

La Comunicación Visual en su SALSA

Entrevistamos al Señor Horacio Astegiano y a la Lic. en Marketing y Publicidad María Luz Astegiano, padre e hija hablan de su empresa Salsa Insumos, que han sabido posicionar en un lugar de liderazgo en el suministro de insumos para la Comunicación Visual.

Por Alberto Gómez

Introducción

Al comienzo de la nota María Luz Astegiano, Licenciada en Marketing y Publicidad, toma la palabra expresando que es un placer trabajar con su padre, Horacio Astegiano, de quien dice que comenzó a trabajar a los 11 años, acotando, "destaco su fundamental experiencia, pero por sobre todo resalto los valores de su personalidad, que viviendo primero en la experiencia de vida familiar logró trasladarlo al ámbito laboral y comercial. Su palabra y comportamiento ético y su tenacidad acompañaron mi crecimiento personal en la vida y el trabajo." Agregando, "en SALSA la pasamos bien, sí, todos los que trabajamos en la empresa la pasamos bien, somos como una gran familia y los valores por los que luchamos en nuestra casa los trasladamos, y están aquí, en SALSA."

¿Cómo fueron los comienzos de Salsa Insumos? , para así entrar en tema.

H.A. - Sobre finales de la década del 90 incursionamos en el sector de la comunicación visual, yo venía de la industria de indumentaria textil y entraba a un mercado absolutamente nuevo; empujado por una decisión familiar. Desarrollamos el proyecto de lo



Horacio Astegiano y María Luz Astegiano, padre e hija hoy al frente de SALSA INSUMOS.

que hoy es SALSA INSUMOS; siendo distribuidores de 3M acompañando dicha línea con algunos vinilos Oracal.

En nuestros primeros pasos dentro de este mercado apuntamos al rubro de fabricantes de letreros y nos fue muy bien, segmento que estaba descuidado, desabastecido y con una alta necesidad de un servicio de valor agregado. Este foco nos permitió ser líderes absolutos y día a día con dedicación y denodado trabajo, ganamos reconocimiento, fidelización y cuota de mercado.

El desarrollo del rubro de la Comunicación Visual venía produciéndose desde comienzos de la década del 90, pero nosotros en realidad entramos en la cola de dicho crecimiento que llegaba acompañado de una gran pujanza e innovación. Fíjese lo que es hoy el sector y las constantes variables que se producen en insumos y tecnologías.

Distribución “Salsa Express”: atención, servicio y asesoramiento

La Lic. María Luz Astegiano habla de los hechos que llevan a SALSINA INSUMOS a estar un paso adelante en el Sector de la Comunicación Visual. Trabajar en perspectiva.

Dice María Luz Astegiano, “fjese que SALSINA INSUMOS compete con otros distribuidores de la misma marca, y de otras marcas, y la verdad es que todos queremos vender, pero creo que nosotros nos diferenciamos: ¿pero en qué? Hay un punto de referencia en el cual somos reconocidos desde un primer momento, **el servicio**: al llamado del cliente en hora u hora y media el producto requerido está a disposición del cliente, es lo que denominamos “Salsa Express”, salen las camionetas y brindamos toda nuestra logística para que nuestro cliente pueda entregar a tiempo el trabajo a su cliente. Pero para ello es necesaria otra pata de la logística: en SALSINA INSUMOS contamos con stock propio permanente **y no dependemos del stock de nuestros proveedores para efectivizar nuestras ventas**. Estamos siempre listos para salir y hacer la entrega inmediata y nuestros vehículos están permanentemente comunicados por si surge otra entrega urgente. Esta manera de trabajo requiere de planificación y visión a mediano y largo plazo para contar con el stock propio según las necesidades que nuestros monitoreos constantes del mercado nos indican. Hacemos proyecciones que nos permiten anticipar las necesidades del mercado y cualquier imprevisto que pueda surgir; visualizando posibles cambios para decidir el rumbo a seguir. Estamos al tanto de los colores corporativos de las empresas que están en el país y de las que puedan llegar, como de los cambios que puedan efectuar las existentes. Cuando un color de vinilo es homologado realizamos las inversiones para tenerlo antes que los trabajos sean licitados. Este análisis alcanza a empresas que pueden llegar a instalarse en el mercado local, y así tener el material que las mismas puedan necesitar. Es lo que llamamos trabajar en perspectiva al futuro y volver al presente para trabajar en ese futuro posible. Hechos que nos llevan a estar un paso adelante en el Sector de la Comunicación Visual.



Comienzan a operar con 3M, ¿buscaron trabajar ese segmento de producto?

