

Al pan, pan y al pollo... eficiencia

Texto: Margaritainés
Restrepo Santa María
Fotografías: Hernando
Vásquez—Hervásquez—

Nació en una servilleta, sobre una mesa del aeropuerto de Pereira. Hoy es una empresa en proceso de consolidación, organizada y protagonista de un significativo desarrollo y crecimiento.

Desde un taxi, uno de los socios le "echó el ojo" a un local de arranque en la Avenida Oriental. Y el mismo dueño de ese espacio desocupado por un grupo financiero en crisis le diagnosticó "locura", al conocer sus planes, y le vaticinó "quiebra" a fuerza de vender pollos.

Pero creyeron en el negocio, se metieron en él. Y pasaron de un primer almacén, abierto el 14 de julio de 1983, con 12 empleados y 2 personas más en la parte administrativa, a 3 almacenes, uno en proyecto para el segundo semestre de este año, y un total de 108 trabajadores. La empresa: Frisby. Su producto: pollo frito, estilo americano.

CHIKUITA QUE PARECE GRANDE

Pollos... Pollos puestos en planta que ingresan a cuartos de congelamiento—capacidad para 25 mil pollos—. Que, de acuerdo con las ventas se van procesando. Ni muy grandes, ni muy pequeños. Cada pollo, partido en 8 presas. Se adoba, pasa a cámara de enfriamiento, se transporta a los almacenes que —a su vez— cuentan con un cuarto frío. Pollo frito "a presión" que pasa a un gabinete y, si en media hora no se vende va "pa'fuera". Porque eso de vender pollo es también cuestión de calidad.

Un primer local en la Avenida Oriental, frente a la iglesia de San José. Segundo reto, en Cundinamarca con Colombia, 9 meses más tarde. El tercero, dos años después, en Carabobo con Boyacá.

Una empresa "chiquitica" que se maneja como "grande" con "orden, proyección y muy pro-

fesionalmente".

"Chiquita" pero con departamentos autónomos. Tesorería, compras, costos y presupuestos, sistematización, personal, auditoría y contabilidad. Administradores, auditores, sicóloga industrial, consultor laboral, ingeniero de sistemas, tecnólogo de alimentos y, al frente de los almacenes, personal de hotelería y turismo.

