

Mujeres Empresarias a la conquista del mundo

**Paulina Benítez y Edith Soto, dueñas de Puerto Océano:
"Hacemos el trabajo de unas 12 personas"**

Juntas son dinámicas. Edith Soto y Paulina Benítez han logrado romper los cánones de un mundo dominado por varones y negociar de igual a igual, incluso, en el Lejano Oriente. Las dueñas de Puerto Océano, exportadoras de productos del mar, afirman que han permeado el machismo de algunos clientes, reacios a firmar contratos con mujeres.

Han hecho un esfuerzo por sobresalir en un medio cambiante y competitivo. Y lo están logrando. "Somos como dos alumnas aplicadas," dicen. Hasta hicieron un curso donde aprendieron desde el análisis de mercados hasta costumbres y cultura para hacer negocios en Asia.



La sociedad que conforman desde 1999 maneja una amplia oferta que ellas mismas seleccionan desde distintos puntos del país. Esta sorprendente variedad va desde pescados y moluscos para paladares gourmet, hasta carnada para la industria pesquera internacional.

Se conocieron en el ámbito de las exportaciones marinas en 1982. Anteriormente, Paulina trabajaba en una empresa pesquera y Edith en una salmonera que quebró producto de la crisis asiática.

Cuando Edith se vio sin trabajo mientras esperaba a su segunda hija, se asoció con Paulina, quien renunció a su empleo para formar su empresa. Con las habilidades y contactos de cada una lograron un complemento que las capacitó desde un principio para exportar frutos del mar a un amplio mercado.

El negocio de Puerto Océano se basa en adquirir productos, mayoritariamente de la pesca artesanal, en distintas partes del país. Luego los envasan y exportan a distintos mercados. Según Edith, actualmente llegan a toda América Latina, Asia, Europa y Estados Unidos.

No se especializan en un producto específico. En distintas épocas del año manejan una oferta que varía según la temporada y los mercados de destino. Sus clientes son principalmente grandes distribuidores que, en algunos casos, utilizan el producto como insumo para elaborar otros alimentos.

Su dedicación y capacidad de trabajo, que con frecuencia impacta a sus clientes, se evidencia en que Edith interrumpió sus vacaciones especialmente para dar esta entrevista.

"ProChile es como un socio que da un respaldo muy importante", aseguraron. Han participado en la degustación gastronómica "Sabores de Chile" en Argentina y se han mostrado satisfechas por los clientes que las han contactado a través de la institución.

Confianza y Complemento

El éxito con sus clientes lo atribuyen a la confianza que generan, ya que cumplen los plazos y son muy selectivas con los productos que comercializan. Aunque les ha faltado el apoyo financiero, han podido funcionar con pagos anticipados. Paulina admite: "Nunca nos han apoyado los bancos. Hemos ido creando este negocio en base al trabajo, al esfuerzo y la confianza que los clientes nos tienen."

"Partimos súper chiquitito trabajando en mi casa. Pero hemos ido creciendo solamente con el apoyo de los clientes", comenta Edith, sobre la forma en que se iniciaron. "Ambas, al haber trabajado en empresas grandes conocíamos desde lo más básico de una compañía, como el secretariado, hasta la liquidación de los retornos", agrega Paulina.

A pesar de que trabajan el doble, la carencia de respaldo financiero les ha dado algunos beneficios. "Lo que nos caracteriza es que vemos todo. No tenemos secretaria, cuando llaman, contestamos nosotras", dice Paulina. Y Edith asegura que "lo que gusta mucho al cliente es que nosotras somos capaces de manejar su tema desde principio a fin".

"Trabajamos con empresas que nos dan confianza -explica Paulina-, vamos a las instalaciones y vemos cómo es el proceso". Entre risas, cuentan que se han hecho fama de ser muy exigentes con sus proveedores, quienes se preparan bastante para recibir sus inspecciones.

Son conocidas por ser "serias, ordenadas y responsables", y ambas aprecian las cualidades de la otra. "Somos las dos muy trabajadoras, nos complementamos bien porque una tiene cosas que la otra no", asegura Edith.

Eso sí, reconocen que el tiempo no les alcanza y que su familia ha pagado los costos de su trabajo. Aunque dicen contar con el apoyo de sus maridos e hijos, "cuando eres mujer se te exige más," reconocen.

Ambas son madres y comparten el sacrificio de muchas mujeres que tienen trabajos exigentes. Les cuesta lograr un equilibrio entre el tiempo que dedican a la empresa y a sus familias. Admiten que sus hijos mayores lo entienden, "pero los más chicos te preguntan por qué no llegas más temprano".

