

# FARET S.A

Proveedor de Coesam

Rubro: Envases y Embalaje



## Su historia

Faret S.A inició sus actividades comerciales en 1986 y es una empresa dedicada a la fabricación de envases de cartulina.

El principal referente de esta investigación es Francisco Humenyi, administrador de empresas, quien tiene 17 años de experiencia laboral y 8 en Imprentas Faret, como ejecutivo de cuentas.

El principal mercado de la empresa se encuentra en el rubro farmacéutico y de cosmética. Sus ventas anuales son del orden de los US\$6 millones, cuenta con 160 empleados permanentes y 20 subcontratados. Exportan desde hace 4 años, eligiendo como único mercado a Bolivia, el que les otorga utilidades que corresponden a una cifra cercana al 0,01% de sus ventas anuales.

## La empresa

Para Faret S.A, el precio, la calidad, el cumplimiento de los plazos y la cantidad de productos son las principales exigencias que hacen sus clientes y que ellos deben satisfacer. Si bien la atención post-venta no es algo que sus clientes les exigen, ellos lo otorgan como un servicio. Su administración general tiene la capacidad de tener iniciativa y desarrollar proyectos.

En esta empresa el proceso productivo se inicia con la materia prima que ocupan, cartulina, la que es transformada en pliegos para luego proceder de acuerdo a la información gráfica que el cliente envía en CD, la que ellos posteriormente transforman en un archivo de papel. Luego viene el proceso de impresión y corte de los envases. No siempre la materia prima que

sobra de este proceso es recuperable.

Para lograr la calidad del producto que ellos desean la empresa ha creado un sistema de organización de la producción, el que se ha ido modernizando con el tiempo debido a un cambio en su sistema de administración, lo que ha permitido una mejora en los procesos que se traduce en una incorporación de tecnologías aplicables al área gráfica que marca una diferencia respecto a los competidores en cuanto a infraestructura y equipos. Por esto su estrategia de innovación parte por la constante renovación tecnológica de software, la que se realiza de forma anual y cada dos años de maquinarias.

El mercado al cual se dirigen es muy específico, por tanto, se concentran en él y su principal estrategia de marketing es fidelizar a sus clientes con una constante renovación de sus sistemas productivos, que los ponen por sobre el resto de sus competidores. Gracias a su capacidad económica y de infraestructura, Imprentas Faret tiene la capacidad de mantener siempre sus productos en stock, lo que le permite cumplir con varios de los requerimientos de los clientes.

Respecto al manejo de personal, es destacable un clima laboral muy bueno y con poca rotación. De la estrategia comercial destaca la capacidad de adaptación y la flexibilidad, lo que se traduce en una capacitación relativamente periódica del personal en aquellas cosas que se requiere, tanto en Chile, como en el extranjero.

En algunos casos, por previo contrato con sus proveedores y en otros casos directamente, dan capacitación al personal de sus clientes, debido

a la adquisición de una nueva tecnología, en ese caso, ellos asesoran en el uso.

Las visitas a planta son recurrentes y recíprocas, como parte de la asistencia en los procesos y calidad. Ellos siempre entregan condiciones de financiamiento, en el sentido que el cliente, en general, determina la forma de pago.

Imprentas Faret se encuentra en proceso de certificar en dos normas: ISO 9.000 e ISO 14.000 y se encuentra actualmente utilizando ayuda de Sence como instrumento de apoyo de público, lo cual le ha resultado bastante útil.

La empresa no utiliza comercio electrónico y no tiene pensado hacerlo, si bien ello se encuentra incorporado en su página web, se utiliza más bien como una forma en que los clientes puedan cotizar y obtener información de la empresa.

Las ventas en el período 2000-2005 han aumentado. Ello es atribuible a que en el mercado farmacéutico y cosmético se han producido varias fusiones tanto a nivel internacional como en el mercado interno, que ha hecho aumentar los volúmenes de compra. El 70% de las ventas la compone la gran empresa, 20% PyMe productivas y por último, un 10% entre distribuidores,

intermediarios y comercializadoras.

### Su experiencia como proveedor de empresas exportadoras

Imprentas Faret, en su experiencia como proveedor de empresas exportadoras, ha aprendido que las principales condiciones que ponen este tipo de clientes son una mezcla entre cantidad y precio, a lo que hay que responder siempre.

Para ellos el plazo y la ubicación no actúan como condicionantes en la concreción de un negocio. Las empresas grandes, que resultan ser la mayoría con las que trabajan, tienen condiciones de pago establecidas, por tanto, esto no actúa en desmedro debido a que en realidad ellos tienen el poder de negociación.

En la vinculación con los clientes, Imprentas Faret manifiesta que siempre da asistencia técnica en productos. Sin embargo, esta situación no se da a la inversa, ya que ningún cliente aporta al proceso productivo y tampoco hay participación de ellos en los procesos.

La asistencia técnica en procesos la reciben, en ocasiones, por medio de los laboratorios valiéndose para ello de la norma BPM (Buenas





Prácticas de Manufacturas en la Industria Farmacéutica). En la relación con sus clientes, Imprentas Faret siempre entrega asistencia técnica, la que muchas veces, se traduce en “explicarles” como trabajar con los productos que ellos les proveen.

### Su experiencia con COESAM

Tanto en el año 2000 como en la proyección para el 2005, la empresa COESAM representa para ellos entre un 2,7% y 2,8% de sus ventas. La relación comercial comenzó hace siete años a través de la amistad que existe entre el entrevistado y Carlos Amin -Presidente de COESAM-. Si bien no existe conocimiento que COESAM haya tenido una pauta para seleccionarlos como proveedor, sí se cree que fue en función de la confianza, la calidad, el cumplimiento de los plazos y las condiciones de pago que la empresa optó por trabajar con ellos, creando un lazo de fidelidad entre ambos.

Esta vinculación es directa con Carlos Amin y nunca han tenido problemas, porque cuando han existido situaciones que pudieran transformarse en conflicto, tal como el cumplimiento en la fecha de entrega, que retrasara los embarques de COESAM, ello ha sido conversado entre ambos. Lo mismo ocurre con los problemas de tipo financiero. Existe una sensación de orgullo y alegría de parte de la Imprenta Faret hacia COESAM por saber que lo que ellos exportan es etiquetado con sus productos y llega a mercados como Europa y Asia, y que indirectamente, están exportando con él, porque sus productos se ven y se comercializan en mercados a los cuales Faret directamente no llega.

En base a una experiencia de 19 años, Imprentas Faret aconseja a los proveedores PyMe de empresas exportadoras que establezcan una relación de confianza porque ésta es una variable vital a la hora de establecer un proceso de compra, lo que implica una confianza en cuanto a pago, respuesta, proceso sostenible y que en definitiva dan la pauta para que más adelante se puedan hacer relaciones comerciales de largo plazo. Apostar en conjunto con el exportador por el proceso productivo, verlo como una oportunidad de salida al mercado extranjero y dar todo de sí para conseguirlo.★