



CERTIFICACIÓN INTERNACIONAL



SC-CER553231



OS-CER553236



SA-CER553234

ÍNDICE

2

ÍNDICE

3

EDITORIAL

4

TIENDAS ÉL

- Nueva campaña de ternos de tiendas Él
 - Nuevo gerente de ventas:
Juan Pablo Delgado
-

5

TIENDAS ÉL

- Cambio de modelo de abastecimiento de producto de tiendas Él
 - Los mejores de Mayo - Agosto
-

6

TIENDAS ADAMS

- Cambio de modelo de abastecimiento de producto de tiendas Adams
 - Nueva campaña de ternos
 - Los mejores de Mayo - Agosto
-

7

GLOBAL SOURCING

- Desarrollo del canal institucional en Global Sourcing
 - Soporte publicitario para el canal institucional
-

8

SAMITEX

- Nueva estructura de unidad de negocio
-

9

SAMITEX

- Desarrollo de la venta institucional en Samitex

LEATHERCORP

- Desarrollo comercial
-

10

PANORAMA

- Certificación TRINORMA
-

11

PANORAMA

- Gerente General de Panorama BPO:
Raúl Godoy
-

12

PANORAMA

- Éxitos Comerciales Facility Management
 - o Divemotor
 - o Interbank
 - o Caja Arequipa
 - o CNPC
 - Iniciamos con la implementación de SAP
-

13

ALIAT

- Aliat inicia operaciones
 - Jefe de Operaciones: Javier Malaver
-

14

LUMINIKA

- Nuevo Logo Lumika
 - Primera importación
-

15

ANELJO / AMERICA

- Avances edificio comercial HUACHO
 - Avances edificio comercial TRUJILLO
 - Proyecto edificio comercial FAISANES
-

16

BARRIO

- Radiomar
 - Radio Mágica
 - Renzo Costa
-

17

BARRIO

- Nestlé
 - UPC
 - Kuna
-

18

TEXCORP

- Buscando nuevos segmentos de mercado
-

19

UNIVERSIDAD CORPORACIÓN JERUTH

- Jeruth te auspicia a ti y a tus hijos para estudiar en Senati
-

20

UNIVERSIDAD CORPORACIÓN JERUTH

- Programa de habilidades directivas
 - La Universidad Corporativa Jeruth inicia capacitación virtual
 - Presentación efectivas: Power Point y Prezi
 - Neuro oratoria y comunicación comercial para cierres efectivos
-

21

JERUTH

- Beneficios
-

22

JERUTH

- Beneficios corporativos
 - Felicitamos a Randolph Lopez
-

23

AMENIDADES

Último cuatrimestre 2017, los cambios estructurales que se desarrollan en nuestras empresas obligan a desplegar estrategias para mejorar el trabajo en equipo, el que se puede ver entre los integrantes de las mismas áreas o empresas, pero muy poco entre ellas. Por lo que, si no se fomenta y modela el trabajo generando confianza entre todos los miembros es imposible conseguirlo y el ejemplo lo deben iniciar los Gerentes Generales.

A su vez, el liderazgo que incentive una gestión innovadora logrará armonizar los comités gerenciales fomentando un efecto cascada en la organización. Una de las principales fortalezas que se debería tener es la capacidad de innovación, que no supone necesariamente lanzar nuevos productos o servicios constantemente, sino alcanzar el mayor éxito con la mejora continua.

Por lo tanto, con un trabajo en equipo y una gestión innovadora permitirá a cada nivel gerencial enfocarse en los objetivos o metas que se desea alcanzar.

Muchas veces hemos dejado de concretar resultados por no estar orientados a ello y se puede creer que si el día tuviera más de 24 horas les alcanzarían el tiempo para lograr lo que quieren hacer y no se dan cuenta que a veces se enfocan en actividades completamente opuestas a sus prioridades.

Como líder, si quieres cambiar tus resultados, debes primero tomar el control de tu enfoque. Por ello es muy importante la consolidación del liderazgo de los Gerentes Generales de las diversas empresas de la Corporación, su organización, su estructura de unidades de negocio, su estrategia comercial, su equipo de profesionales con las que cuentan para el logro; solo así los resultados se darán como se quiere.

Finalmente somos profesionales con experiencia, que venimos de diversos tipos de empresas y de diferentes negocios, por lo tanto, tenemos que trabajar con ética y transparencia, con la responsabilidad de continuar incentivando las buenas prácticas empresariales, buenos estándares de calidad y eficiencia en la gestión.

Seamos los generadores del cambio con entusiasmo buscando el bienestar propio en lo profesional, familiar y en lo económico de cada uno de los integrantes de la familia JERUTH.

Jorge Ramón Ortega Miraval
Director Corporativo

■ NUEVA CAMPAÑA DE TERNOS DE TIENDAS ÉL

Bajo el concepto: “No heredes el terno”, Tiendas ÉL lanzó al mercado una campaña dirigida a todas las generaciones.

Entre los meses de Octubre y Noviembre Tiendas ÉL detectó que había una oportunidad de seguir desarrollando una comunicación ambiciosa para su línea formal, para lo cual decidió implementar una comunicación inspirada en tres familias líderes de opinión: Los Ballumbrosio, los Echecopar y los Torthon.

Dentro de esta campaña se comunica que Tiendas ÉL tiene una gran variedad de entalles, gamas, texturas y estilos en ropa formal para todas las generaciones: niños, adolescentes, jóvenes y adultos, todos pueden comprar en Tiendas ÉL.

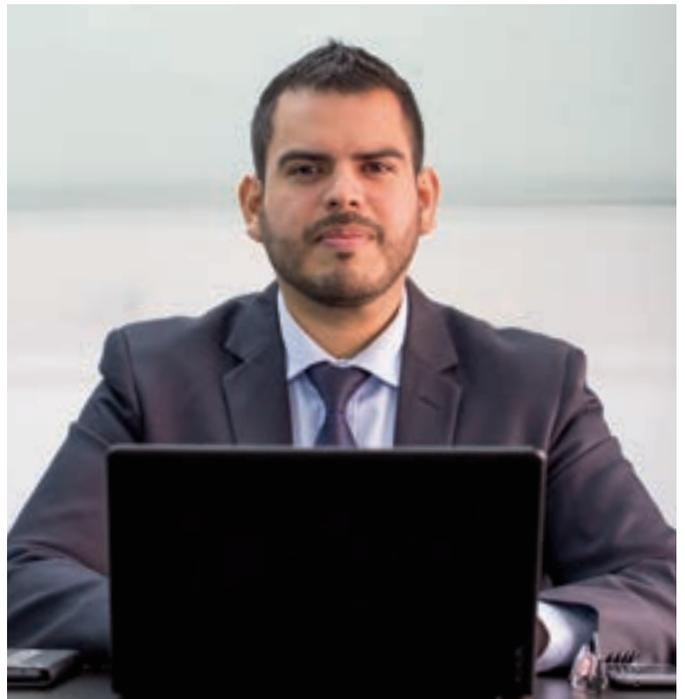
Esta campaña refuerza la elegancia que tiene Tiendas ÉL en el mercado peruano y la posiciona como la tienda especializada en ropa formal para hombres.



