto.
3. *¿Qué debes hacer para generar compromisos de compra por parte de tus clientes?*
 - a) Actualizar y capacitar a tus clientes en el uso del producto y resolver los problemas que ellos tengan.
 - b) Ofrecer rebajas en todos tus productos por lo menos una vez al mes.
 - c) Solo vender los más novedosos productos del mercado.

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:



(Las imágenes de los productos son referenciales.)

- Minicomponente Samsung MX-F630/PE
- Licuadora LM-70P + olla arrocera OM-T205
- Horno Microondas

Fecha de inscripción: del 13 de julio al 13 de agosto de 2013.

Ganadores

Seguimos premiando a los lectores que resuelven el cuestionario de Responde y Gana: Juan Carlos León Cabrera (DNI 29628888) recibió una aspiradora de polvo ultra compacto; Kelly Vásquez Venegas (DNI 42604406) ganó una cafetera CM-834 y un horno eléctrico HEM-31; y Milagros Ayala Acevedo (DNI 15428975) obtuvo un moderno reproductor de DVD. Sistema de Tv: NTC/ PAL/ SECAM.



Juan Carlos y Kelly muestran orgullosos sus premios.

Solución anterior (Edición 10): 1b, 2c, 3b

TÓMATE UNA PAUSA

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

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

HOJAS DE SIERRA ACEROS AREQUIPA

¡¡Más CLIENTES y más GANANCIAS!!

Por su alta rotación y reconocida calidad, vender las Hojas de Sierra de Aceros Arequipa es un buen negocio. Aquí te mostramos algunas ventajas y características técnicas que pueden ayudarte a la hora de asesorar a tus clientes de acuerdo a sus necesidades y expectativas.

TECNOLOGÍA BIMETAL UNIQUE

Es la unión del **Acero Rápido**, que permite una mayor duración de los dientes, con el **Acero Flexible**, que brinda más flexibilidad a la hoja. Con esta tecnología se gana:



- 170% más área de contacto entre el Acero Rápido y el Acero Flexible, lo que da a los dientes **MAYOR RESISTENCIA** frente al desgaste.



- 200% más cantidad de Acero Rápido en los dientes, lo que permite **MAYOR DURACIÓN**.



- **CORTES MÁS SUAVES**, los dientes dividen las virutas para evitar que la hoja se atraque al cortar.

IDENTIFICA NUESTRAS HOJAS DE SIERRA



- Las Hojas de Sierra Aceros Arequipa tienen **UN CORTE EN BISEL** en los extremos, las imitaciones no lo tienen, porque se romperían en forma horizontal.



- Las Hojas de Sierra Aceros Arequipa, tienen **GRAN FLEXIBILIDAD** garantizando muchos cortes.

- Llevan una **IMPRESIÓN NÍTIDA** y el color es uniforme.
- Tienen **GRABADO "BIMETAL UNIQUE"** en la espalda de la hoja.



RECOMENDACIONES PARA SU USO

25.4mm (1")	PERFILES		BARRAS SÓLIDAS	
	2 a 4mm	Mayor o igual 4mm	4 a 10mm	Mayor o igual 10mm
18 TPI*		●	●	●
24 TPI*	●			

*TPI (Teeth Per Inch) = Dientes Por Pulgada

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

Para cualquier consulta puedes llamarnos al

(01)205-0923

o a la línea GRATUITA **0800-12485**

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, Nº de Edición. OBRA PROTEGIDA POR LA LEY DE DERECHO DE AUTOR.

