

Boleto para ir al mundial lo inspira a emprender en grande



Desde niño, **Gerardo Sordo** anhelaba ir a un mundial de fútbol de la FIFA, pero no tenía el dinero para poder hacerlo, así que ideó un plan: pedirle una oportunidad a los medios que mandaban a sus colaboradores a coberturas.

El egresado de **Mercadotecnia** en el **Tec de Monterrey campus Santa Fe** recuerda el momento que les hacía su pregunta: *"¿Me puedo ir gratis con ustedes al mundial (de Sudáfrica 2010)?"*.

"Casi todos me dijeron que no", dice Gerardo sonriendo. En ese momento apenas era un estudiante y no sabía que ese sería su primer paso a ser reconocido años después como **"Emprendedor del año"** por su empresa **BrandMe**.

"Solo 2 medios dijeron que sí, pero era muy costoso, pero me pidieron que ideara un proyecto para hacerlo posible", señala Gerardo.

El joven, quien había participado en una asociación de videojuegos, tenía contacto con marcas como **Xbox**, así que se dedicó a tocar puertas con el reto que lo ayudaran a conseguir su **ansiado boleto al mundial**.



width="900" loading="lazy">

De los primeros *influencers* en México

De niño, su **sueño** era cubrir la posición que tenía su **ídolo**, el portero **Jorge Campos**. Al crecer, Gerardo elegiría estudiar **mercadotecnia**, dejando el fútbol en pausa hasta el **mundial de Sudáfrica**.

Su plan para ir era intercambiar contenido como **tuits**, **fotos** y **videos**. Sin embargo, en ese momento los **"influencers"** de Internet no tenían el peso comercial actual.

*"En 2010 no tenía dinero, así que pensé en vender a **medios de comunicación** un **proyecto**: que me **mandaran al mundial a generar contenido**. Como un influencer, pero en ese momento era raro todavía ese tema.*

*"Estaba todavía estudiando en el **Tec** (cuando) todo el tema de **redes sociales** y el **influencing marketing** no pintaba en el mundo", recuerda.*

Gana su boleto y la lección con 80 holandesas

Tras hacer un trato con un **medio** y luego de una **alianza comercial** con la **empresa** de microchips **AMD**, Gerardo consiguió el **boleto** para el mundial.

Ya en Sudáfrica recibiría una **lección** proveniente de **80 mujeres holandesas** y una **marca de cervezas**.

“Fui a ver el partido de **Países Bajos** contra **Dinamarca** y había 80 holandesas en vestidos con logos de la **cerveza Bavaria** echando relajo.

“**Budweiser** había **pagado millones de dólares** como patrocinador, y la **cerveza Bavaria**, con **80 holandesas**, había generado un **gran impacto** en el mundial”, recuerda Gerardo.

Fue entonces que decidió que crearía algo así en México, una **empresa** que usara ese tipo de **estrategia** generada mediante **"influencers"**.

El **mundial de futbol** de **Sudáfrica** terminaría. La selección española volvería a casa con la Copa del Mundo, pero **Gerardo** iba de vuelta a México con algo más valioso para él: la **idea** que **marcaría** el rumbo del **resto de su vida**.



width="900" loading="lazy">

Reconocido por su labor de emprendedor

Gerardo, hoy de **33 años**, fue galardonado a finales del 2021 con el premio **EY Entrepreneur of the Year**.

A inicios del mismo año, el Instituto Tecnológico de Massachusetts (**MIT**), una de las mejores universidades del mundo, lo reconoció dentro de su lista de **emprendedores latinoamericanos del año**, tras su segunda nominación en dicho premio.

También fue seleccionado en la categoría “**Emprendedor**” dentro del listado de **35 innovadores latinoamericanos menores de 35**.

En 2018 el empresario también fue parte de la selección de **Forbes** en su lista de “**30 promesas**”.

*“Tener un **negocio** es algo muy **gratificante**. Poder trabajar en diferentes industrias, un día con **Google** y otro con **Coca Cola**; es algo donde aprendes bastante y no es nada aburrido.*

“Además, las florecitas de ganar menciones y premios te ayuda con tu seguridad”, menciona entre risas.

“Me tocó remar solo y contra corriente contra los ideales de tener una carrera, venderte bien, que te contrate una empresa y ahí hacer una carrera”.

