



LA PROTAGONISTA DE "CAFÉ CON AROMA DE MUJER" VIENE A CONTAR SU HISTORIA MÁS ALLÁ DE LA PANTALLA

La actriz y emprendedora colombiana Laura Londoño será la estrella de Made Inn Conce: "Tomé el camino más arduo"

Del 8 al 10 de abril se realizará en la capital del Biobío la cuarta edición de este festival de innovación, uno que busca conectar a la región con Medellín, ciudad de la que proviene a la fundadora de la marca Feroz. **MANUEL FERNÁNDEZ BOLVARÁN**

"Me parece lo máximo estar invitada a hablar en Made Inn Conce", dice con notorio entusiasmo Laura Londoño. Conocida a nivel internacional por protagonizar "Café con aroma de mujer", producción que fue un éxito en Netflix, la actriz colombiana será la invitada estelar de la cuarta versión de este festival que busca posicionar a la capital del Biobío como un polo de innovación con proyección internacional.

Su presencia obedece a dos factores. El primero es en su calidad de representante de su natal Medellín, que este año será la ciudad invitada al evento (ver recuadro). "Aunque llevo muchos años viviendo en Bogotá, creo que Medellín nos imprime una energía, una manera de afrontar las cosas. Genera un tipo de personas con temple, que abren caminos y con un carácter que nos hace como muy agueridos y veo que es algo que también sucede en Concepción", señala.

La segunda es que, además de su carrera actuarial, Londoño lleva varios años en el papel de emprendedora.

—¿Cuál es el mensaje que espera transmitir?

"Me gustaría hablar desde mi experiencia. Tengo un trabajo que es muy visible para las personas, pero es como la *puntita* del iceberg que logra salir del agua. Realmente, el grueso del trabajo es por

debajo del agua: todo lo que tú haces en un trabajo que va a perdurar debe tener conocimientos sólidos debajo, mucha insistencia, mucho agotamiento y mucho creer en ti. Porque cuando estás a punto de tirar la toalla, tienes que dar ese poquito más una y otra vez hasta ver la luz. En lo personal, muchas veces pensé en por qué no escuché a mis papás cuando me dijeron que no fuera actriz. ¿Cómo se me ocurre a mí tomar este camino? Pero ya que lo tomé, tengo que seguirlo trabajando".

—¿Cómo surgió el interés por tener su propia empresa?

"Cuando iba a salir del colegio no sabía muy bien qué estudiar. Me gusta el conocimiento, me gusta aprender. Y me gustaban las artes desde chiquita, pero también me encantaban las matemáticas y la física me fascinaba. Entonces temía que escoger una carrera significara dejar de lado tantas otras cosas que me interesaban. Eso me parecía injusto con las capacidades que tenemos todos como seres humanos. Vi en la actuación una forma de conocer muchas zonas; si hoy tengo un rol de abogada, pues me meto en los zapatos de un abogado y aprendo todo lo que pueda de leyes y las motivaciones dentro de ese mundo. Lo mismo sí después debo ser una policía. Entonces, con la actuación empecé a alimentar más esa curiosidad que siempre había tenido. Además, había dejado de ser como mal visto. Como mujer crecés oyendo que tienes que elegir entre ser bonita o ser inteligente. O entre tener una vida laboral exitosa o casarte y tener hijos. Como si no pudiéramos hacer todo al mismo tiempo. A mí me nació una rebeldía desde muy chiquita a todo eso y eso me ha motivado a aprender. Em-



aprendí mucho de esa historia, porque tuvo su lado triste; nos robaron la marca, nos estafaron. Y ahí sentí la necesidad de crear otra cosa, una marca que me permitiera seguir hablando de lo mismo pero desde otro lugar. Quizás ya no hablaría de los orgasmos femeninos, pero sí de ayudar a las mujeres a sentirse bien. Eso es Feroz, una marca de maquillaje y fragancias".

—Feroz comenzó en España y ahora llegó a Colombia y a Ecuador. ¿Por qué hizo un camino inverso al tradicional?

