

Ejecutivas

Sugerencias y comentarios: ejecutivas@comercio.com.pe

Caterina's Size Plus

Marca de ropa para mujeres de tallas grandes que Caterina lanzó el 2003 con una inversión de US\$4.000. De estos, usó US\$3.000 en publicidad.



Solo para ellas

Caterina solo comercializa sus diseños (sastres, blusas, sacos...). Su producto estrella es el jean (vende 100 al mes). Trabaja a puerta cerrada.

Entrevista ▶ CATERINA BIONDI

Tenía un pie en EE.UU. cuando su padre enfermó. No dudó. Mandó al tacho un prometedor negocio. Aquí, ella concretó una idea que papá le dio. Cientos de mujeres se lo agradecen

“No voy a dejar que pisen mi nombre”

ANTONIO ORJEDA

Caterina Biondi pesa 92 kilos. Es pura simpatía. Durante años odió comprar ropa. Se sentía discriminada. La industria de la moda no atiende a las mujeres de tallas grandes.

Eso no pasa más. El Día de la Madre del 2003, ella y su marido lanzaron Caterina's Size Plus. Crear esta marca no estaba en sus planes. Ellos lo tenían todo listo para irse del Perú.

La enfermedad de su padre le cambió la vida.

Hasta ahora lo extraño. Somos cuatro hermanos: el mayor vive en Suiza y los otros dos en Estados Unidos. Ellos migraron hace mucho. La única que se quedó fui yo. Yo siempre fui la niña de sus ojos. Él se rompió el lomo por nosotros y, lo mejor de lo mejor, se lo dio siempre a su única hija mujer. Yo, además, soy la última.

Su plan era migrar.

Teníamos un pie acá y el otro en EE.UU.

Con su esposo ya habían renunciado a sus trabajos. Estaban a punto de vender su casa...

Por eso nos mudamos acá, a la casa de mis padres. Además era una forma de presionar a mi papá, porque mis hermanos se lo querían llevar. Él no quería. “No, ¡aquí están mi hija y mi nieta!”.

Fue entonces que le diagnosticaron cáncer. Decidieron quedarse. Ya no tenían empleo, ¿de qué vivían?

De los ahorros. Pero la plata se comenzó a ir. Vendí mi carro...

¿Por qué irse? ¿Tan mal los trataba el Perú?

Teníamos listo el ‘sueño americano’. Mis hermanos están allá hace más de 20 años y a los dos les va muy bien. Uno de ellos trabaja en la empresa número dos en comercialización de perecibles y, como yo trabajaba en una de leguminosas, le conté el caso de un señor que se fue de ilegal y, de office boy, pasó a exportar leguminosas en contenedores.

Se lo conté y con mi esposo, mi hermano comenzó a hacer números. Loteníamos todo listo: allá, mi hermano tenía a los compradores y, acá, nosotros a todos los contactos. ¡Era el negocio perfecto! Pero mi papi se puso mal. Lo llevé al hospital. Le hicieron los exámenes y de la manera más fría me dijeron que tenía cáncer. Mi esposo me dijo: gorda, ¿qué hacemos? “No sé, pero yo no me voy”.

¿Qué año era?

Me dijeron que mi papá tenía cáncer en agosto del 2001. Ahí nomás fue el atentado a las Torres Gemelas y cambió todo el sistema migratorio.



TAMPOCO TAMPOCO. “Yo tengo que adecuar la moda al cuerpo de una gordita, y no es nada fácil! No es hacer lo mismo, solo que más ancho y más largo”. Caterina sabe de qué habla. Más de una vez ha cuadrado a vendedoras insensibles. Hoy, además de diseñadora, es la ‘terapeuta’ de sus clientas.

LA FICHA
Nombre: María Caterina Biondi Tineo de Morales.
Colegio: Manuel Polo Jiménez, de la FAP.
Estudios: Administradora bancaria de IPAE. Hizo cursos de Comercio Exterior en ADEX y en el Instituto San Ignacio de Loyola.
Edad: 41 años.
Cargo: Ella y su esposo son dueños de Caterina's Size Plus. “Yo veo el diseño, confección, ventas... Luis Emilio, todo lo administrativo”.

¿En qué año murió él?

El 13 de mayo del 2004. Me dijo: ¡ándate! Pero yo no lo iba a dejar con mi mamá. Ella es una persona delicada de salud. Lucho (su esposo) me decía: tenemos que hacer algo. “Dios proveerá”. Ordenamos nuestras cuentas, alquilamos nuestra casa y me acordé de mi estudio de mercado. Entre broma y broma, yo siempre les decía a mis amigas: yo voy a ser modelo plus size (de tallas grandes), ¡me van a ver en las pasarelas!

Usted había hecho un estudio de mercado sobre ropa para mujeres de tallas grandes.

Lo hice más por cumplir con la

tarea y porque mi papá me dijo: ¿por qué no haces esto? Yo entonces era una flaca de 58 kilos que jamás imaginó que iba a ser gorda.

