

CRECIENDO EN PANDEMIA

Llegando a Sorriso hay que caminar con cuidado en medio de un movimiento inusitado, esquivando material de construcción, saltando alguna zanja abierta en el suelo. “El tema es que nosotros comenzamos a crecer y aquí ya no entramos” me dice Cari – coordinadora de la planta de producción - cuando me recibe a la entrada, mientras detrás del tabique vidriado que nos separa del laboratorio observo el trajinar de jóvenes, enfundados de blanco de pies a cabeza, que nos saludan con algún gesto amistoso detrás de los barbijos y continúan concentrados en la confección de alfajores y conitos artesanales. “Conclusión – dice Cari - , que para este sector había que construir algo nuevo o mudarse a un espacio más amplio. Es que, de 26.000 unidades mensuales de julio del 2017, hemos llegado este año, en el mismo mes, a 120.000. Nos queda todo muy pequeño, los tupers ya no hay donde ponerlos, teníamos 3 bandejeros y ahora hay 6, añadimos 3 máquinas más, ahora adquirimos el chocolate directamente de fábrica, dulce de leche en pallets..., en fin, necesitábamos agrandar el depósito y el lugar de trabajo.

“Habíamos recibido alguna aporte providencial para hacer algunas adecuaciones aquí, y ahorramos todo lo que pudimos pensando que nos quedara para iniciar el resto. Mientras tanto apareció alguien que quería invertir en un proyecto de desarrollo comunitario y, al conocer el que ya teníamos armado, le encantó que su aporte fuera para la Mariópolis”.

Evidentemente se ha logrado un buen aprendizaje por parte de los pasantes.

“Sí, se ha logrado reducir el tiempo y aprender bien, aunque por el tema de la pandemia hemos separado a los empleados adultos de los jóvenes pasantes, por mayor riesgo de contagio. Cuando sea oportuno volverán a estar mezclados en forma equilibrada, porque se acompañan mejor. Esto no es lo ideal”.

¿Están satisfechos?

“Muy felices de los logros y, además, los pasantes aprenden un montón, y crece en ellos la confianza de lo que pueden hacer, porque les sobra capacidad.

¿Cuál es la rutina?

“Entramos a las 8, cada uno va viendo su sector y, luego de una breve oración, compartimos lo que se va a producir en el día, novedades, si hubo reclamos, si hubo felicitaciones, cosas de interés de todos, y luego lo que le toca a cada uno. En este tiempo algunos están ayudando también en la adaptación del nuevo espacio”.

Mientras salimos a hacer una recorrida por el ala del edificio contiguo que se está reciclando para la ampliación, nos cruzamos con alguien que al pasar le da una información que provoca en Cari una exclamación de felicidad: “¡Vamos a tener música funcional!. Puede estar todo – explica - pero, para los jóvenes, eso no puede faltar, porque además no es conveniente que usen los celulares”.

“Mirá qué lindo que está quedando. Ésta va a ser la cocina, ésta la oficina, por aquí entra el producto y sigue tal recorrido, aquí el aire acondicionado, la plomería – disfruta explicando - . Allá arriba las oficinas y el depósito para aquel lado...”.

La verdad que el tema de crecer en pandemia es llamativo...

“Quiere decir que Dios acompaña su obra no obstante los tiempos”.

¿A lo mejor han modificado el sistema de ventas?

“Yo diría que ese sigue siendo nuestro punto flojo. Nosotros no salimos a vender, nos vienen a buscar. Es cierto que hemos comenzado a vender más por internet, que sin duda trae clientes nuevos, porque ahora tenemos la página de instagram, que antes no teníamos, y estamos trabajando la página web, pero de verdad que nosotros recibimos los clientes. Si saliéramos a vender nos iría diferente, pero mientras tanto Dios se encarga”.

¿Qué es entonces lo que atrae a los clientes?

“Pienso que es la calidad del producto y la confianza, A nosotros siempre nos dicen la calidad, pero la confianza es porque se cuida fielmente esa calidad como forma de amar al cliente y, al entregar el producto, en ese producto llega el amor por el cliente. Creo que esa es la base, que en realidad refleja el aspecto fundamental de la Mariápolis”.

¿No será que tienen algo exclusivo que otros no tienen?

“Nuestros alfajores tienen, sí, su particularidad porque, por ejemplo, las tapas son especiales, es una receta nuestra, no hay otras iguales en el mercado, y en ese sentido se puede decir que son exclusivos, pero lo que sucede es que se va generando alrededor un vínculo con gente que comulga con uno por nuestra forma de vida y es como un círculo virtuoso: gente a la que le gusta hacer bien las cosas, trabajar con dedicación, que no pone el lucro en primer lugar y eso crea empatía con el que te hace el mantenimiento, el que te ayuda con la dirección técnica, o también algún cliente, y eso a su vez repercute en el diseño del producto”.

Un valor agregado, podríamos decir, en el que se sintoniza con un estilo de vida.

Es decir, gente que colabora con este proyecto consumiendo los productos, porque la familia de la Mariápolis es muy amplia y cuando llega una cajita de bombones trae recuerdos y hace memoria. El otro día me llegó la foto de una joven ofreciendo nuestros productos y decía “son riquísimos, pero además se sabe que al consumirlos estamos colaborando con una comunidad que tiene tal forma de vivir...”, y contaba su experiencia en la ciudadela.

HR