

Katia Bianchini: 'En Cuba, las mujeres con negocios rompemos esquemas'

Género

 Miércoles, 22 de Enero de 2014



42



2



0



Katia Bianchini en la dulcería que lleva su nombre y recién acabada de abrir en el Callejón del Chorro, muy cerca de la Plaza de la Catedral.

Helen Hernández Hormilla - SEMlac.- El aroma del pastel recién horneado es para Katia Bianchini un recuerdo de infancia. Su madre solía prepararlo, lo mismo que el pan, siguiendo recetas transmitidas por generaciones entre las mujeres europeas de su familia, y a esa herencia echó mano cuando se animó a fundar negocio propio, en la capital cubana.

Lo último

Cubainformación en papel Primavera 2014 Nº 28

06 de Mayo // 15:54



La Unión Europea dobla la rodilla ante Cuba: ¿pronto Estados Unidos? Asociaciones y colectivos de solidaridad pueden solicitar ejemplares[...]

[Leer más...](#)

Antonio Caño dice que "El País" intervendrá en la transición democrática "de Venezuela y Cuba"

06 de Mayo // 14:52



Eldiario.es - El nuevo director de El País, Antonio Caño, ha estrenado su cargo con una entrevista digital con los lectores del diario en la[...]

[Leer más...](#)

Diputados españoles piden a su Gobierno tomar posición ante ZunZuneo

06 de Mayo // 10:53

El grupo parlamentario Izquierda

Llegó a Cuba con sus padres en 1969, siendo solo una niña, y aunque nunca se desligó por completo de su Suiza natal, fue en la isla cribeña donde formó su carácter, se graduó de maestra, nacieron sus hijos y transcurrió casi toda su vida.

Parte del aire cosmopolita proveniente de ese origen suizo-italiano distingue a Bianchini, la cruasantería que inauguró hace poco más de un año en La Habana Vieja. En ella volcó la afición por la repostería y la capacidad organizativa que aprendió en décadas, como administradora de proyectos para empresas y organismos internacionales.

"Por mi trabajo viajaba constantemente, pero cuando mi mamá enfermó el año pasado tuve que cambiar de vida, solicité mi residencia permanente en Cuba y busqué una nueva ocupación", relata a SEMlac.

Alejado de los salones renacentistas de Bologna, Venezia, Padova y Treviso, donde se reunían los nobles que fundaron la casta, el apellido italiano Bianchini comienza a dar de qué hablar en el Trópico.

Con menos de un año de creada, la pastelería alcanza el puesto 59 entre 300 restaurantes de La Habana registrados por el sitio Tripadvisor y logra una clientela estable que le ha permitido recuperar la primera inversión y pensar en expandirse.

"La idea nació a sugerencia de unos amigos -evoca Katia-, porque antes había realizado brunches los domingos para la paladar Doña Eutimia, junto a uno de mis hijos. Solo duró un mes, pero esa experiencia me sirvió para convencerme de que podía hacer de la repostería una profesión", indica.

En un local diminuto de la calle Sol, a pocos pasos del puerto habanero, diseñó un ambiente de buen gusto y servicio agradable donde acompañar el café, té o jugo natural con un pastel o dulces de variada procedencia.

Los ahorros propios y una que otra ayuda familiar formaron el capital inicial que Katia supo administrar, gracias a las habilidades para la planificación adquiridas en años dirigiendo proyectos.

Katia supervisa de cerca el funcionamiento de las dos dulcerías que ha abierto en La Habana Vieja.

Personas con experiencia la aconsejaron, pero la intuición fue la guía. "En La Habana siempre busqué espacios de este tipo y no los encontraba", sostiene.

Pese a ser un concepto sencillo, encontró un nicho comercial diferente al de la mayoría de cafeterías y bares privados que han surgido en la ciudad, luego de la ampliación de la actividad económica por cuenta propia, propiciada por el gobierno del presidente Raúl Castro en 2008.

Crece con cautela

Si bien cuenta con cuatro personas que elaboran los productos, Katia supervisa el horno todo el tiempo y participa en la realización de los postres. "Cocinamos en mi casa, que está cerca del local de venta. Cada nueva receta la probamos entre pocas personas y siempre la trabajo yo primero, hasta que los veo diestros con la realización y la sacamos a la venta", refiere.



El grupo parlamentario izquierda Plural exigió a su Gobierno que denuncie estas prácticas injerencistas que violan el Derecho Internacional y[...]

[Leer más...](#)



Buscar...



La columna

El mediano plazo de Estados Unidos



Por Lorenzo Gonzalo*/Foto Virgilio Ponce -Martianos-Hermes-Cubainformación.- No es menos cierto que con la aparición de China como el gran manufacturero de las últimas dos décadas, las capas teutónicas del mercado laboral estadounidense han sufrido un desplazamiento desfavorable para la media poblacional.

Leyendas de clientes hablan de acuerdos de confidencialidad entre los cocineros, a lo que ella responde asombrada. "La mayoría de nuestras recetas son públicas, pero todo buen cocinero se reserva algún truco", sostiene.

