

Crear empresa:

¿un sueño posible?

Mabel Cristina Correa Suaza

(Colombia, 1961-v.)

Zootecnista de la Universidad Nacional de Colombia y especialista en Marketing de la Universidad de los Andes. Miembro de WEConnect int., Cámara del Pacífico y Cámara Colombo Americana. Profesional independiente en el campo pecuario.



Resumen

Puede pasar que, a lo largo de nuestra vida adulta, se nos presente la posibilidad de salir del “cómodo” ámbito de la vida laboral asalariada para convertirnos en empresarios o emprendedores; y la realidad es que unos nacen definitivamente para serlo, están provistos de visión, método y acción, siempre están hablando de cómo hacer tal o cual cosa distinta a como es actualmente, cómo mejorar su entorno, ya sea creando, identificando necesidades no resueltas o implementando mejoras en productos o servicios existentes. Sin embargo, este no es el camino natural para todos, por ello para facilitar el autoanálisis de quienes pueden sentir el prurito de hacer empresa y no saben cómo, van estos consejos que provienen de mi experiencia personal.

Palabras clave

Creación, emprendimiento, empresa

Querido colega:

Es una grata oportunidad poder escribirte estas cortas líneas en las que además de darte al final algunos consejos de cómo ser un empresario, deseo compartir contigo mi experiencia de pasar de ser empleada a tener mi propia compañía.

Es importante aclarar que, si bien no se es un empresario por obra y gracia del azar, sí hay cualidades o características que definen a alguien que puede aventurarse en el llamado mundo del emprendimiento.

Cabe anotar que no todos los empresarios exitosos necesariamente pasaron por una universidad, obtuvieron un título universitario y sendas especializaciones o posgrados; pero sí tienen algo en común: una idea clara de negocio y un conocimiento en un área específica, capacidad de trabajo y gusto por lo que se hace.

Puede interesarte y te aconsejo que leas sobre casos de éxito de personas con una idea, con valentía y empeño, como Walt Disney (que comenzó garabateando un ratón mientras viajaba en tren), o sin ir tan lejos, nuestros ilustres industriales locales como los fundadores de

Coltejer o el Grupo Corona, Arturo Calle, Mario Hernández, Leonisa, Servientrega, entre otras.

Antes de contarte mi experiencia, quiero también anotar que hablo desde lo conocido y trasegado por mí en estas casi dos décadas de haber creado Biosoluciones S. A. S. (www.biosoluciones.co); sé que cada historia es diferente y tiene componentes y características tan variadas como las de los seres humanos mismos. Al referirme a las particularidades de cada ser humano, por supuesto que estoy hablando de que estas diferencias se notan en cada empresa o negocio en particular: así, hay compañías muy dinámicas, otras que cambian poco o nada a lo largo de los años, o empresas muy organizadas y otras que son todo un caos. Sin embargo, es muy difícil que alguien tenga éxito sin un mínimo conocimiento del sector en el que está intentado ingresar. Más allá de vender productos por catálogo o multinivel donde te aseguran que eres un empresario estrella y que llegarás a la cima del éxito y de la independencia, ser empresario es lograr instalarse en un nicho de mercado con un determinado grado de reconocimiento, tener unos clientes que confían plenamente en lo que tu compañía puede ofrecer y donde el solo nombre de dicha empresa es signo de respaldo, porque nadie cierra un negocio, por pequeño que sea, con una firma en la que no confía o no sabe si le va a responder por su inversión, si le va a dar garantía de producto o incluso el resultado esperado.

En mi caso, siempre me sentí atraída por las ventas. Empecé vendiendo los dulces que me daban para llevar al colegio porque, aunque reconozco que realmente disfrutaba mucho los dulces, era más fuerte la sensación del dinero en mi bolsillo, pensaba en las cosas que compraría cuando lograra reunir determinada cantidad de dinero, fruto de mis “negocios”, y esa sensación de independencia era refrescante; además, siempre, al menos en mi caso, comprar mis cosas sin tener que pedir por ellas me daba un aire de poder que me gustaba. Ya en secundaria vi la oportunidad de ingresar a una icónica cadena de supermercados de Medellín que desarrollaba una modalidad de empleo temporal para estudiantes

llamado viernes-sabatino, y mis ingresos fueron más regulares, ya podía programar mejor mis gastos.

Luego, mientras asistía a la universidad, en una época en que nuestra querida *alma mater* pasaba por largos periodos de cese de actividades a causa de los paros, y, para no caer en la desesperanza, o el deseo de deserción, conseguí empleos temporales: además de los almacenes de cadena, trabajé en empresas de estadísticas, ventas por comisión, entre otras. Incluso, a mitad de carrera llegué a tener un empleo de tiempo completo (muy bien remunerado) que me llevó a sacrificar parcialmente mis estudios y pasé a estudiar medio tiempo.

En fin, había algo que me empujaba a conseguir ingresos y ser independiente, así que cuando finalmente obtuve mi título universitario ya tenía alguna experiencia laboral, tenía la disciplina de cumplir con un horario y de soslayo también estaba acostumbrada a no tener vacaciones, pues rara vez coincidían mis días de asueto laboral con los de fin de semestre.