PERSONAS, NO MAQUINAS

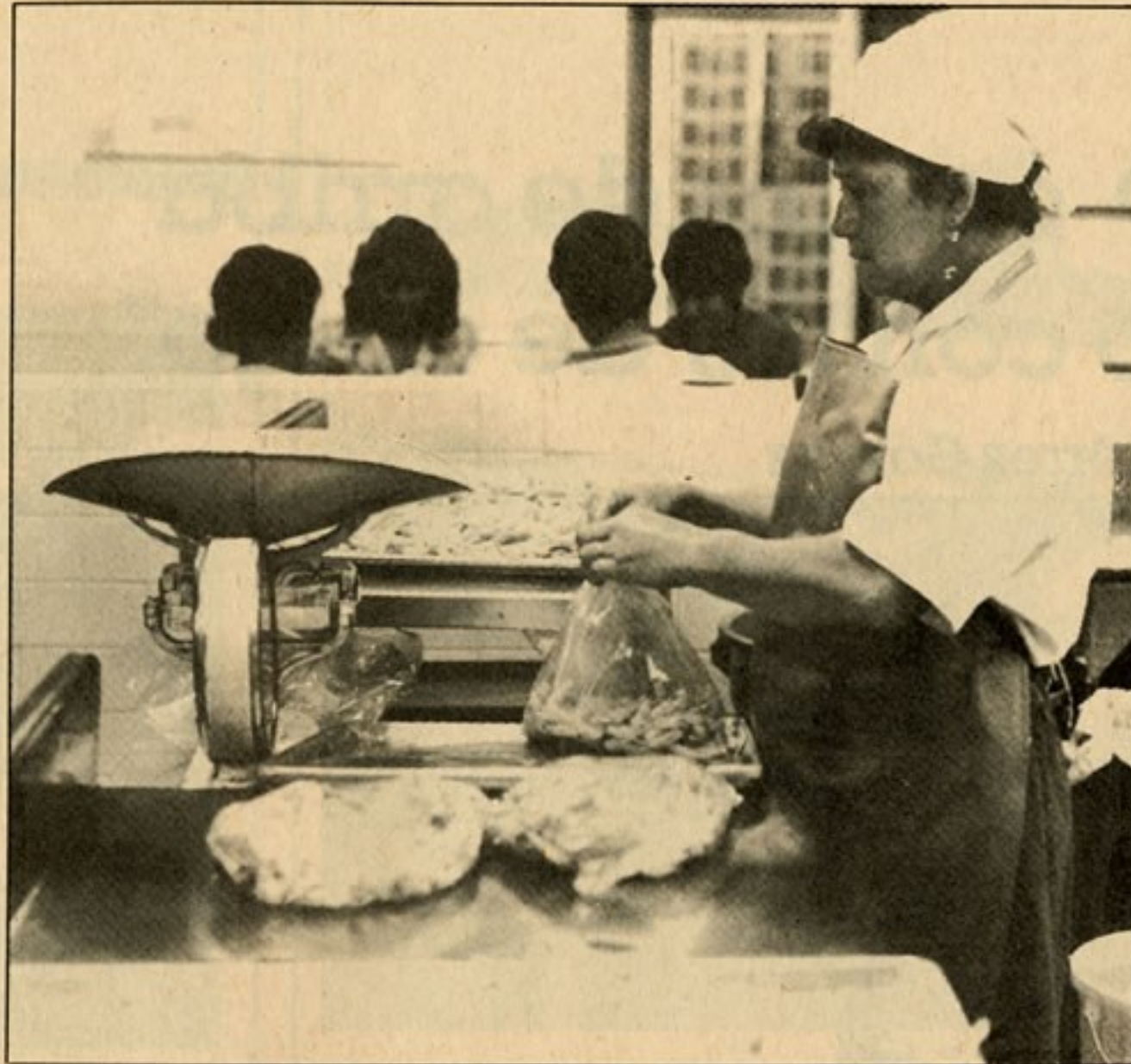
"Chiquitica", pero con una organización que piensa en futuro. Se está montando un laboratorio. Se maneja con base en nuevas teorías de administración. Está en marcha un estudio de costos y presupuestos, en el cual se calcula hasta "cuánta energía consume una bombilla", mes a mes. Y, en futuro..., en seis o siete meses, en la compañía empezará a trabajarse con base en círculos de calidad, con participación de todo el personal.

Sin tapetes, porque, en concepto de su gerente, Juan Guillermo Echavarría, la sencillez también forma parte del éxito. Y con énfasis en la parte humana: "sin la cual no se podría tener este tipo de empresa. En lugar de 108 máquinas son 108 personas, 108 problemas". Comunicación permanente del departamento de personal con los trabajadores, creación de un fondo de empleados, al cual la empresa ha aportado, y de un boletín —Frisbynótas— interno.

Una empresa de venta de pollo frito. Autoservicio, en un mundo que, en este sentido, proyecta satisfacer una demanda creciente de productos listos que se compran y llevan a casa. De las comidas rápidas que con el crecimiento de las ciudades surgen, permanentemente, como respuesta a dificultades de largos desplazamientos, tendencias a jornadas continuas. Y a los cuales se acercan representantes del sector popular o ejecutivos de corbata.

POLLO ES POLLO

"Pollo es pollo", "nutritivo y sin aditamentos artificiales... "El pollo se vende solo", dice el gerente de la empresa. Solo pero,



Cinco "presas" importantes

Lo que consideró un negocio "marginal" a las actividades que desarrollaba en el mundo de los seguros, lo ocupa, ahora, de sol a sol. Juan Guillermo Echavarría. Y su dedicación es una de las razones de la buena marcha de la compañía. ¿Cuál es su pensamiento sobre el manejo empresarial?

Primero las ruedas

"Soy consciente de que he crecido muy rápidamente, pero primero compré las ruedas y después el carro. Monté primero los almacenes y después la parte administrativa. No monté la parte administrativa y me puse a ver qué hacía".