H.A. - Siendo congruentes con nuestra misión y visión siempre hemos trabajado con empresas líderes mundiales y de una altísima percepción de calidad en la mente de nuestros clientes. Estas empresas

tenían un amplio portfolio de productos, lo que nos permitía trasladarlos a nuestros clientes sumando nuestra propuesta de servicio. Hoy en día, Avery Dennison nos permite seguir transitando este sendero brindando un amplio portfolio, soporte mundial e innovadoras marcas. Con esto decimos que SALSINA

Distribuidor Oficial



Soluciones para el mercado visual

todas las Soluciones Avery están en SALSINA Insumos

- Insumos Corporativos
- Insumos Económicos
- Insumos Vehicular
- Insumos Cartelería



Av. Juan B. Justo 6422- Cap. Fed. | tel.: 4674-3223/2992
ID 156*226 /225 /224 | contacto@salsinaenlaweb.com.ar | www.salsinaenlaweb.com.ar

Atención cordial

Expresa María Luz Astegiano, “Es lo que en SALSA permanente se da, se percibe así porque es lo que internamente vivimos y se transmite a todos nuestros clientes, ya sean chicos, medianos o grandes, si los medimos por el volumen de compra. Todos perciben el mismo trato y atención cordial. Nuestros clientes lo agradecen diciendo que se sienten muy cómodos, tanto en lo humano como a lo referente a tiempo y espacio en lo comercial. Reciben la misma atención quienes se acercan para realizar una compra importante como aquel que requiere de un metro de vinilo para hacer o terminar un trabajo.



INSUMOS tiene coherencia desde el inicio, sin cambiar el estilo de trabajo, ofrece primeras marcas y el mejor servicio de pre y post venta. O sea, que esta elección nos permitió movernos en el segmento premium, priorizando calidad y servicio y relegando la variable volumen a segundo plano.

¿Cómo llegan a trabajar la línea Avery Dennison, y qué pueden agregar?

H.A. - durante principios del año 2000, y pretendiendo cambiar su imagen instalada en el mercado de comunicación visual, Avery nos propone sumarnos a un nuevo proyecto que hasta ese momento sólo

consistía en una excelente idea, objetivos claros y un gran desafío para combatir a las marcas ya instaladas en el mercado.

Cabe destacar que este nuevo desafío nos sedujo y nos impulsó a la búsqueda de la excelencia a nivel de servicio para con ello poder darle batalla a marcas con alta cuota de mercado, de precio menor pero con un servicio deficitario. Avery continúa manteniendo un alto respeto por el negocio de la distribución.

¿Cómo transitaron los años 2001/2002?

H.A. - Fue otra experiencia más, quizás ahí surge nuestro slogan “Ser y Permanecer”.

Y parafraseando “ser y parecer”, SALSA “es”, lo somos porque SALSA es lo que dice ser, y parecemos lo que somos porque todo lo que SALSA dice lo hace con una coherencia total, por eso permanecemos en el mercado, porque en él estamos y seguiremos estando.

Respondiendo sobre la crisis 2001/2002, ahí estuvi- mos, nunca nos fuimos y aquí estamos.

Superamos los momentos malos sin dejar nunca de cumplir y adecuándonos al momento.

Mantuvimos nuestro stock, y aunque fuese mínimo no dejamos de cumplir.

Dimos respuesta y servicio, todo lo que estaba a nuestro alcance lo hicimos. Tuvimos que optimizar nuestra estructura a la mínima expresión pero siempre pensando en lo necesario para sostener nuestro acostumbrado nivel de servicio.

Algo diferencial de la inversión de Salsa Insumos

La Lic. María Luz Astegiano relata su caso para que también analicen la manera que influye la diferencia generacional, “al comienzo para mi padre (Horacio Astegiano) todo lo que era internet, página web y demás, era un gasto. Me permitió “gastar” porque como hija, qué buen padre va a limitar sus proyectos?, y además, reconozco que aceptaba mis consejos. Y hace un año y medio me acompaña e invierte en todo lo que es política de comunicación, desde una página web con estética y que no esté sólo al servicio sino que sirva para disfrutarla, tenga información, nos remita a otras informaciones, que permita subir las fotos de sus trabajos a nuestros clientes, y mucho más. En todo este proceso fueron muy valiosas e interesantes las transformaciones que en conjunto hemos vivido, y de pensar que era un gasto, hoy todos sentimos y comprobamos que fue y es una verdadera e importante **inversión**. La página web de SALSA INSUMOS fue un trabajo enorme, y podemos asegurar que es uno de los mejores sitios del sector de la comunicación visual.

Es la vidriera de SALSA INSUMOS y de lo que la empresa hace, siendo su función la de informar a todos sobre lo que está pasando, para estar atentos y a través de la misma generar una interrelación constante y trabajo para todos.

Competir con talento y creatividad

Horacio Astegiano aporta su visión sobre el futuro del mercado de la comunicación visual, expresando:

“Mi experiencia de vida de tantos años de esfuerzo y dedicación al trabajo, el haber pasado por tantas crisis en este país y el haber seguido apostando al trabajo honesto y respetuoso, hace que ya nada me sorprenda ni me asuste. Considero que lo peor de la crisis argentina ya pasó. Como empresario participe de este mercado continuo apostando a los valores, a la actitud ética y de respeto por el otro, para generar desde **Salsa Insumos** negocios productivos para todas las partes involucradas en la cadena. Apuesto a la transparencia, al valor de la palabra dada y a la sana competencia. Actitudes que desde **Salsa Insumos** ponemos en práctica porque así entendemos se hacen los negocios, y actitudes que lamentablemente vemos desvirtuadas en nuestro alrededor.