¿Lo hizo cuando era flaca!

Claro, y más que nada porque mi mamá y mi tía eran gorditas y aquí no encontraban ropa. Mi papá me decía: algún día, ese va a ser un buen negocio. “¡Estás loco!”.

¿Cuán difícil fue para usted conseguir ropa?

¡Horrible! No había. Y lo poco que había, eran ‘cortinas de colores’.

Son un público desatendido por la industria de la moda.

Dicen: vamos a vestir a los gordos; y nos meten ropa tipo hawaiana.

El trato es discriminatorio.

Las personas con sobrepeso tenemos derecho a vestirnos a la moda, a sentirnos bien. ¿Sabes qué es fundamental en el éxito de mi negocio? Aquí, las personas son atendidas por una persona que está en los mismos zapatos que ellas.

Sensibilidad.

Mi esposo –entre broma y broma– me dice: oye, tus citas con tus clientas duran más de una hora, ¡cóbrales también la terapia! Lo que pasa es que muchas

personas no ven el rollo que hay detrás de todo esto.

¿Cómo arrancó el negocio?

Tenía el estudio de mercado y Lucho lo actualizó. Yo no me quería mover de mi casa. Le dije: empezaré como mi tía Teresa que vendía ropa en su sala.

Ella invitaba a su grupo de amigas a tomar té y ahí les vendía. Lucho es administrador de empresas, así que ideó cómo íbamos a trabajar. Yo me hacía cargo del diseño, cuidaba la confección... y comenzó a haber retorno. ¿Sabes cuál es la mayor satisfacción? Tratar bien a tu cliente se convierte en tu mejor publicidad. Yo tengo publicidad boca a boca. Además, yo soy la imagen de la empresa. Yo lucho toda mi ropa.

Estudió Comercio Exterior. Se hizo diseñadora a la fuerza.

Digamos que sí.

Debió haber ‘ayudado’ mucho la furia, la rabia que le generaba saber que la moda es excluyente.

¡La indignación! Yo te digo: tenía 30 años cuando nos casamos, tenía 64 kilos y estaba regia, pero como no salía embarazada inicié un tratamiento y –¡pum!– me puse así. Pasé por médicos, ‘peperos’, he gastado un montón en tratamientos para adelgazar, hasta que llegó un momento en el que

“¿Sabes qué es fundamental? Que mis clientas son atendidas por alguien que está en los mismos zapatos que ellas”

Lucho me dijo: gorda, olvídate, yo te quiero como eres. ¡Ese es el tema! Es básico que tu entorno te acepte como eres. Lo que a mí me ayudó fue haber tenido el apoyo de mi esposo al 110%. Yo tenía la frustración de no encontrar ropa y él me acompañaba a la sección Caballeros a buscar un jean.

Y ese respaldo que usted tuvo, una vez que hizo empresa, se lo ofreció a sus clientas.

Sí, porque yo he sentido la rabia de no encontrar ropa de mi talla. Pero el 2000, en un viaje a Los Ángeles, me ‘desat’ las trenzas’. Allá vi a señoras gordas-gordas ¡en shorts! Ah, no, dije: ¡esto se acabó! ¿Sabes lo que pasa? Que aquí eres es gorda, y te conviertes en punto de atracción. Aquí hay mucho prejuicio.

Así terminó convertida en diseñadora y ‘terapeuta’.

¡Es que yo sé lo que se siente! No

se trata de confeccionar por confeccionar porque, para empezar, no todas las gorditas tienen el mismo tipo de cuerpo: hay las que tienen forma de pera, las que tienen barriguita, las que –como yo– son tipo tamalito, ¡todas recetas! Y no todas piensan igual: yo tengo clientas a las que les ha costado salir del negro y comenzar a usar colores como este (su chompa es anaranjada). ¡Es un avance cuando las veo cambiar de color!

Debe haber experimentado emociones...

¿Que me motivan? ¡Sí!

¿De agradecimiento!

Sí, y te digo una cosa: como en todo negocio, me han querido tumbar. Hay espionaje industrial, hay piratería, pero eso no me quita el sueño. ¡Al contrario! Me impulsa. Y otra cosa que me impulsa, son mis clientas.

Hace poco vino una chica con su esposo. “¡Mi amor, mira!”. Estaba feliz. Había venido con un jean, un jean que era de su esposo, y comenzó a probarse todo. Salió encantada. Vino el jueves y regresó el lunes con su mamá. Esas son las cosas que me motivan. Ahora, como cualquier empresa, al principio hemos metido la pata, se me han caído producciones. Ha habido momentos en los que hemos querido patear el tablero.

Usted es su propia publicidad: viste lo que vende. Cuando va por la calle y una potencial clienta la queda mirando...

