

ALGUIEN QUE SUPO ESTAR DESDE EL MINUTO CERO

Reportaje a una de las tantas personas que han ido haciendo este camino, que ya hoy es una gran autopista, del mercado saludable.

TS: Cómo siempre Helio, empezamos desde el principio. ¿Vos eras un profesional del marketing en general, no?

También, desde el principio, quiero comenzar agradeciendo la oportunidad de la presente entrevista. Gracias Luis. Ahora te contesto: más que marketing general, mi inicio fue en el marketing de la salud. Trabajé en empresas farmacéuticas internacionales.

TS: ¿Y cómo fue ese tiempo y dónde?

Fue como capacitador de marketing. Mi función siempre fue adaptar los conceptos de marketing a la venta. (Con eso, desarrollé poder de síntesis y de practicidad). Fue en Brasil (empresas como Boehringer, Hoechst, Merck) y luego en Argentina (Boehringer y Schering).

TS: ¿Cómo llegaste a la alimentación saludable o al camino complementario, que explotaba allá por mediados y fines del 80?

Haciendo memoria, mi iniciación fue con la macrobiótica, en Brasil. Años después, en Argentina, fui cliente frecuente de La Esquina de las Flores, casa que estuvo entre las precursoras de la movida saludable en Buenos Aires. Siguiendo por ese buen camino, conocí a mi esposa (vegetariana desde joven). Con Viviana tuvimos varias dietéticas, por tal beneficioso motivo, conozco ambos lados del mostrador. Nobleza obliga, mi esposa fue también mi maestra en comer sano todos los días. Compañera de ruta saludable.

TS: Conocemos tus sugerencias y tus análisis del mercado dietético, cuando nadie hacía análisis de marketing, te veíamos y leíamos en la columna que todavía tenés en Convivir, nuestros colegas. ¿Cuál era tu idea en ese momento?

Soy un optimista crónico. Mi idea era que, en algún momento, la gente cambiaría su alimentación, su cultura ali-

mentaria. Porque, alimentación es cultura. El cambio cultural es lento, no da saltos como la rana. De manera que mis notas, más que notas de marketing, eran mensajes de aliento a las dietéticas. Siempre, con humildad y optimismo, transmitía lo que aprendía. Las teorías vienen de la práctica, del ombligo en el mostrador.

TS: También y al mismo tiempo avanzaste con tu proyecto de productos saludables ¿Cómo fue ese proceso?

Para contestar, me amparo en los postulados de Bert Hellinger (creador de Constelaciones Familiares). Tanto yo, como así mi esposa, tenemos los ancestros que fundaron empresas (Pymes familiares). La cultura familiar es de emprendedorismo. En Argentina es muy fácil crear una empresa, pero muy difícil hacer que sobreviva. Hay muchas piedras en el camino y uno va tropezando. El contexto no es favorable. Requiere aplicar mucha estrategia.

TS: ¿Se puede saber cuál fue tu estrategia?

Para GURFI, apliqué un esquema estratégico que yo elaboré (para mí), pero con el ojo en los grandes del marketing, como Ries y Trout. La denominé: **7 pasos para una estrategia**.

Tales 7 pasos son: ●Objetivo principal (económico) ●Foco ●Diferenciación ●Imagen (que exprese el concepto) ●Canal ●Marca. Sin marca no se puede hacer marketing.

Ya para el lanzamiento de SAMURAI, adopté el **Modelo de Negocio CANVAS**, que es lo más moderno que hay. Son 9 pasos, los cuales recomiendo golear (Vale más que relatar yo aquí los pasos). Busquen por **Modelo de Negocio CANVAS**. Incluso hay tutoriales.

TS: ¿Y cómo fue el resultado al aplicar el Modelo CANVAS?

Sin exagerar, pero también sin falsa modestia, fue mi coronación como profesional del marketing. Los números de



SAMURAI cantan el éxito. Uno de los productos con el mejor lanzamiento en el mercado argentino. Hoy, el producto está muy bien administrado por la familia de mi esposa.

TS: ¿Tenés algún video, tuyo, sobre marketing?