■ NUEVO GERENTE DE VENTAS JUAN PABLO DELGADO

- Cuéntanos brevemente tu experiencia antes de trabajar en tiendas ÉL

Empecé trabajando 5 años en el rubro bancario iniciando como cajero y terminando como gerente de desarrollo de productos de marketing para banca transaccional en el banco financiero, luego pase a trabajar 5 años en DELOSI para las marcas de KFC y Pizza HUT donde me desempeñe en el área de RRHH como jefe de entrenamiento, luego como auditor general de operaciones y finalmente como gerente de área para ambas marcas, después de la experiencia en DELOSI, ingrese al mundo del retail como store operations manager, encargándome del start up de la marca H&M en Perú, trabaje en H&M de España por un periodo de 7 meses y luego H&M Chile por 3 meses para finalmente dar inicio a las operaciones de la marca en Perú y mi última experiencia antes de ingresar a tiendas ÉL fue en ADIDAS donde me desempeñe como District Manager en el área de retail.



• **¿Cuáles son los principales aprendizajes que has encontrado hasta el momento en tu gestión?**

El mercado retail es muy dinámico y conocer las líneas casual y formal han sido mi primer aprendizaje, por lo que el grado de exigencia ha sido retador en esta primera etapa, mi experiencia previa en el rubro comercial me ha permitido aprender diversas estrategias comerciales que espero implementar para

conseguir los objetivos propuestos, hay mucho trabajo por realizar con la fuerza de ventas para consolidar los equipos, desarrollar el potencial y retener el talento, en la posición que desempeño en la empresa, el grado de acompañamiento con el equipo que lidero es clave para poder desarrollar las principales variables en ventas, productos, operaciones y personas lo cual será la base para poder realizar una gestión exitosa.

■ CAMBIO EN EL MODELO DE ABASTECIMIENTO DE PRODUCTO DE TIENDAS ÉL



El nuevo modelo es similar al que teníamos en el pasado. Es decir, la cadena gestiona íntegramente la compra del producto bajo un mismo criterio – hasta antes del cambio los proveedores gestionaban el producto que ingresaba en la cadena. La mayor diferencia en este nuevo modelo es la incorporación de la variable de mundos (formal, casual, ropa interior y calzado) a la organización de los equipos de compra y al análisis de la información. Anteriormente la organización de los equipos y la evaluación del desempeño de las categorías se hacía únicamente a nivel de líneas y sublíneas.

José Arevalo se encuentra a cargo del área de producto y nos comenta que este nuevo modelo impactará la gestión gracias a que “este nuevo modelo busca primordialmente generar el balance correcto entre las marcas que hoy manejamos en cadena (John Holden, JOHN y Donatelli) y los diferentes mundos (Formal, casual, ropa interior y calzado). La intención es que este equilibrio optimice la oferta de valor en distintos frentes: mejor mix de producto, inventarios más alineados, versatilidad

en las promociones, bandas de precio mejor estructuradas, mayores marcajes, optimización del presupuesto de compras y una exhibición mejor estructurada. Todo esto con miras a maximizar la rentabilidad en cada punto de venta.”

Por su parte Luis Navarro, responsable de la línea formal nos comenta “Asumo con la mejor actitud posible el reto que se me presenta, siendo consciente de la gran responsabilidad que estoy asumiendo al tener que liderar el rumbo que tomará el rubro formal en la cadena; es una oportunidad de crecimiento profesional que me permitirá plasmar la experiencia acumulada en el tiempo que vengo laborando dentro de la corporación, para la obtención de resultados”

El equipo también está formado por Mauricio Morales a cargo del área casual y Alberto Mamani quien es parte del equipo formal liderado por Luis.

LOS MEJORES DE MAYO - AGOSTO



Deza Lester
Gerente



Juan Chavez
Asesor



Guina Velazco
Secretaria



Ana Rioja
Sastre

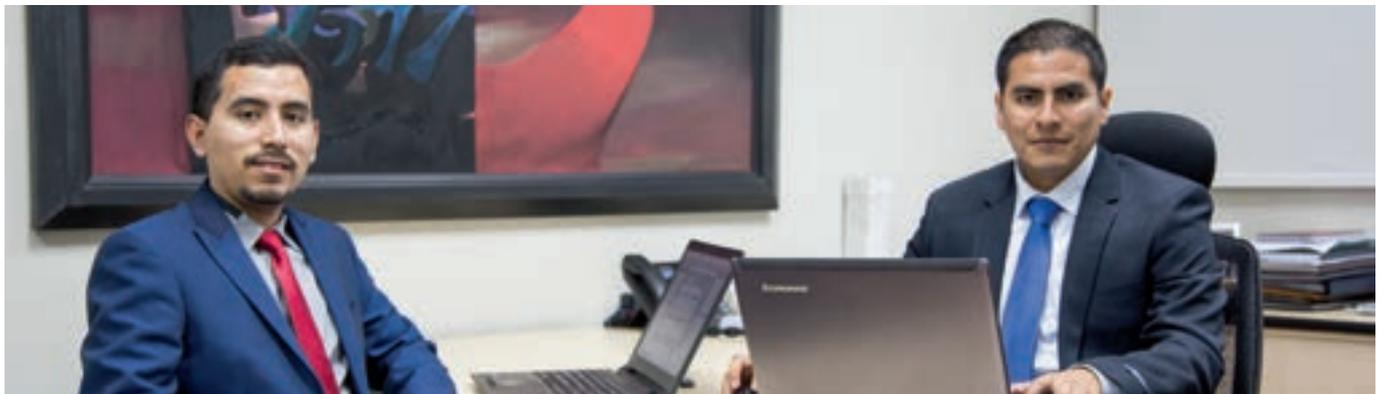


Jose Torres
Auxiliar

■ CAMBIO EN EL MODELO DE ABASTECIMIENTO DE PRODUCTO DE TIENDAS ADAMS

La administración de producto desde ADAMS tendrá un impacto muy positivo ya que permite la optimización de recursos puesto que ahora cuenta con la administración de todos los productos que ingresan a tienda. Por otro lado, ahora tiene la posibilidad de armar estrategias comerciales utilizando todos los recursos de la tienda combinados.

