

¿Actor o espectador? Usted decide



Dr. Norberto Loizeau
Promoted Group

consejo

Profesional de Ciencias
Económicas de la Ciudad
Autónoma de Buenos Aires

Fuente: Revista Consejo Año IV – Nº 21 – Marzo 2012 – ISSN 1851-6610



Cualquier película destacada requiere de cientos o miles de personas trabajando detrás de ella (actores, cámaras, directores, postproductores, etc.) y cientos de miles o millones de personas que se sientan del otro lado de la pantalla para ver qué es lo que hicieron los primeros.

De eso se trata emprender. Se trata de estar del lado de la pantalla y no del lado de las butacas con el pochoclo y la gaseosa en la mano. Lo primero que puedo decirles es que hacer la película es más difícil que sentarse en la butaca plácidamente. La pregunta del millón es: ¿cuál es la gratificación?

En 1992 me recibí en la Universidad Católica de Contador Público Nacional y Licenciado en Administración. Me matriculé en el Consejo poco tiempo después y abrí un estudio contable (como seguramente muchos de los lectores de esta revista). Durante cinco años asesoré a clientes como contador y me sentí muchas veces sentado en el cine con los pochoclos (aun cuando reconozco al profesional independiente como un micro emprendedor).

Por entonces, la palabra “emprendedor” no existía. O se usaba muy poco. Incluso entre mis compañeros universitarios ni siquiera estaba bien vista o de moda, como hoy. Así que decidí que era tiempo de dedicarme a la “actuación”.

Luego de dos fracasos rotundos, que no vienen a cuento pero es bueno mencionar que tuve que pasar por ellos, en 1999 fundé Promored. Comenzó siendo un portal de cupones de descuentos en Internet (www.promored.com) y tras la crisis del Nasdaq se reconvirtió en agencia de marketing promocional. Hoy Promored está presente en 11 países, trabaja para clientes como Pepsico, Kraft, Procter & Gamble, LG, Philip Morris, Shell y otros, y es una de las agencias de promociones más grandes de la región, con 200 empleados.

En 2007 vi una interesante oportunidad en el mercado destinado a las niñas. ¿Por qué no pensar en un espacio para chicas de 2 a 12 años, donde pudiesen tener su moda, su espacio de diversión y su lugar de cumpleaños? Entonces le propuse a Mattel crear el primer Barbie Store del mundo. Y, contra muchos pronósticos, Mattel aceptó y poco más tarde Buenos Aires fue la primera ciudad en tener su propio Barbie Store. Hoy la tienda está presente en cuatro países y creciendo con franquicias dentro y fuera de la Argentina.

Hace poco más de 8 meses creé una nueva compañía: CienPies Contenidos. Seguramente los lectores conocen muchas grandes y exitosas productoras de TV en la Argentina y en la región. Pero...¿cuántas productoras exitosas de contenidos para niños hay? Ninguna. Y algunas pocas producen sólo localmente. Con esa idea de producir contenidos localmente con el objetivo de ser exportados al mundo, nació este nuevo emprendimiento.

Hoy estamos trabajando en muchos proyectos, entre los que se destacan una obra de teatro para mitad de B×PFOFM.FUSPQPMJUBOZFMQSPHSBNB ZTV, un canal de última generación con 12 horas de programación semanal en la pantalla de Telefe.

Mi objetivo con esta columna es invitarlos a emprender. A salir de la zona de confort de la sala y estar entre los cientos o miles de personas que hacen la película. Todo estará en contra de uno: las crisis económicas, las leyes, los gobiernos, los clientes, los

empleados, los proveedores y hasta incluso la familia. Pero les aseguro que todos esos son “piedras” que tienen un camino para sortearlas e incluso ponerlas del lado de uno. ¿Saben cuál es el mayor problema al emprender? Nosotros mismos. El resto son sensacionales excusas que buscamos para no hacerlo. Estamos muy cómodos sentados en las butacas, pero siempre decimos: cómo me gustaría ser como tal actor o tal actriz. Y en definitiva esa es la mayor gratificación: ser lo que a la mayoría de las personas les gustaría ser. Pues... ¡Manos a la obra! ¡A emprender!