Para que funcione

"Puede ser una zapatería o una empresa de seguros. El éxito de cualquier negocio, o empresa, por pequeña o grande que sea, es la dedicación, el tesón, la honorabilidad, respetabilidad y eficiencia que se le da. Desde la cabeza, sus socios, sus directivas, todos sus empleados, tiene que haber una prudencia, una delicadeza, una honorabilidad. No se pueden presentar juegos subterráneos porque, si no, fallaría.

Colombia vivió una época supremamente difícil, con todas esas empresas que se estuvieron quebrando. Las queríamos comprar de la noche a la mañana, todos queríamos ser los dueños de todo, con plata al cuatro. Y creo que de eso no se trata. Si es un negocio bueno, rentable, tiene que dar plata

para la supervivencia, para crear empleo. Y es trabajando con fortaleza.

Nada de control remoto

El control remoto a duras penas existe en los computadores y eso que hay que estarlos alimentando a cada rato. No sé cómo maneja un empresario 30 empresas, si una compañía de estas se demora un día. Delego mucho, porque tengo gente muy buena y delegar es puntal básico. Cuatro o seis ojos ven mejor que dos, pero obviamente coordinados, con calidad, buen manejo de personal, saneamiento financiero, orden, planeación y una ética de departamentos".

Ojo a la persona

"Clave de una empresa es contar mucho con la persona humana. Ser... ni blando ni muy fuerte. Estar en una línea de equilibrio donde se convence al trabajador con motivación. La parte humana requiere mucha atención. Hay que estar manejando 108 personas con 108 problemas. Es gente muy bien seleccionada que quiere mucho a la empresa. De ahí depende que se refleje una buena imagen. Si las personas están contentas y están bien, van a atender bien a la gente".

Ahí está la ciencia

"Calidad, buen trato, un almacén presentable. Ahí está la ciencia del negocio. Buena atención y que el producto que se esté adquiriendo sea 1A".

naturalmente, a partir de una infraestructura que esta empresa no descuida.

Detrás de esa venta está la "visión" para ubicar los puntos de venta. Las visitas diarias de la jefe de personal a los almacenes. Las reuniones semanales o quincenales con los administradores. La supervisión y reportes diarios de ventas y existencias. Buzones de sugerencias para el público, con tarjetas que se tabulan, con informaciones que se pasan a gerencia y a la junta, y sugerencias que se analizan y, si es del caso, se aplican.