Michael Lovon ha asumido el reto de liderar este nuevo equipo, junto a Paul Plasencia quien lo asistirá. Al asumir este reto Michael nos dijo: "Quisiera agradecer por la confianza brindada. Tomo este nuevo reto con mucha alegría, responsabilidad y compromiso, sin duda alguna volver a retail es reavivar sentimientos que solo los apasionados por este negocio podemos sentir. Ofrezco dar lo mejor de mí para que juntos podemos seguir avanzando y darle bienestar de nuestra segunda casa"



■ NUEVA CAMPAÑA DE TERNOS DE TIENDAS ADAMS

En esta época del año por Octubre y Noviembre se realizan una serie de eventos y compromisos sociales dentro de los cuales destacan los matrimonios, quinceañeros, bautizos, fiestas de promoción, etc.

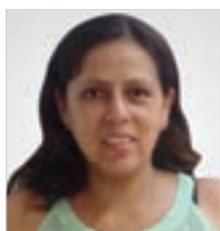


Por eso Adams acaba de lanzar al mercado su campaña "Momentos Especiales" con la finalidad de dar a conocer su renovada oferta en ropa formal. Esta campaña tiene el concepto: "Para lo que te depare el destino".

Es por esto que ADAMS promociona un "outfit" para cada ocasión, donde se destacan los renovados y finos entalles que puedes encontrar en todas las tiendas.

Todas estas prendas muestran la personalidad y actitud que posee la marca ADAMS.

LOS MEJORES DE MAYO - AGOSTO



Yajhaira Neyra
Gerente de Tienda



Ana Delgado
Vendedor



Jenny Villar Perez
Secretaria



Guillermo Llontop
Sastre



Maritza Flores
Sastre



Giovanni Quispe
Sastre

■ AVANZAMOS EN EL DESARROLLO DEL CANAL INSTITUCIONAL EN GLOBAL SOURCING.

Luego de que en la edición anterior de Punto de Encuentro se comentó que Global Sourcing estaba desarrollando un nuevo modelo de abastecimiento de uniformes que busca conectar a nuestros clientes con nuestros proveedores en el continente asiático ofreciendo una oferta de valor muy atractiva. En esta edición tenemos el gusto de comunicar que hemos cerrado el primer contrato de este servicio con Prosegur.

El Servicio consistirá en el suministro de uniformes, vía abastecimiento semanal de packs (terno, camisa y corbata) a los almacenes de Prosegur para distintas unidades. Mediante esta modalidad esperamos atenderlos con 200 packs mensuales, en algunos meses este número podría subir, por la apertura de nueva cuentas o renovaciones. Más allá del 20% de ahorro que obtendrá nuestro nuevo cliente por este contrato, tendrá la seguridad de contar con un stock permanente del producto, eficiencia, tiempo, ahorro en costo, servicio post venta, atención personalizada.



■ SOPORTE PUBLICITARIO PARA EL CANAL INSTITUCIONAL

Como parte de la apuesta de desarrollar el canal de instituciones en Global Sourcing, se ha desarrollado una pauta de aparición semanal en el diario Gestión – uno de los principales diarios de negocios en el país.



■ NUEVA ESTRUCTURA DE UNIDAD DE NEGOCIO

Con el afán de focalizar el desarrollo de nuestros negocios en Samitex, desde agosto, eliminamos la estructura matricial en la compañía y cada unidad de negocio hoy día ha tomado total autonomía comercial, para manejar a su equipo comercial en los diferentes canales. En este sentido la organización comercial de la marca de ropa queda a cargo de Olga Estremadoyro en la Gerencia de la unidad formal y mujer, Jose Miguel De Ita como gerente de la unidad casual y Gabriel Yance a cargo de la unidad de negocio de ropa interior. Además Alonso Martinez lidera el negocio de instituciones privadas.



■ GERENTE DE LA UNIDAD FORMAL Y MUJER: OLGA ESTREMADOYRO

Mi objetivo es involucrar a las áreas a la meta en común y que asuman el compromiso. Redefinir nuestra estrategia comercial y de mercado, revolucionar la cultura de atención al cliente post venta, para mantener nuestro crecimiento. Llevar al equipo a mejorar los resultados y que se adueñen del reto asumiendo la responsabilidad.

■ GERENTE DE LA UNIDAD CASUAL: JOSE MIGUEL

“Nuestro principal objetivo es posicionarnos como una marca sólida, dinámica e integral no solo de cara a nuestros consumidores y en nuestros canales de venta sino también dentro de la corporación, nuestro principal reto será buscar la excelencia en la ejecución, siendo más versátiles y más rápidos en la operación y en el desarrollo de productos lo que nos permitirá adelantarnos a las necesidades de nuestros clientes sino también posicionarnos rápidamente en el top of mind del consumidor”.



■ GERENTE DE LA UNIDAD DE NEGOCIO DE ROPA INTERIOR: GABRIEL YANCE

“El principal reto es lograr; a corto plazo, organizar mi equipo de trabajo y aprender los sistemas de negocios de los canales que son nuevos para mí, dado que el objetivo de la unidad es volverse rentable y lograr el perfil de una marca especializada en ropa interior”



DESARROLLO DE LA VENTA INSTITUCIONAL EN SAMITEX.

Luego de algunos meses de revitalizar el equipo de instituciones privadas y de continuar con el desarrollo de los proyectos públicos, Samitex ha obtenido interesantes contratos con instituciones como:



Compra por el tema de uniformes 2017/2018 (hombres y mujeres).
Valor Totalizado por: S/. 1.6 millones de soles.



Compra por el tema de uniformes 2017/2018 (hombres y mujeres).
Valor Totalizado por: S/. 2.3 millones de soles.



Compra por el tema de uniformes 2017/2018 (hombres y mujeres).
Valor totalizado por: S/. 200,000 soles.



