



“MÁS DEL 90% DE LOS FRACASOS EMPRESARIALES ESTÁN RELACIONADOS CON UN DEFICIENTE ACCESO AL MERCADO”, ASEGURA EL CEO DE SUAN FARMA

El fundador de la empresa familiar farmacéutica, presente en 60 países, se reunió con jóvenes de las asociaciones Empresa Familiar de Castilla y León y ADEFAM para ofrecerles su visión sobre el emprendimiento

El empresario es partidario de introducir la formación en emprendimiento dentro de la enseñanza reglada como una asignatura más y dentro de todas las titulaciones y disciplinas

Madrid, 15 de marzo.- El consejero delegado de la farmacéutica SUANFARMA, Héctor Ara, asegura que a la hora de emprender hay que quitar dramatismo al fracaso, pues lejos de lo que mucha gente cree, puede convertirse en un factor de éxito futuro. Considerado a sí mismo como un emprendedor nato, que ha puesto en marcha a lo largo de su vida más de 40 proyectos empresariales, Ara trató de transmitir a los miembros del Fórum de Jóvenes de la Empresa Familiar de las asociaciones de Castilla y León y de la Comunidad de Madrid que el fracaso es siempre una fuente de aprendizaje y que una de las claves para no sucumbir en el intento es aceptar con humildad y espíritu analítico el error. “Mi consejo es emprende rápido, emprende sólido (apoyándose en un buen plan de negocio) y emprende barato. Además, hay que saber tirar la toalla a tiempo” y aprovechar para intentarlo de nuevo con la lección bien aprendida, lo cual dispara los indicadores de éxito en segundos proyectos explicó.

El consejero delegado de SUANFARMA, una empresa familiar presente en más de 60 países, con diez filiales en el mundo y unas ventas al exterior que representan el 70% de su facturación total, explicó que, a pesar de lo que tantas veces se piensa, el fracaso de las empresas no está relacionado con problemas financieros. “El principal motivo de la siniestralidad empresarial está relacionado con el acceso al mercado real y la elaboración de un buen mapa de riesgos ayuda también a restringir las posibilidades de fracaso”. De hecho, aseguró que más del 90% de los casos que terminan en cierre se debe a este motivo, y el modo de evitar estas situaciones, sin tener que enfrentarse al fatídico modelo de prueba-error, es introducir la formación en emprendimiento dentro de la enseñanza reglada como una asignatura más y dentro de todas las titulaciones y disciplinas, como ocurre, al menos opcionalmente, en países como el Reino Unido.

Héctor Ara aseguró que “más que una idea genial, lo más importante a la hora de emprender y crear una empresa es ser riguroso en la gestión de su desarrollo,

especialmente en la vertiente que se relaciona con el mercado”. “Orden y método son las claves del éxito una vez que se ha detectado dentro del mercado una oportunidad para hacer algo nuevo o diferente y de manera más eficiente”, señaló el CEO de Suan Farma.

Gestión del talento

Héctor Ara aseguró que la cultura laboral en España presenta un margen enorme de mejora. Desde su punto de vista, habría que insistir mucho más en la necesidad del reciclaje profesional en todas las empresas, y señaló como factores decisivos para captar y retener el talento y motivar dentro de las organizaciones “unas buenas condiciones de trabajo, formación permanente y salarios situados en la banda alta del mercado”. Concretamente, su visión sobre este aspecto la ha plasmado dentro de su empresa en un libro de estilo que se sustenta sobre tres pilares: “orientación de los empleados al mercado, excelencia y mejora continua, y principios éticos y estéticos”.

Asimismo, dentro del área comercial, la compañía ha implantado una metodología de trabajo consistente en aplicar las bases del marketing de consumo al campo del marketing industrial y que se articula en torno a un CRM, desarrollado dentro de la propia empresa, que permite compartir la información, detectar oportunidades de negocio, fijar objetivos muy concretos y ambiciosos, y fijar el foco en ellos. “Ajustar el trabajo de nuestra fuerza de ventas a una metodología ha hecho posible triplicar su productividad”, manifestó.

Internacionalización

Héctor Ara defendió asimismo el empleo de procedimientos y protocolos rigurosos a la hora de elaborar un plan de internacionalización, y subrayó como claves principales el estudio previo del mercado, a partir de la realización de viajes de prospección, promoción y respuesta, la identificación de los clientes y oportunidades de negocio más importantes, y dentro de ellos a las personas clave para hacer negocios (presidentes, directores de desarrollo y de compras), a los principales exportadores importadores y distribuidores, así como identificar con precisión los productos que predominan en el mercado.

A esta primera aproximación debería seguir la realización de un análisis del entorno, que supone el conocimiento de normas reguladoras y los usos y costumbres de la población. Cumplidos estos pasos, es necesario gestionar bien las visitas de los representantes y comerciales de la empresa y documentarlas mediante el uso de herramientas tecnológicas como un buen CRM.

Acerca de ADEFAM

La Asociación para el Desarrollo de la Empresa Familiar de Madrid (ADEFAM) agrupa en estos momentos a 92 empresas familiares madrileñas, todas ellas líderes en los respectivos sectores en los que operan. Su facturación agregada es de 13.066 millones de euros, el equivalente al 7,13% del PIB de la Comunidad de Madrid. En conjunto dan empleo a 191.681 trabajadores.

Para más información:

Enrique Armendáriz enrique@armendarizpr.es

Marga Becedas marga@armendarizpr.es

Tel. 91 431 73 25

Móvil. 616 06 73 76