

Biografías no autorizadas: libros a la medida.

La crisis de 2001 en Argentina se convirtió en una oportunidad para Eduardo Zemborain, socio de un importante estudio de arquitectura en Buenos Aires. Eduardo intuía que su existencia debía dar un giro. El trabajo profesional disminuía, en tanto, se acercaba el cumpleaños número 40 de su esposa Vicky. Él quería que este momento quedara en el recuerdo, como algo único e irrepetible. Creó entonces un regalo fuera de lo común que cambiaría su vida laboral y la de su familia. En una noche de celebración, nació My Special Book o "Libros a medida para ediciones privadas", que apuntó desde sus orígenes al mercado de lujo. Hoy es un producto argentino de exportación y un próspero negocio extendido a Nueva York, Miami, Santiago, Londres, Madrid, Ámsterdam y París.



Notas:

El “primer libro especial para una persona especial”, surgió de la idea de sorprender a su esposa. En una lujosa edición encuadernada, con el nombre y el retrato de Vicky, Zemborain rescató la “biografía no autorizada” de ella. ¿Cómo lo hizo? A partir de los recuerdos de quiénes la conocieron a lo largo de su vida.

Esta idea surgió justamente en esta época, acercándose el cumpleaños de su mujer en el año 2002. El regalo fue muy impactante. Una amiga de la familia quiso saber durante el cumpleaños, qué empresa lo hacía. En ese instante, Eduardo supo que había generado un nuevo negocio y le dijo decididamente: “Yo tengo una empresa que hace esto”.

Así fue como tuvo su primera cliente. La historia era del hijo de la amiga que se fue de mochilero a Europa e hizo pareja con una joven alemana. Su madre que lo extrañaba muchísimo dijo: “Yo quiero que mi nieto sepa de dónde viene su padre”.

My Special Book ingresa desde el principio en un segmento que consume productos de lujo, cuyo

encanto reside en “la exclusividad y la originalidad”. El nicho de clientes se definió desde un principio: personas de mucho dinero, con capacidad para invertir en un obsequio sofisticado. Por eso su costo es comparable con el de una fiesta importante, con el de una joya, una obra de arte, o un auto”, dice su fundador.

Hoy, es una empresa con 10 empleados, que lleva editados más de 250 títulos en cinco idiomas. El 20% de sus ventas las realizan en el exterior, a países de la Unión Europea, Estados Unidos y otros de Latinoamérica, como Chile y Paraguay. Los valores de las producciones oscilan entre los US\$ 3.000 y los US\$ 50.000.

Cómo funciona

Para cada libro se organiza un equipo de diez personas que, durante dos meses, trabaja con estricta confidencialidad. Ellos reúnen recuerdos, fotos familiares, recortes periodísticos, cartas, postales, poemas. Una tarea que exige tanto saber



técnico como sensibilidad.

“Parte del desafío es lograr empatía con los clientes, conseguir que se relajen y nos cuenten sus historias”, explica Vicky. Gustos, historia y estética del homenajeado se traducen en la parte gráfica y en los relatos de cada edición.

Por otro lado, este equipo ofrece también a los clientes la posibilidad de armar libros sobre eventos en particular, viajes y aventuras, colecciones, biografías familiares y cosas que apasionen al homenajeado.

La familia de Zemborain es gente con fuertes contactos comerciales y un gran capital intelectual, lo que le ha permitido exportar su producto a diferentes países.

Su cuñada Carolina Randle, licenciada en Letras, se ocupa de los textos, y su hermano Juan, también arquitecto, del diseño. Vicky se ocupa del área comercial. Eduardo está a cargo de la tarea directiva en tanto que Carolina Tobías Córdova ocupa la gerencia de proyectos.

Cuentan con un equipo de trabajo en expansión: cinco empleados en la oficina, ubicada en Lomas de San Isidro, Buenos Aires, y otros 20 funcionarios entre redactores, diseñadores, correctores y fotógrafos que trabajan free lance según los requerimientos del proyecto.

Han elaborado un exhaustivo manual de trabajo y una intranet y se han incorporado a una asociación norteamericana de biógrafos. Además, contrataron especialistas, entre los que se cuenta un experto en árboles genealógicos, y ya registraron la marca.

Los orígenes

Zemborain siempre estuvo interesado en la literatura. Era parte de un gran estudio de arquitectos que con la crisis de 2001, decidió alejarse de la profesión. En esa época muchos profesionales de la Argentina se fueron del país y otros decidieron quedarse y seguir apostando.

Los socios empezaron con un capital inicial de tan solo 10.000 dólares, poniendo ahorros propios, tiempo libre (en los inicios, cada uno conservaba su antiguo trabajo) y todo lo que pudiera ser de utilidad para la empresa. “Este es un producto hecho a la medida. Cada proyecto es único y tiene su presupuesto. La idea es poder venderles a las personas más ricas del planeta y cumplirle el sueño a cada individuo”, dice Vicky.

La última facturación anual de My Special Book fue de US\$ 300.000 y Eduardo Zemborain es en la actualidad el vicepresidente de la “Association of Personal Historians”. Este cargo es una distinción a un hombre que logró crear algo especial, original y exclusivo. Y, además, construyó prestigio y logró llegar al mercado que se propuso.

Cientes importantes:

Uno de los encargos más importantes que le han solicitado a la empresa, provino de una compañía multinacional. El departamento para la región de América Latina, con sede en Miami, despedía a su presidente, y para festejarlo les pidieron un libro sobre la historia del directivo, cuyas ediciones distribuyeron entre los empleados de la firma.

Vínculos del Artículo:

DEUTSCH
<http://www.veintemundos.com/magazines/15-de/emprendedores/>

ENGLISH
<http://www.veintemundos.com/magazines/15-en/emprendedores/>

FRANÇAIS
<http://www.veintemundos.com/magazines/15-fr/emprendedores/>



¡ME ENCANTA EL ESPAÑOL!