LEATHERCORP



DESARROLLO COMERCIAL

Leathercorp continua su desarrollo comercial enfocado en seguir desarrollando el negocio de atención a marcas y en este periodo ha cerrado nuevos negocios con Viale, Norton y The Cult. Por otro lado luego de un arduo seguimiento hemos logrado ingresar una colección de zapatos John Holden a Tottus, donde esperamos tener la oportunidad de seguir desarrollando la marca.



■ CERTIFICACIÓN TRINORMA

Panorama BPO aprobó la Certificación Trinorma en Agosto del 2017, Diana Maza responsable de este logo nos explicó que esta certificación se logró gracias al compromiso de todo el equipo y lo que significa esta certificación.

La Certificación Trinorma es un aval a nivel internacional para todos nuestros clientes (externos e internos) la cual garantiza un servicio de calidad sin tener impactos ambientales y a la vez, que la seguridad y salud del trabajador no fue desatendida durante la ejecución del servicio brindado.

Al momento que Panorama BPO decide certificar sus procesos se generan cambios a favor de ella, en lo que respecta:

ISO 9001:2015, El enfoque de satisfacer al cliente nos permite ser más efectivos en todas las operaciones.

ISO 14001:2015, La eficiencia y eficacia de nuestros procesos nos muestra un mapa general del servicio ofrecido, en el cual se puede identificar entradas y salidas que generen impactos ambientales y darles su correcto tratamiento.

OHSA 18001:2007, Un sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo, logrando el equilibrio entre: Servicio al cliente, desarrollo sostenible y ambiente laboral.

Haber obtenido la certificación es sólo el inicio, ya que de forma



anual se le realizará el seguimiento al sistema (Empresa Certificadora Externa) identificando y visualizando la mejora continua en base a oportunidades de mejoras, quejas, reclamos y sugerencias de nuestros clientes y colaboradores.





■ LE PREGUNTAMOS A RAÚL GODOY – GERENTE GENERAL DE PANORAMA BPO - SOBRE ESTA CERTIFICACIÓN Y NOS DIJO QUE:

- ¿Por qué planteaste la necesidad de que Panorama BPO obtenga la certificación Trinorma?

Porque el nivel de servicio y compromiso con los cliente en cuanto a la calidad era demasiado bajo y la ISO 9001 te ayuda a cumplir la promesa al cliente, a ordenarte, a generar compromisos con fechas y responsabilidades que no puedes evadir.

Porque comercialmente teníamos oportunidades en FM que requerían que tengamos la Trinorma, calidad, seguridad y ambiente. De hecho se acaba de concretar el acuerdo con FM Interbank Sedes por casi S/2MM al año, por 2 años.

- ¿Cómo impactará esta certificación en el nivel de servicios de los clientes actuales de Panorama?

Confiamos en que incremente el nivel de satisfacción de los clientes y que además tengamos mayor visibilidad sobre los errores convirtiéndolos en lecciones aprendidas. Esconder los errores bajo la alfombra y solucionarlos en silencio no contribuye para nada a lo que queremos. Evidenciar, analizar, corregir y aprender.

De entrada suscribiremos acuerdos de nivel de servicio con los clientes de la corporación (empezando por nóminas y selección) y con los externos afinaremos detalles de los contratos. Hay que especificar qué incluye el servicio y qué no.

La certificación de la Trinorma casi ha coincidido con el cambio de imagen de Panorama a Panorama BPO.

- ¿Qué buscas con este cambio de imagen?

Buscamos refrescar la marca de Panorama en el mercado luego de 33 años, con BPO que de por sí explica que estamos en la industria del Outsourcing. Hay en el mercado distintos Panorama, un edificio, una distribuidora, un programa de televisión. Con Panorama BPO, pretendemos que en nuestro propio nombre se explique lo que hacemos.

- ¿Cuales son las perspectivas de Panorama BPO en el corto plazo?

Hoy hemos empezado certificando Toma de Inventarios en Logística y Mantenimiento en FM y el reto más importante es lograr que dentro de dichas áreas, así como del resto de áreas, se viva una cultura ISO, donde pongamos al cliente al centro de nuestra operación, se identifiquen las oportunidades de mejora y se ataquen éstas con acciones radicalmente. Es difícil, lograr que se viva la cultura ISO, Ya lo he pasado en otras organizaciones, pero ahí es clave el compromiso absoluto de los gerentes y sus ejecutivos para que esto se viva. En eso estamos, echándole carbón a la parrilla para que no se apague.

■ ÉXITOS COMERCIALES EN FACILITY MANAGEMENT (FM)

Este periodo ha sido muy relevante para el desarrollo comercial de Panorama BPO, gracias a que hemos cerrado importantes contratos con Divemotors, Interbank, Caja de Arequipa y CNPC.

Empresa	Plazo	Alcance
	2 años	Gestión de Mantenimiento y Pronto Intervento en 8 sedes. Seguimiento al Plan Anual de Mantenimiento. Administrar los contratos de proveedores. Elaborar y analizar los indicadores de gestión de dichas sedes.
	2 años	Gestión Integral de FM a nivel nacional. Mantenimiento preventivo y correctivo de equipos críticos. Seguimiento al Plan Anual de Mantenimiento. Elaborar y analizar los indicadores de gestión de dichas sedes.
	2 años	Gestión de Mantenimiento y Pronto Intervento de la Zona 2 (Lima, Centro Oriente, Ica y Norte). Mantenimiento preventivo y correctivo de equipos críticos. Seguimiento al Plan Anual de Mantenimiento. Elaborar y analizar los indicadores de gestión de dichas sedes.
	2 años	Servicio de Administración de FM y Servicios Generales en oficinas administrativas. Mantenimiento preventivo y correctivo de equipos críticos y Jardines. Seguimiento al Plan Anual de Mantenimiento. Elaborar y analizar los indicadores de gestión de dichas sedes.

■ INICIAMOS CON LA IMPLEMENTACIÓN DE SAP

Durante el primer trimestre de este año, se dio el visto bueno para la implementación del ERP SAP S/4 HANA en sus módulos de Finanzas, Contabilidad y Logística. La infraestructura tecnológica que soportara este sistema ha sido confiada a LENOVO que en base a tres servidores de alta performance y última generación gestionaran todas las transacciones corporativas con altos niveles de seguridad y velocidad. Los equipos ya se encuentran operativos en nuestro datacenter y actualmente nos encontramos en el proceso de configuración y customización del sistema.