¡Saco mi tarjeta! Me ha pasado en varios sitios. Me quedan mirando y yo comienzo a modelar (ríe). “Qué linda tu blusa, ¿es de Liz Claiborne?”. No, es Caterina's. Les doy mi tarjeta, les digo que la atención es previa cita. Y cuando ven mi página web, ven que quien les dio la tarjeta, es la modelo. No son fotos bajadas de Internet. En eso, yo soy la pionera. Después se lo copió la competencia.

Su negocio es la verdad.

Tienen que ver que quien está detrás de todo esto –como ellas– es una gordita. ¿Sabes qué es divertido? Cuando vienen mis cuñadas o mis amigas –que son unas flacas regias– y ven mi ropa. “¡Qué lindo! ¿Por qué no haces para nosotras?”. No, mamita. Ahí sí, ¡soy yo quien se da el lujo de discriminar! (ríe). Todo lo que yo hago, lo hago pensando en personas como yo, que sienten como yo, que han vivido la discriminación que he vivido yo al querer comprar ropa.

Soy muy apasionada en todo lo que hago. Yo me mato. A mí me traen 100 prendas y me las pruebo una por una. No se trata de vender por vender. Yo soy la imagen de la empresa, mi empresa tiene mi nombre y no voy a dejar que nadie pise mi nombre. ■

puntodevista

Redes de confianza

Inés Temple
Economista *



José trabaja con nosotros desde hace años. Es trabajador, serio, confiable y de buen trato. Es de Pisco y el terremoto destruyó su casa, como la de muchos otros. Ahora, buscamos cómo apoyarlo porque él ha sabido ganarse el respeto y afecto de quienes lo conocen. Su ‘red de contactos’ está funcionando porque la sembró hace mucho y ha cuidado de ella cada día, con cada persona con la que trata.

Sin embargo, la mayor par-

te de las personas tiembla cuando escucha que tiene que hacer contactos. Creo que se imaginan a sí mismos pidiendo trabajo de puerta en puerta a sus amigos y a los amigos de sus amigos. O, peor aún, se sienten expuestos a declararle al mundo entero que algo malo pasa en sus vidas y por eso deben salir a buscar a quienes los puedan ‘rescatar’. De terror.

Otros, equivocadamente, creen que hacer contactos es una actividad manipuladora, es decir, quitarle tiempo a alguien en beneficio propio. Y, peor aún, creen que hacer contactos es llamar a pedirles favores a personas con las que ya

no tienen ninguna relación desde hace años o incluso personas con las que nunca se llevaron bien o incluso con desconocidos.

Hace unos meses escuché de un valioso joven peruano una expresión que me dejó gratamente sorprendida: ‘redes de confianza’. Creo que se refería a algo distinto, pero aplicar ese término para sustituir al temido ‘redes de contacto’ ayuda a quienes se angustian al escuchar esta última.

Entonces, hacer contactos o tejer redes de confianza es establecer y mantener vigentes los vínculos con las personas que nos conocen, aprecian y respetan. Es

mantener siempre actualizada la relación, especialmente si se presentan cambios en nuestras vidas o en las suyas. Es tener y mostrar un genuino interés por nuestro interlocutor, su vida, su familia, sus planes, retos y aspiraciones.

Incluso para quienes están buscando trabajo construir redes de confianza es compartir un momento agradable volviendo a establecer la confianza, la camaradería, la relación. Es informarlos personalmente y positivamente de nuestras novedades, de nuestras ganas de hacer cosas, “renovando” siempre nuestro posicionamiento personal. Tender ‘redes de confianza’ es, incluso, muy grato: ¡es una actividad social humana fundamental!

Un punto importante: no hay

contacto chico. Uno no establece confianza solo con quienes son importantes o poderosos por el hecho de serlo. Mucha gente comete el error de hacer sus listas de contactos incluyendo solo a quienes ostentan altos cargos o lideran empresas, dejando de lado a pares o subordinados, que son quienes, por lo general, mejor nos reciben, más afecto nos brindan y hasta mejores datos de oportunidades escondidas nos terminan dando.

La clave para tener redes de confianza exitosas es no esperar a tenderlas solo cuando las necesitamos. La red se hace solita si uno da de sí: radica en nuestra capacidad de dar. Si no damos, si solo esperamos recibir o solo pensamos en pedir algo, entonces no se establece la confianza y, por ende, la

red no se construye. Nuestra vida diaria está llena de oportunidades para tender redes y mantenernos siempre activos y vinculados: congresos, seminarios, asociaciones de padres de familia, gremiales, reuniones sociales, de trabajo, etc.

Todo momento que brinda la oportunidad de interactuar con gente conocida o de conocer a nuevos amigos es un momento valioso. No lo desaproveche. A la gente le gusta ayudar, y es justo en esos momentos donde más se ve de qué madera estamos hechos. ¡Y ahora nos toca ayudar a José y a todos quienes hoy nos necesitan y confían en nosotros para reconstruir sus vidas! ■

* Presidenta de DBM Perú y DBM Chile.