

PROYECTO MEMORIAS DE UNA PANDEMIA: TESTIMONIOS, REFLEXIONES Y ANÁLISIS DESDE LAS VIVENCIAS DE AMÉRICA LATINA

PANDEMNESIS: ARCHIVOS TESTIMONIALES, DIARIOS DE LA EXPERIENCIA, CRÓNICAS Y FUENTES DESDE AMÉRICA LATINA

FICHA PARA ARCHIVO TESTIMONIAL

Lugar y fecha: Cali, Valle del Cauca, 7 de junio del 2020.

Código: AT39NV12

Nombre de quien testimonia: Mónica Vizcaíno Wagner.

Actividad que desempeña: Empresaria (29 años).

Entrada: Negocios.

Ítem: Ventas 12.

[...] Mi nombre es Mónica Vizcaíno. Actualmente me desempeño como gerente de [una] empresa [...] y autorizo a que se grabe esta entrevista. [...] Bueno, voy a empezar con la primera pregunta. Es: ¿En qué consistía y cómo se desarrolla tu negocio antes de la pandemia? [...] Bueno, te cuento que [mi empresa] es una empresa familiar. Nació [...] como una idea de innovación hace 20 años, en el año 2000, por mis padres [...] y surge básicamente porque, o como una solución, un producto a una solución que se [...] que se presentaba en ese entonces donde no existían los productos no retornables, o, pues digamos que no eran muy [...] muy populares. [...] Ellos crearon unos soportes para transportar las tortas de las panaderías de los barrios y que las personas no tuvieran que devolver [...] las tablas de madera que [...] que se dejaba normalmente con un depósito. [...] La empresa ha pasado por varias etapas, [...] pero estos productos de los que te hablo son los que han perdurado en el tiempo y aún siguen siendo el producto principal de la empresa. Hoy en día te hablo que pues antes de la pandemia la actividad normal de la empresa era vender [...] soportes para [...] para charcutería, repostería, fruterías y, en general, todo tipo de [...] de eventos sociales donde se necesitaran exhibir alimentos. Entonces, por ejemplo, las decoraciones de los matrimonios, las torres para cupcakes, [...], bases y torres para las tortas; en la industria de la charcutería se venden, se comercializan para armar las tablas de quesos o con jamones, frutas, demás. Tenemos clientes [...] como grandes superficies, como Cencosud, Éxito, las Olímpicas, Carulla, [...] que tienen sus propias secciones de charcutería y [...] y pues también clientes, te estoy hablando a nivel nacional, pues, pastelerías y [...] y panaderías, entre otras. Esa es básicamente la [...] la actividad de la [...] de la empresa [...] antes de la pandemia.

¿Cómo has mantenido tu negocio durante la pandemia? [...] Bueno, te cuento que ha sido una etapa bastante difícil para la empresa porque ya veníamos en una situación

económica complicada; la empresa viene presentando [...] disminuciones en las ventas y en los ingresos hace aproximadamente unos 3 años [...] y [...] y bueno, precisamente por esta situación en la empresa, hicimos un relevo generacional: mi madre era quien había gerenciado [...] durante la mayoría del tiempo de la existencia de la empresa, la empresa, pero [...] pues en este momento estoy [...] estoy yo a cargo, tratando de crear estrategias para, para mejorar [...] los ingresos y las finanzas de la empresa. [...] Esta pandemia ha reducido en un, entre [...] un 80% y un 90% de los ingresos [...] de normales, históricos. [...] Pasamos por una época muy difícil en mayo porque normalmente el día de la madre es [...] es una temporada de altas ventas en la empresa, pero, desafortunadamente este año, pues [...] ese ingreso no se [...] no se generó. [...] Hemos, hemos desarrollado o hemos tratado de adaptarnos un poco [...] a la situación desarrollando nuevos productos, como son [...] en asociación con una [...] con una empresa de [...] de costura, hemos desarrollado tapabocas, distintos modelos, [...] tallas y [...] caretas de protección que lo hacemos directamente, las fabricamos nosotros con los materiales que tenemos para la producción de los empaques y de los soportes. Estos dos productos, y algunos otros que que estamos esperando sacar al mercado, tienen la intención de acompañar a nuestros clientes que son, en general, manipuladores de alimentos; ofrecerles una alternativa para que ellos tengan una mejor protección durante sus actividades de manipulación de alimentos, así como los supermercados que están en contacto con [...] con distintas personas. Esa es como la alternativa que tenemos en este momento y como hemos [...] hemos dirigido el negocio para tratar de sostenerlo durante la crisis.

[...] Bueno, yo confío en que [...] en que las ventas puedan empezar a subir nuevamente, así sea paulatina. Aunque estoy seguro que... segura que... que no van a llegar a [...] a su completa normalidad porque la cultura ha cambiado, ha cambiado mucho y [...] y las personas deben, en este momento, tanto por su situación económica como por el mismo cambio de cultura que menciono, pues deben [...] reevaluar sus prioridades y nuestros productos no son productos de primera necesidad, entonces [eee] estoy convencida de que no van a volver las ventas a su punto histórico. [Eeem] En la estrategia que tenemos es ampliar el portafolio a un... a empaques para alimentos que sirvan para transportar, es decir, apoyar la industria de los domicilios en este momento. [Eee] empresas que normalmente no enviaban sus productos o no tenían que empacar sus productos porque tenían venta directa al público, [eee] ahora sí lo deben hacer y están adaptándose a esta modalidad. Pues nuestra... nuestra estrategia para permanecer en el mercado [ee] es incluir, en nuestro catálogo, ese tipo de productos. Estoy hablando de bolsas de empaque, [...] cajas para... para empacar productos, por ejemplo, solo por ponerte un ejemplo, [eee] [con] bandas o pesas o productos de gimnasio en casa que es algo que... que la gente va a tener que hacerse [...] a inventario pues, en este momento. [...] Los mismos restaurantes, domicilios [...] y nuestra empresa tiene un enfoque [...] pues ecológico; tratamos siempre de, de manejar empaques que sean, en lo posible, amigables con el medio ambiente. Entonces, queremos rem[eh] ofrecer una opción de reemplazo de todo lo que es icopor o plástico a las empresas que hacen domicilios, a que empaquen sus productos en cartón, en cartón reciclado, en papel de bagazo de Caña o en plásticos que

sean [...] biodegradables como el PLA. [...] Esa es nuestra estrategia a futuro para sostener [...] la economía de la empresa. Gracias.

Anexa: Audio Negocios – Ventas 12. Entrada: Negocios.
Impreso en Antología.

Código: AT39NV12

Levantamiento: Kely Vanessa Guarín Castro.

Revisión: Adrián Serna Dimas y Carlos Reina Rodríguez.

Citación: Archivo Testimonial DESUD/CLACSO (2020). Testimonio AT39NV12, 23 fls.

Entradas relacionadas: Comercio (Especializado), Oficios (Empleado).