Estamos seguros que esta tecnología de punta traerá beneficios a la corporación en temas de calidad de información, funcionalidad y servicio.



■ ALMAT INICIA OPERACIONES



ALMAT

El 01 de mayo del 2017 inició operaciones ALMAT, como empresa subsidiaria de Panorama BPO y cuya gestión está a cargo del área de Facility Management (FM). Luis Felipe Chang, gerente de FM, nos comenta que "Inicialmente ofrecemos servicios especializados de limpieza y desinfección de ambientes, pero en el corto plazo realizaremos servicios de saneamiento ambiental como: Desinsectación, desratización, lavado y desinfección de tanques y cisternas de agua".

Por su parte Raúl Godoy – Gerente General de Panorama BPO y ALMAT – nos dijo que "A través del servicio de limpieza, ALMAT será un negocio independiente que debe consolidar su propia marca, para satisfacer una necesidad que hoy existe en el mercado: una empresa de limpieza profesional y distintiva en su categoría. Más adelante, a través de la intermediación laboral, impulsará el crecimiento de Panorama BPO aún más."

La creación de esta nueva empresa "incrementa nuestra

propuesta de valor hacia nuestros clientes, permitiendo una venta cruzada entre Panorama BPO (área de FM) y ALMAT y es el complemento perfecto para las licitaciones públicas y privadas (Mantenimiento-Limpieza), permitiéndonos ofrecer propuestas más competitivas al optimizar al administrador y/o supervisor de cuenta" nos indica Luis Felipe.

Raúl nos señala que "Muchos clientes concursan ambos servicios juntos limpieza y FM y con la creación de Almat, ya podemos postular en dichas licitaciones. Limpieza es un nuevo servicio. En un futuro cercano también podremos ofrecer el servicio de intermediación laboral, que será un complemento a los servicios de Panorama BPO y concretamente a selección, ya que hay empresas que nos han pedido que seleccionemos personal y lo pongamos en nuestra planilla. Ese será un nuevo servicio. ALMAT tiene mucho potencial de crecimiento"



■ JEFE DE OPERACIONES JAVIER MALAVER

Buscamos a Javier Malaver Jefe de Operaciones de ALMAT y nos manifestó que su experiencia laboral en el rubro de limpieza y desinfección de ambientes y trabajos de saneamiento, comenzó como operario de limpieza, y fue creciendo primero como Jefe de Grupo, luego como Supervisor Residente y así fue creciendo hasta llegar a Jefe de Operaciones en la empresa Administración de Servicios Complementarios S.A.C. que atendía principalmente al sector público.

El nos dice que "**Lo que me llamo la atención en venir a trabajar a ALMAT**, es ampliar mi conocimiento del rubro con entidades del sector privado, conocer más de cerca el negocio, poder realizar una línea de carrera con las oportunidades que brinda la corporación a sus colaboradores.

■ NUEVO LOGO LUMÍNKA



LUMÍNKA

Con el objetivo de transmitir al consumidor nuestra identidad corporativa, nuestra personalidad y nuestros valores, hemos desarrollado un nuevo logo para LUMÍNKA. Gracias al extraordinario trabajo del equipo de BARRIO, aterrizando nuestras ideas con creatividad para crear el logotipo y para hacer propia nuestra pasión por lo que hacemos, tenemos el orgullo de contar hoy con nuestra nueva carta de presentación con un diseño moderno que nos permitirá captar rápidamente la atención de nuestros consumidores y provocar en ellos la recordación de nuestra marca. La frase que resume nuestra pasión y objetivos es...

“LUMÍNKA, ILUMINAMOS MUNDOS”

■ PRIMERA IMPORTACIÓN

Hace algunas semanas, después de un duro trabajo de búsqueda de proveedores y desarrollo de portafolio, hemos enviado a China nuestras primeras órdenes de compras. Los productos tendrán una nueva cara con nombre LUMÍNKA que llegarán en el mes de Noviembre. Nuestro objetivo como compañía es desarrollar con producto y marca propio el canal tradicional y moderno así como también ampliar nuestro panorama en el canal de proyectos.



Empaque para distribución



Empaque para proyectos



■ AVANCE EDIFICIO COMERCIAL HUACHO

En plena Plaza de Armas de la ciudad de Huacho, sobre la base de terreno de 360 m², nos encontramos construyendo un inmueble comercial de 2 pisos más sótano.

En el primer nivel se ubicarán 2 tiendas comerciales. En una de ellas operará tiendas Él, como una nueva plaza dentro de la cadena.

A la fecha nos encontramos con 43% de avance de la obra y proyectamos concluir los 1,098.15 m² de área techada, para el mes de octubre del presente año.

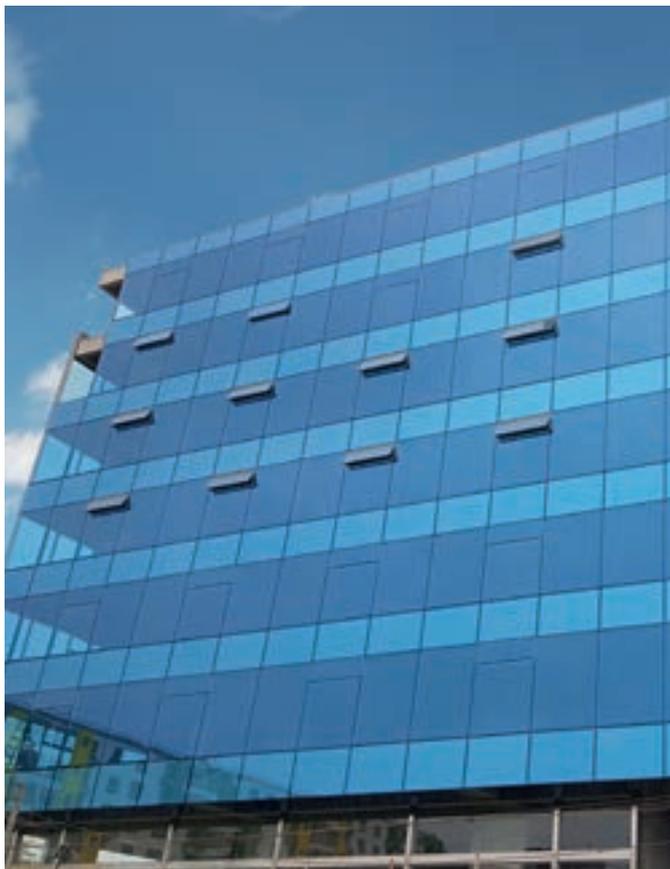
El principal reto que tuvimos fue sacar adelante las complicaciones iniciales que se nos presentaron, en la etapa de movimiento de tierras y excavación del sótano.