Les propongo un desafío: **“Juguemos todos en el equipo de los que mantienen su palabra y compiten con talento y creatividad.”**



¿Por qué en el cambio Salsa Insumos se inclina a marcas con reconocimiento?

M.L.A. - Para nosotros fue importante desde el comienzo y debía seguir siéndolo si había un cambio, teníamos que suministrar la misma calidad de producto a la que el cliente estaba acostumbrado. ¿Por qué es esto importante? Al trabajar con marcas que

tienen sus productos homologados a nivel mundial por las grandes compañías, como lo son los productos de Avery y otras primeras marcas, aseguramos a nuestros clientes y a los clientes de éstos seguir recibiendo la misma calidad y prestación. Ejemplo: un cliente nuestro que trabaja para una petrolera, al cambiar por Avery recibió un producto similar y con

Intensifique su impacto visual

- Gigantografías
- Decoración Vehicular
- Diseño Grafico

Nueva unidad de negocios

Diseño y Construcción de Stands

Benito Perez Galdos 8958 - Pablo Podesta
Buenos Aires - Argentina
Tel: 4769-8925 - info@fepublicidad.com.ar
www.fepublicidad.com.ar

CALIDAD CERTIFICADA

Stand de Fe Publicidad ExpoSing 08

¿Cómo encaran el Marketing?

Suele suponerse que una Empresa Familiar es informal y poco cuidadosa del aspecto profesional. Sobre el tema responde la Lic. María Luz Astegiano.

“Por suerte desde hace unos años hay una tendencia a incorporar profesionales, ya sea en los medios y altos niveles. En nuestro caso yo me especialicé e incorporo lo que he aprendido y sigo aprendiendo a nuestra empresa haciéndola profesional para ser profesional en lo que hacemos. Ello significa tener eficiencia, eficacia, respeto, aceptar otras opiniones sin dejar de defender las propias. Además, desarrollar estrategias de marketing a diferencia de lo que la mayoría considera, es TODO lo que la empresa ES y HACE. Coherencia de colores, de discursos, de imagen, de políticas comerciales, todo aquello que la empresa realiza en el ámbito externo como así también en los elementos que utilizan en lo interno su personal y clientes. Desde una lapicera, el papel para realizar anotaciones, la vestimenta de todo el perso-

nal, gorras y remeras entre otros elementos. Un sentido de pertenencia que nos aúna a quienes conformamos SALSA y que invita a pertenecer a nuestros clientes; en el cual está presente SALSA y su marca “picante”.

Sección Tunning: en un link de nuestra web mostramos las realizaciones llevadas a cabo por un grupo de gente joven, quienes realizando con esfuerzo una considerable inversión decoran con pasión sus autos (luciéndose en ello) con vinilos que tienen alta rotación. Es muy buen producto de variados colores, llamativos, brillantes, espejados y fluo entre otros.

Explicación del logo: nace de la marca de un equipo de impresión, Salsa. El agregado de insumos es para que se sepa a qué se dedica la empresa. El dibujo es un ají picante mexicano (chile), que representa la energía que hay en SALSA. El dibujo con punteados es aireado y da la idea de energía, picardía y las ganas de picar siempre en punta.



Frente del local de SALSA INSUMOS, ubicado en Av. Juan B. Justo 6422 de Capital Federal.

que nuestra experiencia nos había enseñado como fundamental luego de la crisis 2001/2002, era necesario trabajar con una empresa de respuesta rápida; cuando muchos se estaban retirando del mercado nosotros lo abastecíamos, siendo éste uno de los motivos que nos posicionó como distribuidores líderes en el mercado local.

SALSA INSUMOS fue y es la primera por tiempo y forma de posicionar los productos de Avery y que hoy lo seguimos haciendo con gran énfasis, fuimos los primeros en ponernos la camiseta y, nos consideramos representativos de la marca y nos sentimos reconocidos por la misma.

¿Qué otras ventajas encuentran en trabajar esta línea?

M.L.A. - Las ventajas que nos brinda trabajar con Avery es que se ha sabido posicionar en un lugar de liderazgo en todo lo que es Comunicación Visual, son especialistas en este rubro y nos permiten seguir ese lineamiento y especializarnos. En SALSA INSUMOS el cliente va a encontrar stock, calidad, permanencia en el mercado y un servicio permanente con la experiencia y seriedad que nos caracteriza.

Por eso remarcamos que la especialización es una de nuestras características, no mezcamos mercados, y eso nos hace diferentes. ■

la misma prestación, pero pudimos agregar una importante ventaja: la tranquilidad de contar con ese stock cuando fuera necesario.

O sea, cuando fuimos seleccionados por AVERY y cambiamos la marca de nuestra distribución por una de línea de primer orden, como lo es Avery, hemos mantenido calidad, variedad, soporte técnico de la marca y el nuestro, asesoramiento, y un sin fin de ventajas con un agregado diferencial, “fuerte presencia local”. Además, vale destacar un elemento