



ESCRIBE: NORA SUGOBONO
nora.sugobono@comercio.com.pe @nsugobono
FOTOS: KAREN ZÁRATE

PACIENTES. Cada cuatro horas entra un nuevo aprendiz a la tienda de instrucción que La Lucha tiene en Surquillo. En total, el taller que brinda la empresa a sus futuros empleados dura nueve días.

Cada día, unas 30 personas entran a formar parte de Lucha Partners, un gigante que abarca siete marcas de restaurantes en el Perú y el extranjero. ¿Qué ocurre dentro de uno de los grupos gastronómicos más herméticos del mercado local?

A BOCADOS APRENDÍ

DETRÁS DE LA LUCHA



BUEN OJO. Más de 200 personas forman parte de la planta de producción, que se encuentra en plena expansión.

Catorce sándwiches tiene La Lucha en la carta de sus diez locales –y contando– repartidos por todo Lima. Catorce fórmulas que se ejecutan una y otra vez, sin lugar a cambios, margen de error o improvisación. Ocurre algo similar entre los fogones del boom bautizado como Siete Sopas y en las planchas, freidoras y cocinas de los otros cinco formatos que forman el grupo llamado Lucha Partners. La clave de todo está en que parezca, curiosamente, lo contrario: que la experiencia se sienta como si el comensal estuviese comiendo en casa de una abuela, una tía o en un sitio que le resulte extremadamente familiar y cotidiano. Sea su primera visita o la vigésimo quinta.

Pocos podrían imaginar las dimensiones y competencias de la maquinaria que está detrás de perfeccionar cada uno de los pasos que hay en la elaboración de un pan con chicharrón, un caldo de gallina o un plato de salchipapas. Desde el tamaño del pan hasta el corte de cada papa o la cantidad de huevos duros que lleva cada porción de sopa. Orden, oportunidad y crecimiento han sido los

pilares sobre los que se sostiene la marca que dio origen a este imperio hace una década, en el miraflorentino pasaje Champagnat. Han pasado diez años desde que La Lucha atendiera por primera vez al público, y el origen de esta historia aún se maneja con hermetismo, celo; secretismo incluso. El artífice de todo esto, un ex productor de televisión

EN MASA. 13 mil panes franceses se hornean a diario en la planta de producción de Lucha Partners, situada justo al lado de las oficinas. Absolutamente todo se cocina, prepara y selecciona ahí, y luego se reparte a los locales.



MESA SERVIDA. Uno de los mayores beneficios está en el régimen alimenticio que forma parte de las jornadas: las comidas están incluidas, además de degustaciones de sanguchitos y postres.

de origen neoyorquino que se enamoró del Perú en un viaje de turismo, insiste en que es mejor así. Figurar demasiado es contraproducente para la marca, sostiene el empresario Jay Shehadi. Nos llega a contar, no obstante, que el proyecto de la sanguchería criolla surgió tras una primera incursión en el rubro culinario en Lima, con una pizzería que nunca llegó a despegar. Fue suerte encontrar al equipo con el que trabaja hoy, asegura. A la fecha, ese equipo se ha multiplicado por mil.

El escritorio de Shehadi en la nueva sede que alberga al grupo, en pleno corazón de Surquillo, no tiene puertas ni separaciones.

TRABAJA CON NOSOTROS

El crecimiento de Lucha Partners es tan

2.000 colaboradores trabajan en las marcas de Lucha Partners: La Lucha, Siete Sopas, República, Hermanas Ambulantes, Marcha, Arroza Meloza y Houlihan's.

voraz, tan veloz, que tan solo en enero de 2020 ya ha habido 450 contrataciones. Cada jornada, de 60 a 80 personas se acercan a las oficinas (Gonzales Prada 500, Surquillo) entre las 9 de la mañana y las 5 de la tarde. Hay un formulario de inscripción muy sencillo en la web institucional, pero muchos se presentan directamente. Unos 30 pasan el filtro inicial –según el puesto, basta con tener secundaria completa– y ese mismo día empiezan con un proceso

de capacitación que abarca nueve días remunerados. Este contempla todos los estadios que componen los conceptos del grupo gastronómico: desde preparar una mayonesa hasta manejar los tiempos exactos en los que carnes o panes deben estar en la plancha. Incluso el personal administrativo pasa por la cadena. “No se trata de recibir solo a jóvenes”, asegura Claudia Cárdenas, supervisora de reclutamiento y asignación de Lucha Partners. “Una de las fortalezas del proceso es que no hay discriminación de edad o género. En el grupo que acabamos de recibir el menor tiene 18 y la mayor 63”, explica sobre un día normal.

Las oficinas están habilitadas en un imponente edificio de cuatro pisos a donde se mudaron el año pasado y des-



GOLAZO. En el cuarto piso de la sede principal de Lucha Partners hay una cancha de fútbol. Allí se organizan torneos y otras actividades entre los empleados.

EL LADO B

GERMÁN LORA

ABOGADO LABORALISTA

No es extraño que haya empresas con políticas de contratación rápida, ya que la rotación es tan grande que estos procesos tienen una justificación. Es una necesidad, principalmente. Las capacitaciones iniciales remuneradas no son una política reiterada ni masiva, eso sí. Se entienden, en cualquier caso, como una necesidad de las empresas de que los trabajadores sean productivos lo antes posible. Mientras más rápido se metan en el proceso productivo, más rápido será también el retorno.

JORGE TOYAMA

ABOGADO LABORALISTA

En términos generales, en el rubro de comida y restaurantes la rotación de personal está por encima del promedio y se da de manera natural, no forzada. Eso quiere decir que la gente que se va lo hace por sí misma: ya sea porque la entrada fue estacional, porque se terminan los estudios o porque es una plataforma para otros trabajos, por ejemplo. El ritmo es intenso y a mucha gente, sobre todo los jóvenes, se les hace difícil trabajar fines de semana, feriados o por la noche. Este, sin embargo, no es un caso aislado: en el sector de comercio y ventas también suele ser así.

de el que se supervisa cada uno de los eslabones, pero también la pasan bien: bandejas con sanguchitos, queques y otros antojos rotan con frecuencia a lo largo del día. Todo lo que pasa en La Lucha es de La Lucha, incluidos los camiones que despachan los insumos a cada una de las sedes, en diferentes horarios y de lunes a domingo. Esta es una casa donde las luces rara vez se apagan: el Siete Sopas de Surquillo, sin ir muy lejos, atiende 24 horas seguidas.

Con números como esos no sorprende que el área de producción se encuentre actualmente en ampliación. Existen 22 líneas de producción: panes, cremas, carnes cocidas, carnes

crudas, tubérculos, frutas y otras preparaciones. “La mayoría de cosas se elaboran en planta o, en su defecto, las enviamos para que se terminen en local”, cuenta Sergio García, director del espacio. “Para una sopa, por ejemplo, mandamos el concentrado y las verduras y carnes picadas”. En el área de producción de Lucha Partners hay 230 personas que se encargan de despachar, entre otros, 13 mil panes para los sándwiches de La Lucha y otros 13 mil campesinos y regionales para Siete Sopas. Se emplean de 2 a 3 toneladas de papas y al menos unos 3 mil huevos. A diario.

Chamba es chamba. //

TAL COMO ÉRAMOS.

El diseño del edificio administrativo del grupo (Surquillo) está basado en las viejas fábricas y oficinas neoyorquinas de principio de siglo. No hay paredes, sino un solo espacio abierto.