■ AVANCE EDIFICIO COMERCIAL TRUJILLO

Luego de pasar por lamentables desastres naturales provocados por huaicos y desbordes en la Plaza de Armas de la ciudad de Trujillo, ante todo pronóstico iniciamos la construcción de nuestro edificio comercial ubicado en el paseo peatonal del Jr. Pizarro.

A la fecha nos encontramos con un 68% de avance de la obra y proyectamos concluir los 1,937 m² de área techada, para fines del mes de octubre del presente año.

La tienda del primer piso será ocupada por Él S.A., quienes mudarán sus operaciones puerta a calle, a este nuevo inmueble. Esta gran apuesta constituye pasar a ser la tienda con mayor área de venta en toda la cadena.



■ PROYECTO EDIFICIO COMERCIAL "LOS FAISANES"

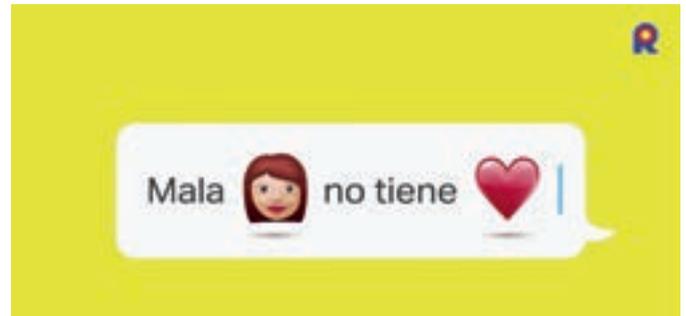
Luego de concluir a mediados del año pasado los trabajos de movimiento de tierras y de muros anclados e iniciar la etapa de la construcción de la superestructura (obra civil del casco gris) y acabados de las áreas comunes con la empresa Eital Edificaciones; en esta edición tenemos el agrado de informarles que esta segunda etapa del proyecto fue concluida exitosamente a mediados del mes de Setiembre del año en curso.

El equipo de la división Inmobiliaria y Proyectos, de Llave en Mano, en estos momentos se encuentra analizando, homologando y negociando la última partida faltante de equipamiento referida a Seguridad Electrónica (control de accesos y CCTV). Las demás partidas se encuentran en plena ejecución y próximas a concluir; tales como: Muros Cortina Miyasato (vidrio envolvente del edificio), instalación de ascensores Schindler, extractores de aire, presurización, sistema contra incendio (extinción y detección), bombas de presión constante, grupo electrógeno y aire acondicionado a gas de la marca LG. Para concluir esta obra en forma integral, nos encontramos gestionando directamente la tercera y última etapa de la obra, referida a la terminación de algunas partidas de acabados de áreas comunes, tales como estacionamientos, acabados de la fachada, baños y azotea, así como al inicio de la implementación de las oficinas del 6to y 7mo piso, las mismas que serán concluidas a fin del presente año.

■ RADIOMAR



En este lanzamiento la agencia Barrio propuso el concepto "DESCUBRE LA SALSA QUE AMAS AL ESTILO DE HOY", buscando posicionarse con el nuevo slogan "Radiomar vive gozando". Usar emoticons para hacerte recordar una canción, fue una idea muy fresca e innovadora.



■ RADIO MÁGICA

Radio Mágica es la única que transmite música del recuerdo en inglés concentrada en la época de los 70's y 80's, por eso el objetivo de esta campaña fue posicionarla en el Top of Mind de la gente y se utilizó el concepto: "La música de la época dorada vive en ti"



■ RENZO COSTA

Para el día de la madre se le propuso al cliente una idea ambiciosa, diferente a lo que venía trabajando la marca. Esta propuesta tuvo como objetivo generar un homenaje a todas las madres del Perú a través de la ejemplar vida de la fundadora de Renzo Costa.



■ NESTLÉ

Para realizar este proyecto de Nestlé Professional se unieron Barrio BTL y Barrio Visual Merchandising. Juntos crearon una propuesta de stand atractiva y versátil que fuera una oportunidad de crecimiento para el negocio de nuestro cliente.



■ UPC

Se desarrolló la idea "Vive la experiencia UPC Campus San Isidro" que era un recorrido virtual para que la generación Z sepa cómo iba a ser su vida universitaria. Se logró tener más de 290 participantes, 360 personas en la base de datos y más de 100 fotos compartidas en Facebook.



■ KUNA

El concepto de esta campaña para nuestro cliente Kuna fue: "Toda la riqueza del Perú hecha arte, en la más fina fibra de vicuña" este pedido fue realizar vitrinas para Fiestas Patrias, que iban a ser vista por público local y extranjero.



■ BUSCANDO NUEVOS SEGMENTOS DE MERCADO

Cuando se mantiene una disciplina de reuniones comerciales diarias, se cae en la tentación de la repetición de los mismos puntos todos los días, pero realmente le estamos dedicando el tiempo a pensar en colectivo en ¿cómo vender más?, en ¿cómo ganar más dinero?

Fue en una reunión de ventas cuando como espectador escucho una acalorada discusión sobre precios y como la competencia vendía más que nosotros y por ende debíamos bajar los precios, a lo que simplemente pedí por favor las muestras de no sólo la tela que estaba en cuestión, sino de todas las telas que se movían en ese mercado.

Como resultado planteamos el ambicioso plan de convertirnos en el proveedor más importante de telas de camisería para uniformes escolares. Texcorp según cuenta la historia nació con la popelina Gold y hoy tenemos un buen nombre en el mercado, pensábamos que éramos relevantes en ese negocio y que viene creciendo 2014,2015, 2016 y YTD 2017, pero cuando entramos en el análisis profundo del negocio, nos damos cuenta que existen sub segmentos dentro del segmento económico y que hay 4 sub segmentos bien definidos:

Popelina 100% Poliéster:

Mercado de aproximadamente 1,000,000 mensuales en campaña.