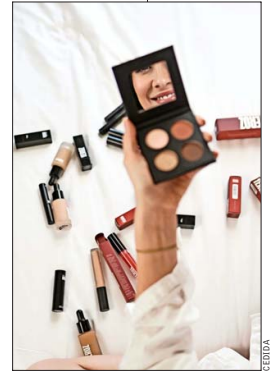
"No fue tan planeado, sino más por ir escuchando la vida y las situaciones que te va presentando. En el momento en que sale la marca, yo estaba en 'Café con aroma de mujer', que era absoluto furor en España, y eso permitió que el proyecto avanzara. De todos modos, me encantaría seguir creciendo en mercados. Me tomó un año y medio llegar a Colombia y tengo el plan de llegar a más países de Latinoamérica, incluido Chile".

—¿Cuál es la gran lección que le ha dejado Feroz?

"La paciencia. Uno ve el potencial que tiene una idea y quisiera que las cosas pasaran ahora ya y estar en 500 partes. Pero hay que respirar y volver a lo que te decía de hacer las cosas bien. Y construir unos cimientos sólidos y profundos en la tierra toma tiempo, ¿no?".

—Las actrices de fama suelen ser el rostro de marcas, pero no las dueñas. ¿Por qué optó por este camino?

"Tomé el camino más difícil, más arduo. Todavía no veo la remuneración económica que me habría dado ser parte de la campaña de otra empresa. En ese sentido, con Feroz todavía no estoy en la punta del iceberg; sigo abajo del agua, sin ver la luz y aguantando la respiración. Me pregunto muchas veces si cometí un error y debería salirme de ahí para subirme al iceberg del lado, que ya está enorme y gigante, y que fue construido por otros. Pero siento que mi trabajo es contar historias. Eso es lo que hago como actriz y lo que quiero hacer al crear una marca: que tenga unos valores y un mensaje contundente. En Feroz puedo contar historias que para mí son relevantes. Por eso no desisto: porque este es un proyecto a largo plazo y que tiene todo que ver conmigo. Estoy involucrada desde por qué hago un corrector de ojos más líquido que los que se encuentran en la mayoría del mercado, hasta el mensaje más profundo. Eso es mucho más satisfactorio".



La marca Feroz ya está en España, Colombia y Ecuador y su fundadora espera seguir avanzando por el resto de Latinoamérica.

ESTE AÑO LONDOÑO ESTRENARÁ LA TERCERA TEMPORADA DE "MANES" (AMAZON PRIME) Y ESTARÁ EN LA SERIE "LA HUÉSPED" (NETFLIX) Y "YO NO SOY MENDOZA", EL ÚLTIMO PROYECTO DEL FALLECIDO CREADOR DE "YO SOY BETTY, LA FEA" (SONY).



Aunque ya era conocida en Colombia, su carrera se internacionalizó con el papel de "La Gaviota", en "Café con aroma de mujer".

prender es una gran herramienta para que las mujeres nos sintamos capaces de manejar nuestra plata y tomar las riendas de nuestra vida".

—Su primer emprendimiento fue Al-most Virgin...

"Sí, era una marca de bienestar sexual. Fue un ejercicio muy lindo, que me abrió la puerta para hablar de temas que pues son tabú. Antes de comprarnos un producto, la gente nos preguntaba de todo: era muy evidente que era como un tema que necesitaba con urgencia ser hablado en un entorno seguro. Pero también

FESTIVAL CONTARÁ CON MÁS DE 100 EXPOSITORES Y TENDRÁ A MEDELLÍN COMO CIUDAD INVITADA

Desde hoy se podrán conseguir las entradas gratuitas a la cuarta edición de Made Inn Conce, un festival que ya se ha posicionado entre los grandes hits del año del ecosistema innovador nacional y que se realizará los días 8, 9 y 10 de abril en el Teatro del Biobío, con el apoyo de Corfo, Banco de Chile, BancoEstado, Entel, MKT Street e Innovación de "El Mercurio".

"El 12 de marzo vamos a anunciar la agenda definitiva, que va a congregarse a más de 100 expositores", destaca el impulsor de la iniciativa, Emilio

Hernández.

No es la única novedad: este año, por primera vez, Made Inn Conce tendrá una ciudad invitada. Se trata de la colombiana Medellín, que en 2013 fue galardonada como la urbe más innovadora del planeta. "Lo que buscamos con esto es ir contribuyendo a fortalecer los vínculos internacionales entre los ecosistemas de Latinoamérica", explica Hernández. Esto se alinea además con que Concepción, a fines de mayo, será sede de Prodem, un evento enfocado en los líderes de ecosistemas de innovación de la región.



Emilio Hernández, fundador de Made Inn Conce.