Tengo. Si buscan en YouTube, publiqué dos podcast con el título de **CURIOSIDADES DEL MARKETING**, contando la genialidad del autor más importante del marketing (que no era hombre de marketing). Les dejo uno de los links: <https://youtu.be/QnyFsODA9yk> También, en el mismo canal, tengo seis videos específicos para dietéticas: <https://www.youtube.com/@helioperotto>

TS: Recordemos ese largo derrotero que tenemos los emprendedores, en las exposiciones y ferias en donde nos invitaron y te teníamos a veces de vecino. ¿Qué te dejó ese derrotero?

Fue de mucho trabajo, con pasión y emoción. Me dejó (y allí dejé) los mejores años de mi vida. Había ferias nocturnas que, pasada la medianoche junto a mi esposa, volvíamos con alegría. Por el sabor del éxito, de constatar que estábamos en el camino acertado. Alegría, principalmente, porque, para un descendiente de inmigrantes trabajar no es sufrimiento, trabajar, en sí mismo ya es un entretenimiento. La bien llamada cultura del trabajo.

TS: Siempre nos pasa que al mirar atrás quedaron más allá de varios caminos, propuestas, ideas, prueba y error... ¿Qué quedó de toda esa experiencia acumulada?

La expresión "experiencia acumulada"

viene bien al caso. Aprendí mucho. No todo fue con éxito, en materia de lanzamiento de productos, tuve varios fracasos. Aprendí que es necesario tener prudencia y templanza. No siempre la tuve, para ser sincero, porque aquí, Luis, vos me estás entrevistando porque me consideras transparente y sincero. No fui campeón en todo (parodiando el poeta portugués Fernando Pessoa).

TS: ¿Qué mensaje podés decirnos para el devenir, para aquellos que están emprendiendo o están por emprender en este sector?

Que apliquen **OPTIMISMO CON PRUDENCIA**. Que hagan buen estudio de mercado (antes de alquilar), que visiten dietéticas, que hagan preguntas. Pero que no pregunten solamente lo que quieren escuchar. La guía para un estudio previo de mercado, está en el libro que publiqué.

TS: ¿También eres autor?

Sí. Escribí un libro, sobre **MARKETING PARA PRODUCTOS NATURALES**. Y pacté entregar a **TODO SALUD**, diez ejemplares para sorteo entre tus lectores.

TS: Antes los almacenes naturales y dietéticas, tenían como nombre la calle donde se instalaban. Hoy no podemos saber qué cantidad hay, por la cantidad de aperturas que hay mes tras mes. ¿Hacia dónde va el mercado?

Con la mano en el corazón, es momento para levantar el pie del acelerador. Esperar hasta que aclare, y mire que soy un optimista crónico.

TS: ¿Que reflexión o reflexiones querés decirnos Helio?

Tengo muchas reflexiones, porque **SON AÑOS**. Voy resumiendo diciendo que tengo **DEUDAS DE GRATITUD** para con el mercado (dietéticas, distribuidores, usuarios y usuarias) y para con el periodismo natural, que siempre me abrió sus páginas. Tu periódico está moderno, bonito, obra de arte, publicando temas pertinentes. Felicitaciones Luis.

TS: Si tuvieras que hacer un cierre de nota ¿Cuál sería tu conclusión?

Dejo una conclusión inconclusa. Porque el canal, el mercado natural, no es estático, se mueve, evoluciona, crea nuevos productos, presenta nuevas soluciones para la calidad de vida. Es un gusto estar en ese ámbito. Y reitero agradecimientos.

· Mi cierre es un **MUCHAS GRACIAS**.

Reportaje a cargo de Luis Gómez (Editor) y Alejo Oliver (Equipo de Redacción)

Lic. Helio Perotto
helioperotto@gmail.com

@gurfi_fibras

<https://gurfi.shop/>

+54 9 11 6274-6315

NUEVA SECCIÓN EN TodoSalud

GÓNDOLA SALUDABLE

Para Empresas - Distribuidores

Emprendedores - Bienestar

Enviar solicitud de publicación a:

info@todosaludonline.com.ar

+54 9 11 4939-3999