Popelina 90/10 Poliéster/Algodón:

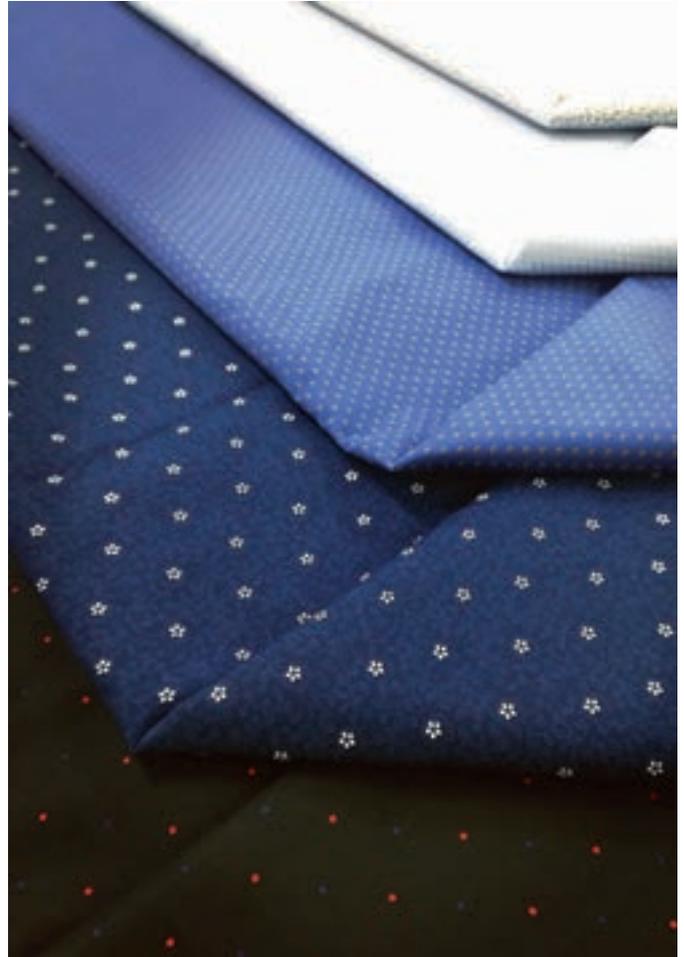
Mercado aproximadamente de 600,000 metros mensuales.

Popelina 65/35 Poliester/Algodón económica:

Mercado aproximado de 200,000 metros mensuales.

Popelina 65/35 Poliester/Algodón Premium:

Mercado aproximadamente de 100,000 metros mensuales



Texcorp sólo participaba en el sub segmento 4, es decir el más chico, hemos demorado un año y medio en desarrollar la tela adecuada para el sub segmento 1, el más grande y tuvimos una prueba fallida de 40,000 metros, los cuales se vendieron a precio de liquidación por ser muy brillante y luego en la feria de Shanghai junto al proveedor fuimos a buscar el hilo adecuado para tener la tela como la necesitábamos, la desarrollamos exitosamente y se vendió 83,000 metros en dos meses, actualmente estamos a la espera de la llegada de 240,000 metros que se esperan vender en 3 meses y comenzar a ganar relevancia en un mercado que en valores es de 60 millones de soles al año. Adicionalmente cambió la ley de Antidumping de China y ya teníamos desarrollado el producto que nos llegará en el mes de Noviembre para poder lanzar los subsegmentos 2 y 3. Estaríamos hablando que Texcorp debería triplicar por lo menos su negocio de Popelinas importadas en el 2018 y duplicar la venta en el 2017, eso es hacer un negocio relevante y manejar más líneas de negocios en un mercado que ya conocemos pero que analizando correctamente el potencial y dedicando tiempo al pensamiento de largo plazo y de desarrollo permiten cambiar nuestras realidades de manera radical.

JERUTH TE AUSPICIA A TI Y A TUS HIJOS PARA ESTUDIAR EN SENATI



Corporación Jeruth otorgará en el mes de diciembre
10 becas para que tus hijos o tú puedan
estudiar en **SENATI** completamente gratis.

¿Cómo?

Debes de cumplir con los siguientes pre requisitos para participar del concurso:

GENERALES:

- Mantener un vínculo laboral con alguna de las empresas como mínimo con dos años de antigüedad.
- No tener amonestaciones ni sanciones del área de RRHH, los últimos 12 meses.
- No tener más de una tardanza mensual y/o estar en cuota en los últimos 06 meses.
- No tener faltas injustificadas en los últimos 12 meses.
- Carta de recomendación del jefe directo para calificar para este beneficio.



SI LA BECA ES PARA TI (COLABORADOR):

- Contar con autorización escrita del jefe inmediato y gerente de área.
- Que el programa y horario de clases no se cruce con el horario de trabajo.



SI LA BECA ES PARA TU HIJO:

- Ser familiar directo.
- Tener máximo 18 años de edad.
- Haber culminado el colegio como un promedio mínimo de 14.
- No contar con antecedentes penales ni policiales.

¡MANTENTE ATENTO!

En diciembre publicaremos las bases del proceso de admisión de enero 2018

INFORMES: Área de Capacitación 2137070 | Anexo: 1608

■ UNIVERSIDAD CORPORACIÓN JERUTH

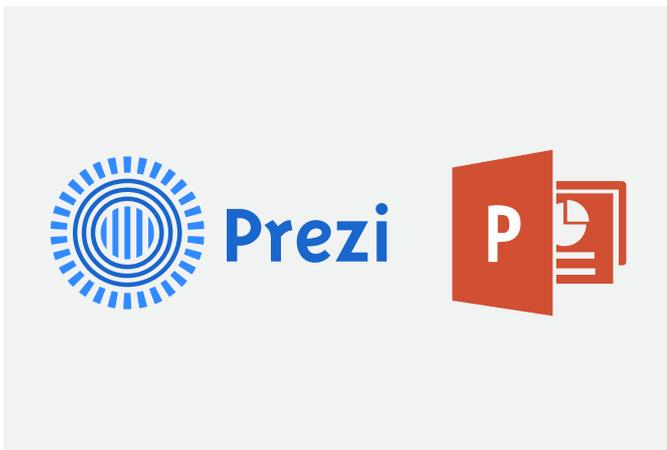


■ PROGRAMA DE HABILIDADES DIRECTIVAS

Su propósito es brindar a nuestros gerentes herramientas que le permitan optimizar su gestión; nuestro primer taller: "Liderazgo y Accountability", permite a los participantes a través de la metodología vivencial, tomar conciencia respecto a la importancia del logro de resultados, reconociendo las circunstancias y tomando acciones correctivas, asumiendo el reto, comprometiéndose con la búsqueda de soluciones y aceptando la responsabilidad de los resultados obtenidos.

