

El empresario tras Madonna

Margarita Serrano

No está tras las bambalinas de un espectáculo masivo. No. A esa hora ya no se acerca al escenario. Ni siquiera lo mira: está en la galería, en los pasillos, en las luces, en el audio, en todo, pero siempre desde el público, resolviendo imperfecciones y cada vez más, nutriéndose de la fascinación que envuelve a la gente.

Y no se relaja hasta que sale el último espectador. Este ingeniero en marketing de 37 años no está tras bastidores, sino muy por delante del espectáculo: mucho tiempo atrás eligió este concierto de rock o este musical para los chilenos calculando su mentalidad, luego lo negoció, lo vendió y lo instaló en Santiago para que comenzara la función.

El mundo de la entretención se ha dado una vuelta de carnero en los últimos años en Chile. Y Francisco Goñi es el autor principal del cambio. Es el director para Chile de Time for Fun S.A., la productora que consiguió a Madonna, y que trajo ahora al Cirque du Soleil -150 personas por seis semanas en 55 funciones a las que acceden 140 mil espectadores-; la ópera Aída, que masificó el canto lírico en seis funciones con 15 mil personas; el musical Cats, el mismo de Nueva York y Londres; los conciertos de Robie Williams, donde llegaron más de 45 mil espectadores; el de Iron Maiden, con 28 mil y más tarde; Pearl Jam y Soda Stéreo, que en dos funciones superaron los 50 mil; y más, como las exhibiciones Bodies ¿la que visitaron más 280 mil? y Da Vinci, vista por 70 mil.

Trabajan puros jóvenes en esta oficina modesta, pero bien ubicada en Providencia. Al fondo está el jefe, que no para de hablar por teléfono. Es alto y un poco gordo para todo lo que se mueve. Es cálido y sencillo. Ha cultivado el bajo perfil. Ni siquiera tiene una foto con los Red Hot Chili Peppers, uno de los conciertos exitosos que hizo aquí.

-Nunca me saco fotos con los artistas- dice?. Yo estoy preocupado de que el nivel sea de primera categoría, algo a lo que en Chile no estamos acostumbrados.

Nació en 1971 en Viña del Mar. Su madre, Cleta Baeza, y su padre, Juan Pablo Goñi, se separaron cuando él y su hermano eran pequeños. Ella se volvió a casar con un inglés que trabajaba en el comercio en Chile ¿fue el primero en exportar locos a Japón?, Roy Schneider. "Él fue quien me crió y yo lo quiero mucho. Lo presento como mi papá."

Nacieron sus dos hermanos menores y la familia se fue a vivir a Londres. Francisco llegó a los 16 años y entró directamente a la enseñanza media en el Hertwood House College y luego estudió economía y contabilidad. Quería entrar en el mundo de los negocios.

-Me presenté en una compañía de seguros donde me recomendó Roy y después de recorrer toda la empresa, me dejaron en el sótano para que me encargara del correo y los despachos. Me indigné con Roy y le dije que yo quería ser un buen empresario y no un junior. Me contestó que para ser un buen empresario tenía que ser un buen junior. Fue la mejor capacitación que tuve.

A los 21 años volvió a Chile solo. Estudió marketing en la U. Diego Portales y trabajó en una discoteca, restaurante y pub de Bellavista que se llamó La Fábrica. La echó a andar Roy y a Francisco le gustó mucho esta experiencia de administrar la diversión de otros.

Allí duró un periodo y luego encontró un aviso en el diario para trabajar en una empresa que venía llegando a Chile: Ticketmaster, la pionera en venta de boletos electrónicos, donde llegó a ser gerente general.

-Yo sabía que eso era lo que quería. Cuando fui a conciertos de rock en Inglaterra o al béisbol en Estados Unidos, me di cuenta de que el público era un espectáculo aparte. La felicidad de esa gente, la emoción de sus caras, la locura, la alegría era tan mágica... Ese era el valor agregado que yo quería darle a mi trabajo. Y en esta empresa era posible profesionalizar la industria en Chile.