Ya como egresada, estuve vinculada profesionalmente a firmas comerciales y gremiales; llegué a ser Directora Regional de Fenavi Bogotá (Federación Nacional de Avicultores), Directora Nacional de Amevea (Asociación de Médicos Veterinarios y Zootecnistas especializados en avicultura); también fui Directora Nacional de ventas para empresas comerciales de vacunas, medicamentos y aditivos nutricionales; lo que dicho sea de paso, me ayudó a pulir mis habilidades y conocimientos, en especial del cliente y del que luego sería mi mercado objetivo.

En síntesis, llegó el momento en el que pensé que debía lanzarme al agua. Mi bagaje profesional, los años de experiencia en nutrición animal, investigación y buenas relaciones interpersonales fueron la materia prima inicial de mi compañía: cree Biosoluciones, cuyo eslogan es “soluciones integrales para la vida”, porque estoy convencida de que detrás de cada producto hay un compromiso de cumplimiento, del resultado esperado al mejor precio posible. Biosoluciones es solución y es

vida. Estas cualidades son mi capital, puesto al servicio de mis clientes. En la actualidad, distribuimos alimentos balanceados para animales de laboratorio, equipos y suministros para la investigación en animales; también ofrecemos la línea de aditivos especializados para nutrición animal como probióticos y saborizantes, y una línea más de desinfección. Cada que surge una idea, se analiza ante la premisa que describí: ser solución integral para la vida.

Como fruto de mi experiencia, he aplicado los siguientes patrones o puntos que resumo a continuación en esta breve lista que comparto:

Primero: el conocimiento, como ya lo expresé antes. Debes conocer el sector, producto o servicio que vas a ofrecer y tu mercado objetivo (clientes), tener la experiencia directa, el trabajo real y palpable, durante un periodo en el que sientas que ese conocimiento ha madurado, y, por supuesto, los contactos de quienes serán tus futuros clientes.

Segundo: cimentar la base económica. Antes de alcanzar el punto de equilibrio o de cimentar las bases de una sólida compañía, viable económicamente, debes ser consciente que no puedes desangrar tu negocio. Esto significa que inicialmente no debes depender económicamente de la empresa que iniciaste. Y una cosa más, si quieres proyectarte hacia el futuro, para pensar en vivir de tu compañía, es necesario que reinviertas las utilidades y cuides los ingresos, si produces bienes, primero asegura las materias primas, los salarios de quienes sean tus colaboradores y las reservas para impuestos, porque por bueno que sea un negocio requiere de flujo de capital para que sea sostenible. Se cauto y no te emociones con los ingresos, muchas personas cometen el error de creer que el dinero o los anticipos que reciben son propios y se gastan las utilidades antes de entregar el producto a satisfacción a los clientes, luego llegan los imprevistos y no tienen con qué responder, es la vía más rápida al fracaso.

Tercero: cumplir los compromisos. Cuando ofreces un producto o servicio estás firmando un compromiso de entrega a satisfacción. Independientemente de que exista o no un contrato de por medio, siempre debes de cumplirle al cliente en todos los términos de la negociación y dejarlo satisfecho; con esto aseguras la fidelización del cliente y, por consiguiente, tu negocio va a mantenerse en el tiempo.

Cuarto: calidad de producto o servicio. Debes asegurarte de ofrecer un producto o servicio de alta calidad. Esto lo va a reconocer y validar el cliente, así posicionarás la empresa y ganarás prestigio y diferenciación frente a la competencia.

Quinto: dar el mejor precio. Dentro de las posibilidades, y sin expectativas de altas utilidades al inicio, debes evaluar tus costos y dar el mejor precio posible, por supuesto, sin cruzar la línea de sostenibilidad económica de la empresa.

Es claro que existen muchos más lineamientos y variables, pero estos, en mi criterio, son los fundamentales.

Todos los días nacen compañías y todos los días desaparecen, alguna vez le escuché a alguien decir que en Colombia es muy fácil crear una empresa, inscribirla en la Cámara de Comercio local y luego, ¡plop! directo a la quiebra. Por ello no te aventures a la idea romántica de ser dueño de tu propia firma, a lo mejor eres el tipo de persona que se siente más cómoda siguiendo instrucciones, que te asignen tus tareas y metas y, sobre todo, la tranquilidad del salario con prestaciones, toda una bendición. Porque, dicho sea de paso, no caigas en la falsa idea de creer que serás tu propio jefe, que nadie te volverá a imponer horarios, que saldrás de vacaciones cuando se te antoje... porque querido amigo, ya no tendrás un horario de ocho horas diarias, en especial iniciando, te darás cuenta de que a medianoche aún hay mucho por hacer, en especial si quieres tener un reconocimiento, generar confianza y establecer tu clientela.

Si te inquieta la idea de ser independiente, crees que tienes un producto o servicio con buen potencial y eres paciente, lleva a cabo los anteriores pasos y agrega más, haz cursos que mejoren tus habilidades en aquellos temas o áreas en que no seas fuerte, busca asesoría: normalmente, las Cámaras de Comercio ofrecen cursos cortos de inteligencia de negocios, finanzas y ventas que pueden serte de ayuda.

Espero que este breve artículo, que no pretende ser un manual o cartilla empresarial, te sirva para hacer un análisis de las cualidades que debes tener y los retos a los que te enfrentarás como empresario, pero, lo más importante, nunca perder las ganas, ya que esto te llevará a perseverar.