■ LA UNIVERSIDAD CORPORATIVA JERUTH INICIA CAPACITACIÓN VIRTUAL

La Universidad Corporativa Jeruth (UCJ) en el mes de Julio implemento la web de capacitación en línea denominada www.ujc.pe, la idea llegar a su gente sin importar distancia y tiempo; garantizando sobretodo la calidad de información brindada mediante tutoriales de corta duración. En esta oportunidad se tocaron temas para fortalecer los argumentos de venta de tiendas ÉL y Adams e incentivando la participación del equipo de venta.



■ PRESENTACIONES EFECTIVAS: POWER POINT Y PREZI

Los meses de agosto y setiembre Samitex fortaleció a su equipo comercial y gerencial, con un taller de presentaciones efectivas en Power Point y Prezi, con la finalidad de que estas herramientas sean de utilidad ante clientes y directivos, optimizando los canales de comunicación y potenciando los cierres de ventas.

■ NEURO ORATORIA Y COMUNICACIÓN COMERCIAL PARA CIERRES EFECTIVOS

Samitex identifico la necesidad de POTENCIAR LAS HABILIDADES comerciales de su equipo, lo que servirá para generar resultados efectivos durante la gestión de venta en el día a día. Es por ello, que en setiembre realizó el taller de "Neuro oratoria y comunicación comercial para cierres efectivos" contando con la participación activa de sus colaboradores.

■ BENEFICIOS JERUTH

■ BENEFICIO CINEPLANET AT WORK

En Julio, en convenio con Cineplanet, se ofreció el beneficio de Cineplanet At Work, precios especiales a comparación de los precios regulares en entradas y combos. Los resultados: 950 boletos en nuestras sedes ubicadas en Lince y Chorrillos.

■ BENEFICIO TAI LOY

En Julio se ofrecieron descuentos exclusivos para nuestros colaboradores en el Gran Cierrapuertas en Juguetes los días 14, 15 y 16; descuentos desde un 50% + un 20% de descuento adicional. Los vales de descuentos fueron repartidos a nuestros trabajadores a nivel nacional.

■ BENEFICIO TEATRO AUDITORIO MIRAFLORES

En Agosto, en convenio con Teatro Auditorio – Miraflores, invitamos a todos nuestros colaboradores a disfrutar de obras infantiles con 50% de descuento, exclusivo sólo el mes de Agosto, destacando entre la preferencia las obras “Mis princesitas” y “Los Tres Cerditos”.

■ CAMPAÑA JUNTOS CONTRA LA INFLUENZA

Se programó la campaña de vacunación “Juntos contra la influenza”, en ambas sedes de la empresa, culminando exitosamente con más de ... personas vacunadas.

■ SORTEO DE ENTRADAS AL CIRCO DE PITILLO

Gracias al auspicio que hace Fundación Jeruth a la Asociación Make a Wish, se efectuó el sorteo de 17 entradas dobles para que 2 familiares directos de nuestros colaboradores asistan a una de las funciones.



■ BENEFICIOS CORPORATIVOS

■ EPS

Pensando en el cuidado de tu salud y la de tu familia, nuestras empresas te brindan la opción de contar con un seguro médico particular. Un seguro EPS.

Al mes de agosto, un total de 150 Afiliados, y sus derecho habientes, hacen un total de 300 miembros de la familia Jeruth que cuentan con este beneficio.

Entérate más en el área de bienestar social.

■ DESCUENTO EN TIENDA A TRABAJADORES

Crédito Cadena en Tiendas Él & Adams.

Recuerda que todos nuestros trabajadores inscritos tienen un 20% de descuento sobre el precio de tienda para realizar compras, siendo deducido bajo la modalidad de descuento por planilla en 4 cuotas en partes iguales.

Para acceder al crédito debes tener al menos 3 meses en la empresa. Entérate más en el área de bienestar social.



Crédito cadena 20% dscto.



■ FELICITAMOS A RANDOLPH LOPEZ

Randolph López gano la medalla de Plata en Formas y medalla de Oro en Lucha en la categoría mayores de 50 liviano en el VI sudamericano de TaeKwon-Do. Felicitamos a Randolph por su constancia y dedicación a este deporte y por dejar en alto el nombre del Perú.



FRASES PARA RECORDAR

“El 90% del éxito se basa simplemente en insistir.”

Woody Allen

“El emprendedor siempre busca el cambio, responde a él y lo utiliza como oportunidad.”

Peter F. Drunker

“Si no existe la organización, las ideas, después del primer momento de impulso, van perdiendo eficacia.”

Che Guevara

“Hay una fuerza motriz más poderosa que el vapor, la electricidad y la energía atómica, la voluntad.”

Albert Einstein



PUPILETRAS PANORAMA



Encuentra las siguientes palabras:

- Certificación
- Trinorma
- Internacional
- Servicio
- Calidad
- Eficiencia
- Eficacia
- Gestión
- Seguridad
- Salud

PUNTO DE ENCUENTRO seguirá creciendo con el aporte de todos los miembros de la Corporación. Si quieres sugerir algún artículo o que reconozcamos a algún colaborador, envía un email a: comunicaciones@jeruth.pe

punto de encuentro

Año 5 Número 3

Comité Editorial

José Ackerman
Javier Pérez Albela

Dirección de Arte

Luis Castro
Akemi Calderón

Diseño y Diagramación

BARRIO

Agradecimientos

Manuel Benites
Joel Escate
Freddy Servan
Alonso Martínez
Leticia Burga
Manuel Bello
Alberto Robles
Diego Figueroa
Jorge Velezmoro
Raúl Godoy
Luis Felipe Chang
Diana Maza
Rolando Carnero

Fotografía

JERUTH
BARRIO

Pre Prensa / Impresión

Opengraf

Prohibida la reproducción total o parcial de artículos y/o fotografías de esta edición, sin la autorización expresa y por escrito de Corporación Jeruth o alguna de sus Empresas.

Av. Prolongación Iquitos 2625 - Lince
www.jeruth.pe

T (511) 213 7070

comunicaciones@jeruth.pe



EXCELENCIA EN LA EJECUCIÓN

Es ejecutar todos los proyectos de la organización,
con los estándares más altos posibles.