Los retos en su carrera

Gerardo recuerda algunos de los **momentos** más **retadores** de su carrera, como cuando 2 marcas se negaron a pagar por sus servicios y lo dejaron casi en la quiebra.

*“Cuando empezaba no tenía colmillo y hubo **agencias** que se **aprovecharon**. Yo fondeaba todo y trabajé con algunos futbolistas como influencers. Les pagué el 100%, pero **2 agencias no me pagaron**.*

*“Con los futbolistas sí quedé bien, no fue culpa de ellos, pero me quedé en ceros. Esa ocasión casi dije ‘bye’, pero eso te **enseña** a ver con quién **trabajar** y **preparar contratos** y todo el tema financiero”, señala Gerardo.*

A pesar de los **retos**, Gerardo sonríe cuando se le pregunta lo más **gratificante** de su **labor** como **emprendedor**.

Libertad creativa, libertad económica, el tiempo libre y hasta los **premios** recibidos, son algunos de los que menciona el mercadólogo.

Sus inicios: crea plataforma de enlace entre *influencers* y marcas

Gerardo en sus inicios fundó **“Ponme tu marca”**, donde pagaba a estudiantes por portar playeras publicitarias mientras iban a la escuela, hasta que evolucionó a un modelo en el que las marcas podían contratar diversos servicios **influencers**.

El joven ingresó a **Wayra**, una **organización** de la empresa “Telefónica”, que ayuda a **acelerar startups**, quienes aceleraría su empresa, ahora ya bajo el nombre de **BrandMe**.

*“Había mucho apoyo de Wayra, con medios de comunicación, relaciones públicas y a partir de ahí me invitaron a dar pláticas en universidades y en **COPARMEX**.*

“Te invitan a **contar tu historia** y a decir cómo lo has hecho”, recuerda el empresario, que señala que **Wayra** marcó un **antes y un después** en su empresa.

Conoce a personalidades, entre ellas, a su ídolo Jorge Campos

Hoy, el ecosistema de marketing **BrandMe** ha colaborado enlazando a marcas como **PepsiCo** y **Google**, entre otras, con personalidades como **Eugenio Derbez**, y **Yuya**, por mencionar algunos

“También tenemos un **algoritmo** para estudiar el estatus de los **influencers**, los **datos**, los **contenidos populares**.”

“Incluso rentamos este **software** a marcas como por ejemplo a **Coca Cola**”, esto con la intención de darles datos que permitan a las marcas tomar mejores **decisiones** en cuanto a qué **influencer** elegir para sus campañas.

Pero **BrandMe** no solo incluye a **famosos**, sino cualquiera que tenga una **red social**, ya que Gerardo encontró que las marcas buscan en ocasiones masivamente a varias cuentas para realizar algunas campañas.

Aún así, Gerardo ha tenido la oportunidad de trabajar con **personalidades destacadas** en diversas áreas e incluso recordar aquel **sueño** que tenía cuando era un **niño** que quería lanzarse para evitar que le anotaran goles.

“Hace algunos años estuvimos detrás de la campaña de **Google** de **Jorge Campos**”, menciona entre risas Gerardo.

Lo que viene en el futuro: seguir emprendiendo

Aquella idea que surgió de **querer ir al mundial** se convertiría en el **sueño de vida** de Gerardo quien asegura que su sueño es que **BrandMe** crezca por el mundo y poder continuar haciendo lo que hace.

“Que nos conozcan en todos lados. Que la gente nos ubiquen como a **Uber** y como a **Rappi** aunque no usen la plataforma”.

Gerardo recuerda que no era su primera opción. En ese entonces creía que al no venir de una **familia** de **empresarios** o tener montones de dinero, sería imposible crear una **plataforma tecnológica** como **Facebook**.

"Siempre lo vi casi como un tabú porque creía que se necesitaba de una familia con mucho dinero. Nunca nos faltó nada, pero no tenía una familia que me pudiera dar dinero para una empresa.

*"Me tocó **remar solo** y **contra corriente** contra los ideales de tener una carrera, venderte bien, que te contrate una empresa y ahí hacer una carrera. Ahora mi **sueño** es **seguir emprendiendo**", finaliza.*

LEE MÁS: