

BREADBOX

PAN HECHO DE BARRIO

HISTORIA

Para crear un ambiente más seguro y disfrutable para clientes y vecinos, Breadbox promovió un evento cultural para fomentar el uso del espacio público y la convivencia e impulsó intervenciones de urbanismo táctico. El ingrediente clave: asumir que la empresa también está llamada a construir comunidad.

22 / 10 / 2020

TIPO DE BUENA PRÁCTICA Compromiso Social, Liderazgo Humanista	4 IDEAS CLAVE
TIEMPO DE LECTURA 12 minutos	01. El propósito debe aterrizar a programas claros y medibles que involucren a todos los niveles de la organización.
	02. Revitalizar las zonas públicas cercanas a un negocio o zona comercial mejora la afluencia de clientes y disminuye la inseguridad.
	03. Los negocios pueden ser líderes sociales en sus comunidades en su carácter de vecinos, creando relaciones de confianza y colaboración.
	04. Informarse sobre servicios y recursos públicos disponibles y cómo gestionarlos puede mejorar las condiciones de zonas comerciales y residenciales.

Una noche de jueves, Rocío Herrera salía de otra larga jornada de oficina y se dirigía al lugar que, aún con el cansancio, la hacía feliz: la panadería que estaba iniciando junto a una socia.

A la hora que llegaba a la panadería ya no había nadie, pero no le importaba trabajar de noche porque quería sacar el negocio adelante. Nunca imaginó que al abrir la puerta se encontraría con el barril de una pistola apuntando hacia ella.

El sentido de paz que había cultivado en una casona de la Av. Hidalgo se derrumbó en medio de aquel asalto. Además de su celular y 400 pesos, el ladrón “se llevó también mi dignidad, mi seguridad, mi todo”, relata.

Le había costado mucho empezar a generar esa paz. Tenía varios años trabajando en en la industria acerera y había logrado un puesto que le garantizaba buen sueldo, excelentes prestaciones y un auto último modelo, pero no tenía tiempo ni energía para nada más.

Apenas llegaba de la oficina y caía dormida. Cada que podía ver a sus amigos, le repetían lo preocupados que estaban por su salud. Uno de ellos, Daniel, compartía su pasión por la cocina. Cuando encontraba un poco de tiempo libre, experimentaban con recetas. Rocío, que en ese entonces era vegana, se retaba perfeccionando carnes que no podía probar, guiada sólo por el instinto.

Tiempo después, la madre de Daniel, la artista plástica Diamantina González, necesitaba apoyo en una idea de negocio ligada a la cocina y que requería de

conocimientos en líneas de producción. Él supo a quien llamar.



LA PANADERÍA INSOSPECHADA

La sociedad entre “Diama” y “Chío” (como las conocen sus amigos y en la comunidad) no comenzó con la idea de una panadería, pero el plan original de producir un panqué de vainilla congelado para venderlo en supermercados, no funcionó.

Aunque nunca pensaron montar un negocio de servicio directo, las cosas se fueron dando con naturalidad: les llegaban órdenes de pan de mesa y después de pan dulce. Para acompañar el pan, la gente empezó a pedir café.

Entonces comenzaron a vislumbrar posibilidades para el local: una casona histórica de 1901 ubicada en una de las avenidas más viejas de la ciudad y uno de sus barrios emblemáticos: La Purísima.

Esa casona siempre llenó los ojos de Diamantina, que tardó años en convencer a los antiguos dueños de venderla para poder habitarla y establecer su taller de pintura. Aunque cuando la adquirió, no podía imaginarse que se convertiría en una panadería, mucho menos en un corazón comunitario.

Al principio abrieron solo el frente de la casa, separando con un biombo el área de venta de la producción de pan. Pero la gente comenzó a llegar: al cabo de un tiempo ya estaban habilitando el jardín y comprando nuevas máquinas de café.

Breadbox seguía creciendo. Rocío continuaba en su trabajo de oficina, llegando a la panadería de noche a comenzar una nueva jornada, hasta que llegó un momento de claridad: no podía continuar dedicando su energía al acero si su corazón estaba en el pan que diariamente se horneaba en la Av. Hidalgo: “Cuando fui a firmar mi renuncia a Recursos Humanos, me temblaron las piernas. En serio dudé si había cometido un error”, recuerda.

La transición no fue sencilla, pero en 2016 llegó una suerte de “señal divina” que le indicó que todo iba a estar bien: el Blog del Gordo (un popular sitio de Facebook dedicado a recomendar comida) reseñó a Breadbox y la clientela comenzó a aumentar.

Aunado al recuerdo de aquél asalto, algunas personas le decían que dejara la incipiente empresa: ¿por qué cambiar un trabajo estable y bien pagado por un proyecto riesgoso en una zona peligrosa de la ciudad?

Además de la inseguridad que sentía, Rocío veía constantemente como sus clientes sufrían desde cristalazos en sus autos hasta inundaciones en la calle. Pero aún así, regresaban.

Tenía claro que le había costado tomar la decisión de apostar a Breadbox sin ataduras. Que el tiempo, cariño y voluntad que Diama y ella habían puesto en su panadería, valían: “Yo no iba a dejar de hacer lo que me gusta porque la ciudad era peligrosa. No iba a dejar mi sueño”.



“Cuando empezamos, algunas personas nos dijeron que sólo estábamos haciendo estos cambios para tener una mejor fachada frente al negocio. Pero, ¿no es mejor para todos que un lugar sea más seguro y bonito? Para los clientes, para los vecinos, para otros negocios”

—ROCÍO HERRERA
SOCIA DE BREADBOX

DE LA PUERTA HACIA AFUERA

El barrio de La Purísima toma su nombre de un templo católico de finales del Siglo XVII, ubicado a la orilla del entonces Camino Real que unía a Monterrey con Saltillo, y que a la vuelta de los siglos se convertiría en la avenida Hidalgo.

El templo tuvo una segunda versión de estilo neoclásico que terminó su construcción en 1862 y fue demolida en 1939 para dar lugar a la creación de un hito arquitectónico en México: la primera construcción religiosa de corte moderno en el país.

La obra del Arquitecto Enrique de la Mora Palomar obtuvo el Premio Nacional de Arquitectura en 1946 no solo por su moderno diseño de parábolas que cambiaron el paisaje urbano de Monterrey, sino por el uso innovador de estructuras de cascarones de concreto.

Al ocupar la casona construida en 1901, Breadbox se convertía en parte de la historia del tradicional barrio, pero también vivía sus problemas contemporáneos, como inseguridad, calles sucias y espacios públicos olvidados.

Ambas empresarias tenían claro que el negocio también existía de la puerta hacia afuera: como parte de una comunidad, y como tal, debía participar en su mejora, aunque no tenían del todo claro el cómo.

Comenzaron por la acción más sencilla: darle diariamente un “cariñito” a la banqueta al barrerla para mantenerla limpia y libre de obstáculos.

Tener la actitud y voluntad de mejorar la comunidad era apenas el primer paso. Un problema cada vez más evidente era la falta de información: ni vecinos ni empresarios sabían qué servicios y cómo se podían solicitar al municipio.

“A veces sabes que hace falta una luminaria, pero nadie quiere hacer la gestión para conseguirla. Y el municipio puede tener los recursos, pero no tiene ojos en todas partes, hay que acercarse”, dice Rocío.

Mediante un programa de mejoramiento urbano del Instituto Municipal de Planeación Urbana de Monterrey (IMPLAN), aprendieron que se podían solicitar al gobierno local apoyos como arbolado, desazolve de alcantarillas para evitar inundaciones y colocación de señalética.

Las mejoras comenzaban a darse de a poco, pero pronto descubrirían la quintaesencia de la vida en comunidad: no estaban solas.



LEVAR UN PEDACITO DE CIUDAD

Una ventaja de un barrio histórico es la diversidad de actores que convergen ahí. En un radio de un kilómetro, coinciden con Breadbox, la Universidad Regiomontana (U-ERRE), el Instituto de Relaciones Culturales, La Banqueta se Respeta (principal ONG pro peatones en Monterrey), el Despacho de Abogados O’Farrill, El Gran Laszlo Loszla (restaurante) y la Casa del Libro de la UANL, por mencionar algunos vecinos.

Al conectar con esta variedad de actores, Breadbox logró ser parte de dos esfuerzos de mejora comunitaria: la creación del Corredor Cultural Hidalgo (un evento para recuperar espacios públicos y generar convivencia a través del arte y actividades colectivas) e intervenciones de urbanismo táctico para mejorar la calle y comenzar a crear un parque de bolsillo en un pequeño espacio arbolado frente a la panadería.

Diamantina es artista plástica; Rocío estudió música un tiempo y conoce esta escena en la ciudad. Cuando charlaron con la Directora del Instituto de Relaciones Culturales, surgió la idea de apropiarse del espacio público a través del arte para crear convivencia y disuadir posibles delitos.

La primera edición del Corredor Cultural Hidalgo, en colaboración con la U-ERRE, llenó la calle de vida: hubo muralistas; tablao flamenco y hasta clases de yoga.

Se corrió la voz y pronto estaba participando el Instituto de Relaciones Culturales a través de donativos, la U-ERRE contribuyó con voluntariado de alumnos de preparatoria y profesional y Cemex lanzó su campaña de Misión Cero para evitar incidentes viales.

El municipio de Monterrey, con el que al principio la relación había sido administrativa y un tanto lejana, comenzó a involucrarse una vez que notó que la activación comunitaria era constante. Eventualmente, aportó desde servicios públicos para limpiar el área a intervenir hasta una invitación a Rocío para ser parte del Comité de Prevención del Delito de Monterrey.

El Urbanismo Táctico, de acuerdo al Laboratorio para la Ciudad de la CDMX, es “el que se piensa y despliega a nivel de calle. El espacio en donde se construyen pequeños encuentros, acciones y colisiones entre necesidades, intereses y deseos”.