Ahí le tocó vender entradas, cortarlas, hablar con las autoridades, mostrarles cómo funcionaba este sistema computarizado que mejoraría los eventos. Le costó introducir ese concepto, pero lo logró. Le vendían boletos al fútbol y al tenis. A la Garra Blanca y al ATP Tour. Era 1998. Este fue el gran salto a la industria del espectáculo. El que profesionalizó y estructuró una industria amateur. Porque la gente notó una empresa detrás que respondía y, a su vez, empezaron a venir a Chile los grandes del espectáculos del Primer Mundo. En 1999 la venta de boletos por Ticketmaster fue de 244.226; en 2007 llegaron hasta 832.863. Así de rápido respondió el mercado chileno.

-Es en este tiempo, 1998, cuando se marca el primer espectáculo masivo profesional realizado en Chile, que mostraba cómo Ticketmaster había cambiado la industria. Ese fue el concierto de U2. Fue impactante. Y si a eso se le suma que en ese momento Chile le gana a Inglaterra en el Wembley Stadium de fútbol y que Bono sale al escenario con la camiseta de la Roja... La emoción colectiva que se juntó ahí fue tan alta que comprendí que despegábamos, porque ese público quiere volver a sentir aquello en otros conciertos, y los que no estaban, saben lo que pasó y quieren vivirlo.

Su próximo paso era ser director para Chile de CIE, una productora latinoamericana de los mismos dueños, que cuando se independizó de México, pasó a llamarse Time for Fun (T4F). Ahí se largó en la producción de espectáculos masivos.

-Ahí me preocupé de analizar al público chileno. Yo no lo puedo poner al nivel del argentino cuando se trata de entretenimiento. Por historia y estilo de vida, los argentinos son mucho mejores consumidores de entretención. En cambio el chileno es muy selectivo. No sale por salir. Prefiere quedarse en la casa. Gasta menos y por eso lo elige muy bien. Aquí los jóvenes, que son buenos para ir a conciertos, normalmente no trabajan como lo hacen en otras partes del mundo, por lo tanto la plata sale de un solo bolsillo.

Este hombre, que sueña con hacer un teatro como en Broadway? "¿Te imaginas montar aquí El fantasma de la ópera?" tiene una premisa muy concreta (y el mayor de los lugares comunes): el cliente siempre tiene la razón. Y le ha dado resultado.

-Cuando vi todo lo que había que hacer en Chile, dije esto es para mí: desarrollar, crear, desplegar esta industria. Una vez que el espectáculo está contratado, no pienso más en eso. Sólo pienso en el valor agregado que se le puede dar al consumidor para que estén constantemente pidiendo más show.

Francisco Goñi es consejero del Círculo de Marketing de ICARE y hace unas semanas dio una conferencia a la que llamó "Industria de ilusiones que crea emociones". Frente a un público de empresarios y ejecutivos, fue demostrando a través de videos cómo se ha formado esta industria en Chile. Partiendo con el concierto de Rod Stewart en 1989, con los problemas de luces, de audio, de público que quedó afuera, hasta llegar al concierto de Pearl Jam, que

resultaba impecable. Todavía lo llaman para felicitarlo. Pero su último acierto ha sido lograr traer a Madonna por primera vez a Chile. Con toda su parafernalia a cuestas y las miles de caprichos que exige la diva. El corporativo de su compañía empezó a negociar esto hace mucho tiempo y él prepara el aterrizaje, en total silencio, desde abril pasado. Ahora sí Goñi puede hablar.

-No es que esto sea lo más importante de nuestra trayectoria. Esto confirma que cuando las cosas se hacen planificadas y estructuradas, cuando se busca estos niveles de eficiencia, los resultados llegan. Trabajamos mucho para conseguirlo, en forma tan confidencial como deben hacerlo las empresas que están en la bolsa. Así funciona esto. Y toda la estrategia es la que le dio finalmente la seguridad a Madonna para venir a Chile.

Pero Goñi no está eufórico como la prensa chilena. Ni siquiera cree que podrán ser dos los conciertos.

-¿Qué si estoy saltando en una pata porque se cumplió el sueño de traer a Madonna? No. Voy a estar eufórico cuando la organización salga perfecta y se retire el último espectador del Estadio Nacional, sintiendo que esto no se le olvidará mientras viva. Ahí podré saltar en una pata. (Sonríe).

Disponível em: <<http://www.emol.com>> Acesso em: 4/9/2008.

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.