La clave de la marca radica, a su juicio, en haber logrado un sitio con "ángel", donde la calidad es una consigna.

El celo con la contabilidad diaria le corrige el rumbo, sobre todo cuando un dulce no se vende. "Comenzamos con una carta de más de 40 productos y nos dimos cuenta de que no todos se comercializaban o no lográbamos tener las materias primas", apunta.

A pocos meses de abierta la dulcería, recibió la oferta de gestionar otra en la Plaza de la Catedral, uno de los sitios más transitados por el turismo internacional en Cuba. La nueva Bianchini, ya abierta al público mantiene el mismo concepto e imagen, pero se orienta más al público extranjero, por lo que pueden variar precios y ofertas.

Varias personas le animan a seguirse expandiendo, pero prefiere ir con calma. "Solo haremos lo que podamos cocinar nosotros mismos. No quiero dar el paso más largo que la pierna, sino que el crecimiento sea natural", defiende.

Su aspiración: que el negocio garantice el sustento a sus trabajadores y les permita superarse, sin comprometer los resultados. "El tronco va cogiendo un ancho que lo hace fuerte, y solo así podrá ir ganando altura", sostiene.

El reto de la calidad

Avena, jengibre, frutos secos, té, chocolate, grasas pasteleras... La variedad de productos que demanda un local de este tipo es difícil de adquirir en Cuba.

"Mantener la calidad es complicado porque los productos son inestables y no siempre del mismo tipo. Ciertos materiales nos llegan gracias a amigos que viajan y nos abastecen, pero eso no es ideal ni sostenible", razona.

En su criterio, urge regularizar los suministros en un mercado mayorista para quienes trabajan por cuenta propia en Cuba y así no alimentar "el cáncer del mercado negro".

"También hace falta una regulación aduanal acorde con este tipo de negocios. Por ejemplo, si comprara un equipo para el trabajo, debo entrarlo al país a título personal y no como insumo empresarial, que es su verdadero destino", argumenta.

Lejos de las "mujeres objeto"

Cuando valora los nuevos proyectos comerciales que aparecen en Cuba, sobre todo en el área de los



servicios, Katia encuentra métodos errados por su esencia clasista.

"Me llama la atención que se imiten fórmulas negativas, sobre todo con las mujeres al estilo Barbie tras el mostrador. Eso me ofende y me opongo a la idea de ser objetos. La calidad humana es lo primario en cualquier empresa y eso nos hace ser fuertes en Bianchini.

"Las mujeres con negocios estamos rompiendo el esquema de que somos objetos y por eso nos irrita ese tipo de patrón. Somos una generación de emprendedoras naciendo en un país con una historia distinta a lo más cruentamente comercial", sustenta.

En lo personal, el trabajo en la pastelería le resta casi todo el tiempo, por lo que ha debido acudir a la ayuda externa para cuidar de su madre y realizar las tareas domésticas. "En la medida que se consolide el proyecto, encontraré un límite para deslindar ambos momentos y dedicar más tiempo a compartir con mi familia", aspira.

De la experiencia como mujer también aprovecha. "A nosotras la vida nos ha hecho cultivar la inteligencia afectiva y ese es un recurso útil en una empresa, lo mismo que la confianza interna", exhorta.

A Cuba, esa "casa" a la que se arraigó entre muchos lugares del mundo en los que pudo asentarse, ha querido aportarle también desde su emprendimiento.

"La ciudad puede crecer con espacios de este tipo: sencillos, sin grandes inversiones, pero acogedores. A veces nos imaginamos opciones irreales y no tomamos en cuenta que podemos desarrollarnos con lo que está a nuestro alcance. Todo está en ponerle un poco de imaginación y creatividad", afirma.

Comentarios (0)

Escribir comentario

Nombre

Email

Comentario



corto | largo

Género



Abriendo caminos de equidad en el sector empresarial. Las empresas cubanas aún no incorporan de manera coherente un enfoque de género

Sara Más - Revista Mujeres.- Promover igualdad de oportunidades y derechos para mujeres y hombres sigue siendo un desafío para el sector empresarial cubano, donde se busca seguir promoviendo a las m...

[Read more](#)



Decenas de banderas del arcoíris en la Plaza de la Revolución o Calentando los motores contra la homofobia (+ Fotos)

Paquito el de Cuba.- Como ocurre desde hace varios años, pero con una mayor participación de activistas y decenas de banderas del arcoíris que era imposible pasar por alto, las redes sociales comuni...

[Read more](#)



La homofobia sale aun fuera de guión o Una amonestación por su payasada

Paquito el de Cuba.- Para no dejar cabos sueltos, les cuento el final de la queja por el numerito homofóbico y de mal gusto que mi familia y yo también presenciamos en la Carpa Azul del Circo Nacion...

[Read more](#)



Facebook



Twitter



You Tube



RSS



Issuu



Daily Motion



Vimeo



Pinterest



Paper.li

[¿Qué somos?](#)

[Contacta](#)

[Agenda](#)

[Banners y promos](#)

[Concursos](#)

[Enlaces](#)