Una mala pasada

En el año 2001, su negocio se había consolidado y les estaba yendo bien. Con el éxito que tuvieron, consiguieron apoyo de CORFO, lo que les permitió construir una planta procesadora en Lota.

En esa época trabajaban con una tercera persona que supervisaba sus asuntos en terreno. Lamentablemente, producto de un "exceso de confianza", esta persona les jugó una mala pasada que en la práctica les significó perder la planta.

"Perdimos todo nuestro esfuerzo y sacrificio. Es algo que te derrumba." Pese a esta dramática declaración, Paulina sonríe. Confiesan que han querido parar, pero que los clientes se han portado muy bien, respaldando su negocio pese a los problemas.

No obstante este grave traspié, han echado mano a sus méritos, aunque reconocen que les ha costado mucho retomar el rumbo. "Nos hemos recuperado, pero no en un ciento por ciento," dice Edith.

Además, valoran el compromiso de la Institución: "ProChile nos ha apoyado mucho, en el sentido en que te empujan y te obligan a seguir adelante."

Su Inquebrantable empuje ha sido reconocido en más de una ocasión. Una de las más emblemáticas fue en 2005, cuando participaron en un acto del Día Internacional de la Mujer con el ex Presidente, Ricardo Lagos, en el Palacio de La Moneda.

Una Oferta Compleja

Actualmente, sus productos llegan a distintos mercados. Dentro de América Latina exportan a Colombia, Venezuela, Costa Rica, El Salvador, Uruguay, Argentina, México y Centroamérica. Además, envían productos a Europa, Asia y Estados Unidos. Un gran reto logístico para una empresa operada completamente por sólo dos personas.

Ambas recuerdan, con mucho sentido del humor, que calcularon cuántas personas se emplean en una empresa más grande para realizar las labores que ellas desempeñan. Paulina relata: "Desde recepción y secretarías, hasta inspección, manejo de producto, seguimiento, etcétera... Llegamos a la conclusión que entre las dos hacemos el trabajo de unas doce personas."

"Trabajamos de Arica a Punta Arenas, casi todas las especies comestibles," cuenta con orgullo Edith. Los productos que comercializan son, mayoritariamente, congelados. "Vendemos distintos productos y eso significa entrar a distintos mercados, porque los gustos y paladares son distintos," agrega Paulina.

Además, abastecen un mercado muy particular que es el de las carnadas que se emplean en la industria pesquera. Algunos de sus clientes son barcos pesqueros grandes en Corea, Rusia o Japón, que utilizan el alimento que ellas venden para atraer a las especies que capturan.

"Manejar una oferta tan amplia es un verdadero desafío," admiten, casi sorprendidas de sus propias capacidades. Su producción y comercialización depende de la temporada y las demandas de los consumidores.

Edith explica que no trabajan con una oferta estable: "Hay productos como el salmón atlántico que está disponible todo el año." Sin embargo, hay otros productos se obtienen sólo durante temporada fijas. Cita como ejemplo al pulpo, que está sujeto a veda, por lo que sólo se puede comercializar en ciclos restringidos.

El congrio era en el pasado su "producto estrella", según Edith, pero los volúmenes actuales sólo pueden abastecer el consumo interno. Esta situación preocupa a Paulina: "Pasa que el mundo marino ha ido extinguiéndose con el tiempo, y no se puede predecir qué va a suceder en una o dos décadas más."

Además, están sujetas a las variaciones en la distribución de las materias primas. "Tenemos que ir de acuerdo a cómo se está dando el recurso en cada momento", puntualiza Edith. La sardina, especie que se consume en todo el mundo y cuyo principal cliente para Puerto Océano es Corea, ha migrado del norte al centro del país.

La jibia es otro producto de "consumo masivo" que abunda en nuestras costas y tiene éxito en Asia. Sin embargo, la entrada a este mercado ha sido toda una experiencia para estas empresarias. Según Paulina, "la cultura de ellos es muy machista y les choca un poco sentirse a cerrar un negocio con una mujer".

De todas maneras, han sorteado magistralmente estas dificultades. Incluso hicieron un curso para hacer negocios con Asia. "Para nosotras han sido muy importantes todos estos Tratados de Libre Comercio que se han firmado," asegura Edith.

Coinciden en que el desafío ha resultado divertido. "Por correo electrónico un cliente de Corea me ponía 'Mr. Benítez' y, si es necesario que crea que está tratando con un hombre para poder adquirir confianza, está bien," comenta Paulina. El optimismo con que estas empresarias se ponen los pantalones demuestra que es todo cuestión de actitud.