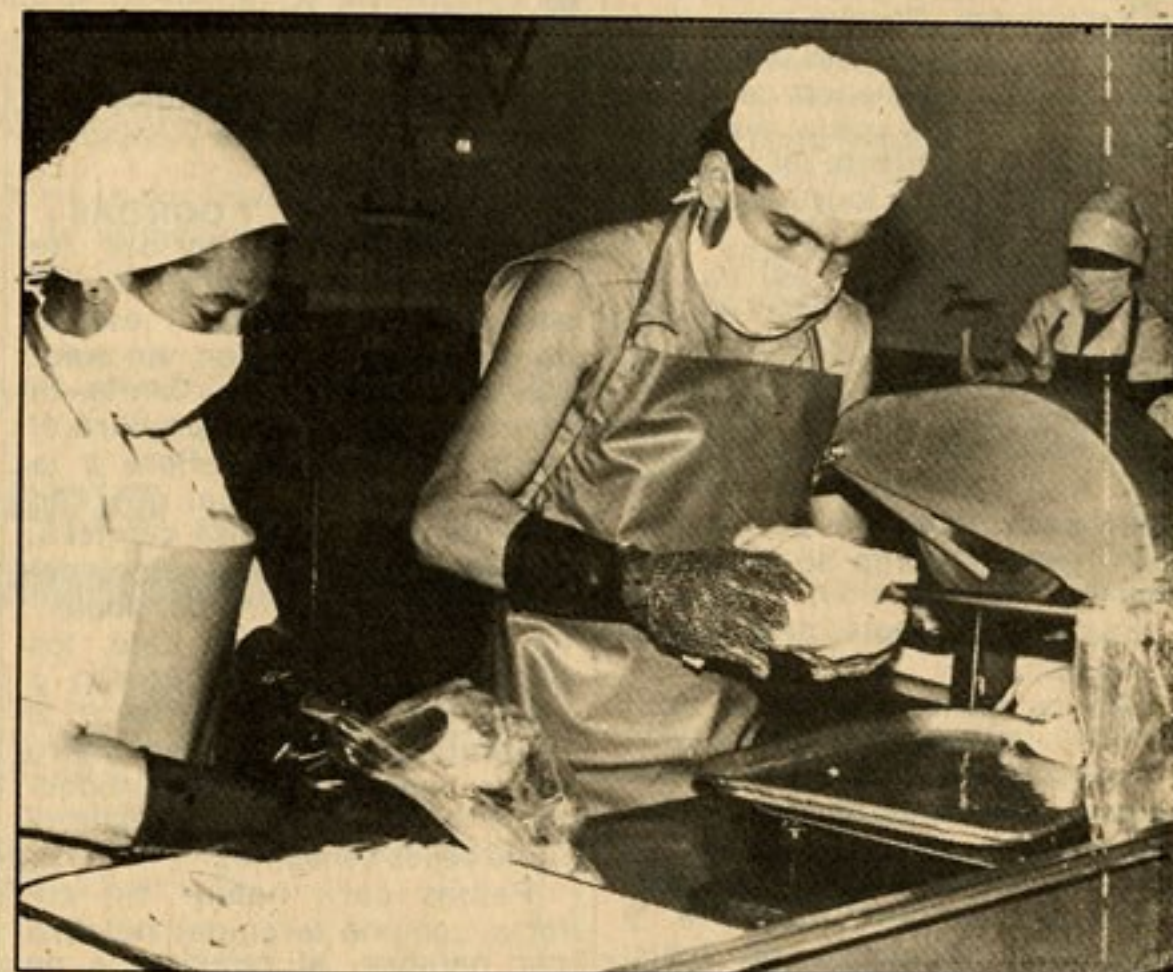
Detrás de esa venta están ideas que pueden nacer a partir de exposiciones y ferias de negocios o industrias de comida y la novedad de un producto que ha encontrado acogida en el público —frito a presión, conserva "los jugos y la ternura en su interior"—. De un público que, en concepto de Juan Guillermo Echavarría, empieza a perder la costumbre de considerar al pollo "producto elitista"; algo que se ha reflejado una y otra vez, en la expresión "¿Quién pidió pollo?".

MERCADO ABIERTO

"La competencia es sana. Y hay campo para todo el mundo", nos manifiesta el gerente de la empresa. En su opinión, la perspectiva es amplia y el momento oportuno. Y el crecimiento debe responder a las exigencias del mercado, con estudio, programación, prudencia y sutileza. "Se tiene una responsabilidad con la ciudad, con los socios, con la gente que trabaja en la compañía: debe ir creciendo poco a poco y con mucha eficiencia. No puedo dejar que se muera por inercia. Es un mercado abierto".

Así que... al pan, pan y al pollo, eficiencia.

"Este es un país bueno y bondadoso. No se ha acabado. Tenemos gente supremamente buena. Hay que tener confianza, invertir, dejar de quejarnos, echar pa'delante y trabajar". Expresa la cabeza de una empresa que, aún no cumple 3 años pero tiene, en balance un excelente "comportamiento".



El 30 de Abril vence el plazo

TENEMOS ZAPATOS

para obreros, capataces, porteros,
aseadoras, técnicos, mayordomos,
para todo!

multinal
DISTRIBUIDORA DE CALZADO

TODOS LOS PRECIOS · TODOS LOS ESTILOS · TODAS LAS TALLAS

Bodega, Cra. 49 No. 16-10, Tels: 2662661
2662681-2662701-2662721-2662741 A.A. 82281, Medellín.

Una empresa de casa. De las comidas rápidas que con el crecimiento de las ciudades surgen, permanentemente como respuesta a dificultades de desplazamientos.

Autoservicio, en un mundo que, en este sentido, proyecta satisfacer una demanda creciente de productos listos que se compran y llevan a

DATA CENTRUM LTDA
Respuesta al desarrollo de su empresa

- DISKETTES MAGNETICOS
- CINTAS MAGNETICAS
- CINTAS IMPRESORAS
- DISPACKS
- FORMAS CONTINUAS
- MUEBLES PARA SISTEMAS
- DESCARBONADORAS
- FORMAS PREDISEÑADAS

Av. 33 No. 74b-132 Tels: 2439573-2485796-2485799

A.A. 49197