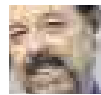


ENTREVISTA 
EDMUNDO CASTILLO



Nombre: Edmundo Castillo Justo
Cargo: Gerente general
Profesión: Administrador

Organización: Acompe importa equipos que convierten las llamadas desde un teléfono fijo como si fueran de un celular. Este año ganó el segundo premio al emprendedor innovador de la Cámara de Comercio de Lima.

“Sabía que tenía un producto útil”

JULIO ESCALANTE ROJAS

Su mejor presentación es el reverso de su tarjeta personal. En ese cartoncito, bajo el título Principales Clientes, figuran muchas de las empresas más grandes del país. Edmundo Castillo les dio productos que reducen el costo de llamadas telefónicas a celulares. El ahorro fue inmediato.

¿Cuál es su primer contacto con los conversores de llamadas a celulares?

Entre el 2003 y el 2004 trabajé en Chile, era gerente de una empresa y un día me ofrecieron los conversores para reducir el costo de llamadas. Con estos equipos las llamadas salidas de los anexos fijos de la empresa se convierten en llamadas de celular a celular. Y por eso son más bajas. Gastábamos 5 mil dólares en llamadas al mes y bajamos un 60%. El día que me lo ofrecieron, llamé a Lima y aquí no existía este servicio. Y como ya tenía tres hijos pequeños y a mi esposa en Lima, decidí volver. Me convertí en representante de Ecom, la empresa chilena, en el Perú. Ellos ensamblaban los conversores, pero la tecnología y los módulos eran importados de Francia.

¿Qué tan difícil fue ingresar el producto al Perú?

Fue muy difícil. Aquí no se conocía el producto. Por más que el ahorro era evidente, no era tan fácil para el empresario tomar la decisión. Incluso aquí me tomó tiempo encontrar técnicos que supieran del producto. Fue una aventura renunciar a mi trabajo y volver a Lima.

¿Cuál fue su primer cliente?

Apunté al Banco de Crédito. Fue difícil convencerlos.



SERGIO URDAY

“El Ministerio de Salud gastaba S/.85 mil en llamadas a celulares, hoy con nuestros equipos gasta S/. 26 mil”

Sabía que tenía un producto útil, lo habíamos probado aquí y funcionaba en empresas chiquitas. Pero mi estrategia era buscar clientes grandes. Cuando me recibieron les propuse instalar los equipos y no cobrar nada. Pronto se dieron cuenta de que sí había ahorro y de que incluso había más ahorro que en Chile porque aquí en el Perú la tarifa de llamadas de fijos a celulares era más alta. Primero solo compré para su oficina central de La Molina. Y dos meses después comenzaron a comprar para otras sucursales de Lima y luego en provincias.

¿Luego siguieron otros bancos? Veo que en su tarjeta figuran todas las empresas a las que ha vendido dichos conversores.

Sí. Luego del BCP fuimos al Scotiabank, al Continental, todos ellos son nuestros clientes como puede ver en la tarjeta. Ponerlos allí nos ha servido mucho porque eso nos da imagen y eso sirve para que sepan quiénes han confiado antes.

¿En todas estas empresas tocó las puertas o también hubo contactos que le sirvieron para ingresar?

Ambas cosas. Entramos primero a ocho bancos y luego a las AFP. Enviábamos cartas, se concertaban citas (que a veces no se cumplían), se ha sufrido. Trataba de inculcar

TECNOLOGÍA A LA MANO. Esta solución se aplica a empresas que incluso tienen menos de 10 trabajadores.