

BIO FEMME



LA BELLEZA ESTÁ EN TI

www.biofemme.com.ec

BioFemme, productos ecuatorianos con calidad europea



Ana Cristina Cordero, gerente de la compañía Cresens Dermocosmética S.A., vio en la belleza la base para iniciar su empresa familiar. Su línea BioFemme, que cuenta con productos exclusivamente para la mujer con ingredientes bio-activos de cada uno de los continentes, cuenta con productos como: creme hydratante, gel-creme hydratant, cleansing gel, oily dermo cleanser y eye makeup remover.

Cresens Dermocosmética S.A. es una empresa familiar. El socio principal es Francisco Cordero Cedeño, gerente de Laboratorios Rocnarf; Andrea Cordero, su hermana, es ingeniera ambiental graduada en la universidad Penn State, de Estados Unidos, y es accionista; mientras que Isabel, su madre, directora de recursos humanos, completa el directorio.

- ¿Por qué eligió el área de la belleza para su negocio?

Porque la dermocosmética está íntimamente ligada a la salud, área en la que se enfoca el negocio farmacéutico de mi familia. BioFemme ofrece productos para el cuidado de la piel, y a mi parecer hacían falta productos faciales enfocados exclusivamente para la mujer y que sean desarrollados en Ecuador, con un alto standart de calidad europea. Soy mujer, sé acerca de nuestras necesidades



Isabel Cárdenas de Cordero, Ana Cristina Cordero, Andrea Cordero y Francisco Cordero.

en cuanto a productos de este tipo, y realicé una investigación de mercado en las tres ciudades principales del país.

- ¿Qué resultados arrojaron estas investigaciones?

Gracias a esas investigaciones, y dado el hecho de vivir aquí y a nuestras visitadoras médicas y dermoasesoras, nos podemos dar cuenta de cuáles son los productos que más utilizan y necesitan las mujeres del Ecuador. Era un proyecto interesante y maravilloso. Solo tenía que convencer a mi padre para que me dé su apoyo y contribuya en este desarrollo con su sabiduría y experiencia. Me gusta la idea de crear en mi país y poder brindarle a la mujer productos de calidad a los que ellas puedan acceder de forma permanente.

- ¿Qué le impulsó a emprender en esta época económica que vive el país?

En realidad la compañía se inició hace un año y medio pero nunca paré, cogí fuerzas y determinación para seguir adelante con este proyecto junto a mi padre de quien cito sus palabras: "La crisis se enfrenta con innovación". Estamos creando, inventando, e innovando aquí en nuestro país con productos faciales de alta calidad a nivel mundial, con ingredientes investigados y patentados. Hay cosas básicas que las personas no dejan de consumir a pesar de las crisis y esto es alimento y salud, el cuidado de la piel en realidad es parte de

estar saludable. La piel es el órgano más grande de nuestro cuerpo.

- El miedo es el principal obstáculo para que la gente se anime a emprender. ¿Cómo se vence esta situación?

No puedo decir que no tuve temor y sé que hay que estar conscientes de la realidad en la que vivimos, palparla, sentirla, pero no quería dejar que el miedo me quite las fuerzas para seguir adelante con mi proyecto. Todo lo contrario, en mi caso me hizo reunir los ahorros de toda mi vida y arriesgarme contando con el apoyo de mi padre. Confío en que estamos haciendo productos de primera, sé que no son de necesidad primordial para las personas pero el cuidado de la piel sí es idóneo para todos. Te empodera, te hace sentir bien contigo, te da libertad.

- ¿La capacitación es necesaria para un emprendedor?

Sí. Mi base en el Derecho es importantísima. Te da una visión global en el mundo de los negocios, además que te ayuda a relacionarte y tener un criterio certero. Mi abuelo, el fundador de Rocnarf fue abogado, y pudo construir esta empresa nacional. Yo también puedo hacerlo, por eso no paro con los estudios. Además de tener bases, es necesario actualizarse constantemente y no quedarnos atrás. Tengo el impulso de mi madre quien actualmente tiene cinco maestrías



y está haciendo su doctorado, qué mejor ejemplo que ese.

- ¿Considera que en el ámbito empresarial existen barreras para el emprendimiento de las mujeres?

Se está trabajando muy fuerte para sobrepasar este reto. Actualmente estoy cursando en el IDE Business School un curso de gerencia y liderazgo femenino, y vemos cómo es cada vez más común que mujeres integren directorios y gobiernos corporativos de empresas nacionales. Los accionistas buscan también la visión de las mujeres porque como sabemos, los consumidores en el mercado no son únicamente hombres y nosotras podemos dar un

panorama claro de lo que buscamos al comprar cualquier tipo de bien o a la hora de obtener servicios.

- ¿Esto es un reto personal?

Sí, un reto bastante interesante es buscar el equilibrio entre el trabajo y la familia, y desde ahora estoy buscando la forma de reunir el mejor equipo de trabajo en mi compañía con personas alineadas a mis ideales y a mi visión para que posteriormente, en el momento de formar una familia, ese equipo pueda ayudarme a que el trabajo sea totalmente eficiente y fructífero.

- ¿Cómo se siente al ser generadora de empleo?

Feliz. Crear una empresa donde

pueda ayudar a 19 familias ecuatorianas me carga de una responsabilidad muy grande que me empuja a seguir adelante y pensar que de mí, de mi padre, y de mi equipo depende que esta empresa y estas familias se mantengan a flote. Ellos lo saben y nuestro paso ahora que esta empresa está creada es llegar a encantar a las mujeres ecuatorianas y hacerles conocer los beneficios y la esencia que tienen nuestros productos. Es un trabajo necesario, difícil, fuerte, pero que me hace feliz.

- ¿Los proyectos de la marca?

Expandirme hacia otros países. Desde el inicio se le dotó a la marca de imagen premium internacional para que de esa forma sea una línea atractiva en Ecuador y al mismo tiempo para mujeres de otros países como Estados Unidos, España, Francia, Suiza y Japón. Mientras se trabaja en eso estoy enfocada en extenderla. En marzo, si todo sigue su curso, contaremos con 14 productos, la mayoría de los cuales ya están formulados, ya tienen su nombre, y actualmente estamos trabajando en investigación en cuanto a estabildades y tests en vivo. Los cinco productos con los que empezamos fueron los que según nuestras investigaciones formaban parte de la rutina diaria de cuidado facial de las mujeres de nuestro país, es así que, poco a poco se irá ampliando con productos novedosos y de la misma calidad. (MMM) (E) ☞



VENTA
La línea BioFemme se vende en centros dermatológicos de Guayaquil, Quito y Cuenca, cadenas Pharmacy's y Coralcentro. Portal www.biofemme.com.ec.