La conexión entre Breadbox, la U-ERRE y las ONGs La Banqueta Se Respeta y Ando en Bici permitió diseñar un plan conjunto de intervención de urbanismo táctico.

Partieron por lo básico: leer el reglamento de tránsito e identificar qué normas no se estaban respetando a favor de los peatones. Por ejemplo, se logró pintar ochavos de colores para permitir un cruce más seguro a los peatones (sobre todo a niñas y niños que se trasladan a las escuelas aledañas), así como remover parquímetros en esquinas que bloqueaban la visibilidad al momento de cruzar la calle.

La intervención fue creciendo para ganar terreno a favor de las personas: los coloridos ochavos evitaban que los autos

se estacionaran en doble fila. “Esas de la panadería ya no dejan estacionarse”, decían entre dientes algunos conductores que solían ignorar el reglamento.

Mientras tanto, el espacio abandonado frente a Breadbox se fue poblando de macetas y bancas. Lo que antes era un islote con árboles perdidos atrajo de nuevo a quien quería descansar del sol por un rato o simplemente conversar debajo de un árbol, pan y café en mano.



“Breadbox es un caso extraordinario, lo poco que se ve de mejoramiento en el espacio público en la zona, ha sido a raíz de ellas y ha implicado un trabajo enorme. Tienen claro que la comunidad se trata de hacer redes, que las cosas no avanzan igual si las hacemos solos”

— JULIA NEIRA

DIRECTORA DE GESTIÓN DEL ENTORNO
DEL DISTRITO PURÍSIMA ALAMEDA

LOS RESULTADOS

Los esfuerzos comunitarios de Rocío y Diamantina se tradujeron en un mayor flujo de clientes y en buenos efectos económicos. “Cuando empezamos, algunas personas nos dijeron que sólo estábamos haciendo estos cambios para tener una mejor fachada frente al negocio.

Pero, ¿no es mejor para todos que un lugar sea más seguro y bonito? Para los clientes, para los vecinos, para otros negocios.”, comenta Rocío.

La urbanista Julia Neira, Directora de Gestión del Entorno del Distrito Purísima Alameda, considera que “el mejoramiento público puede generar un derrame económico: en particular, la peatonalización de calles aledañas incrementa en promedio las ventas de los negocios”. Un ejemplo conocido en Monterrey es la Avenida Morelos en el centro de la ciudad, que ha incentivado la dinámica entre espacios peatonales y fomento al comercio por décadas.

Estas acciones, además, ayudan a formar un núcleo de negocios y cultura, además de construir relaciones de confianza.

Neira considera que “Breadbox es un caso extraordinario, lo poco que se ve de mejoramiento en el espacio público en la zona, ha sido a raíz de ellas y ha implicado un trabajo enorme. Tienen claro que la comunidad se trata de hacer redes, que las cosas no avanzan igual si las hacemos solos”.

Más allá del beneficio económico, considera la urbanista, Breadbox hace parte de su propósito como empresa construir comunidad desde un espíritu de colaboración: “No es casualidad que a Chío y Diama se les conozca primero como vecinas, antes que como empresarias o comerciantes”, señala.

Este espíritu comunitario se vive en el espacio físico de Breadbox: siempre han prestado su área de restaurante y jardín para organizar juntas vecinales o reuniones de

organizaciones de la sociedad civil de causas diversas, hasta para guardar mochilas e instrumentos musicales cada que hay un nuevo evento cultural en la calle.

Para Rocío Herrera, el reto está en cambiar el chip ciudadano de considerar que “no me afecta” lo que pasa en mi barrio, que en el fondo, es entender que la mejora de lo público impacta positivamente a todas las personas y negocios.

La empresaria se detiene un momento y piensa en los árboles que han sembrado enfrente a la panadería: “la sombra de esos árboles quiero que la disfruten mis sobrinos que hoy son niños. Que en quince años puedan venir a disfrutar lo que sembramos hoy”. Sembrar en el espacio que es de todos.

En plena pandemia, Breadbox ha logrado abrir su segunda sucursal, ubicada en un conocido centro comercial de Monterrey. Aunque hay venta al público, el patio de la casona de Hidalgo permanece en silencio, esperando el momento en que pueda llenarse nuevamente del rumor de comensales, de olor a pan recién horneado y humo de café. Ese momento en que vuelva a vibrar la vida en comunidad.



La Iniciativa Capitalismo Social del Centro Eugenio Garza Sada se dedica a impulsar esta corriente de pensamiento para detonar reflexiones e inspirar compromisos hacia un modelo que contribuya al bien común y genere desarrollo económico.

Se basa en el legado histórico de liderazgo humanista del empresariado regiomontano, expresado en los principios de Libre Emprendimiento, Dignidad Humana y Compromiso social.

La Iniciativa comprende cuatro ejes de trabajo: investigar buenas prácticas de impacto social desde la empresa y de la percepción social del sector privado; desarrollar contenidos de alto impacto sobre el capitalismo social; capacitar una nueva generación de empresarios sociales y divulgar a través de medios masivos, digitales y espacios de encuentro.