

- PORTADA
 - NACIONAL
 - ECONOMÍA/EMPRESA**
 - MUNDO
 - AGRO
 - DEPORTES
 - ESPECTÁCULOS
 - ESTILO
 - TECNOLOGÍA
 - SALUD
 - OPINIÓN
 - VIDEOS
 - INTERACTIVOS
 - ESPECIALES
 - SEISGRADOS
 - REMATES
 - PUBLICACIONES
 - BLOGS
 - OAPPS
- Añadir un tag...

Feedback

SIGNO DEL MES
Tauro
Inicia la semana con la luna opuesta a su signo y eso le exigirá más esfuerzo en todos los asuntos que requieran de su fuerza física. Como lo mejor será bajar un cambio, sustituya deportes y acciones que le estresan por actividades conectadas con la reflexión. En lo económico, jueves y viernes días de avance laboral y logros en inversiones.

+AMPLIAR

SERVICIOS

VERSIONES MÓVILES

CARTAS DE LECTORES

EL TIEMPO

FÚNEBRES

RESTAURANTES

HORÓSCOPO

SÍGANOS EN:

[f](#) [t](#) [in](#) [You Tube](#)

[Pinterest](#) [+1](#) 1.553

[YouTube](#) 999+

Nuestros canales en Twitter

[G+](#) [D+](#) [V+](#) [E+](#)

Suscríbete a nuestro RSS

ECONOMÍA/EMPRESAS - IMAGEN

Un consejero de moda en el bolsillo

Dos amigos con experiencia en el ámbito emprendedor se propusieron revolucionar el mundo de la moda, creando una aplicación para smartphones de alcance global que acerca a fashionistas con expertos en tendencias

+ Valentina Bianchi - 06.05.2015, 05:00 hs - ACTUALIZADO 07:59 Texto: -A / +



Nathan Schorr y Gabriel Roizner

La idea suena desafiante: revolucionar el mundo de la moda, ofreciéndole la posibilidad a personas comunes de tener un asistente de imagen en su bolso, cartera o bolsillo, disponible en cualquier momento del día. Además, el servicio debía ser de alcance global: cualquier persona debería poder contactar a su asesor siempre, aunque se encontrara a un océano de distancia. Tan estimulante resultaba ese planteamiento, que Gabriel Roizner (30) y Nathan Schorr (31) no pudieron evitar poner todo su esfuerzo para convertirlo en realidad.

Son los co-fundadores de Tizkka (www.tizkka.com), una aplicación para smartphones con sistema operativo iOS, en donde sus usuarios pueden recibir consejos de expertos en imagen y moda. Diariamente, la aplicación es utilizada por amantes de las tendencias en más de 30 países.

Más que sólo una aplicación

La palabra tiska en el idioma islandés significa moda. De una deformación de ese término nace Tizkka, el actual nombre de esta aplicación que comenzó llamándose Roupologia. Se trata de una plataforma que solamente está disponible para iPhone, y que se basa en la interacción entre individuos, que suben fotos de sus looks, y profesionales de la moda de todo el mundo (maquilladores, diseñadores, peinadores, asesores de imagen, entre otros), que realizan comentarios de lo que ven.

Esto convierte a TIZKKA en una red social que moviliza alta cantidad de comentarios. De hecho, no sólo los idóneos en moda pueden comentar; también los usuarios comunes están habilitados para añadir sugerencias a los looks de otros.

De la red social, a los negocios

Tizkka constituye una interesante oportunidad para marcas y empresarios del rubro moda. Las marcas pueden acceder a información sobre las preferencias de consumo de los usuarios de la aplicación. Esa información es de primera mano gracias a una base de datos exclusiva.

El segundo nicho de negocio que Roizner y Schorr encontraron es el de las marcas de moda que incluyen en Tizkka publicidad nativa –inserta, que no distorsiona la estética de la plataforma– agregándole a cada imagen etiquetas para que los potenciales consumidores tengan la posibilidad de comprar los artículos que ven en las fotos con un simple click.

“Cuando ampliamos nuestro modelo de negocio, partimos de la base de que veníamos registrando un alto número de visualizaciones de los looks subidos a Tizkka. Nos dimos cuenta de que si destinábamos un pequeño porcentaje de ese tráfico a publicidad, podíamos llegar a potenciar nuestro producto enormemente. Le ofrecemos a empresarios de la moda un camino para llegar a esos adeptos a las tendencias que sí están dispuestos a comprar; funcionamos como un filtro para ellos”, declaró Schorr.

La línea de partida y el impulso

Gabriel Roizner es ingeniero en Sistemas, especializado en Inteligencia artificial. Tras culminar sus estudios de posgrado en Francia, trabajó en diversas empresas fuera del Uruguay. Nathan Schorr nació en Estados Unidos, pero vino a vivir al Uruguay cuando niño. Culminó la carrera de Administración de empresas en la Universidad ORT. Ambos tienen un historial como emprendedores que los respaldó para iniciar un proyecto conjunto:

Antes de pensar en Tizkka, Schorr dirigió durante tres años blahsports.com, un sitio de contenidos sobre deportes. Esos contenidos eran aportados por los mismos usuarios de la web. Roizner, por su parte, fue el creador de KienVe, red social para audiencias de TV, la que funcionó durante aproximadamente un año y medio.

Dado que siempre habían tenido ganas de trabajar juntos, en setiembre de 2013 surge Roupologia, la versión inicial de la actual Tizkka. En enero de 2014, los socios se mudaron a San Pablo, Brasil, para lanzar el producto allí. Su éxito fue arrollador: en setiembre de 2014, Roupologia ya era la aplicación más descargada en la clasificación del App Store de Apple en Brasil. Pero hasta ese momento, la plataforma estaba solamente disponible en idioma portugués.

Posteriormente, concretaron el lanzamiento de su producto en idioma español, pero debieron cambiar de nombre, ya que Roupologia resultaba impronunciable para los hispanos y angloparlantes.

La aplicación se lanzó en castellano a fines de 2014, y desde ese momento hasta hoy, su crecimiento no se detiene. “Usuarios de diversos países del mundo usan nuestra aplicación cada mes; en cualquier país donde se hable español o portugués, TIZKKA se encuentra disponible”, afirma con orgullo Schorr.

Al mercado estadounidense

En abril de este año se trasladaron a Nueva York, Estados Unidos, con el claro objetivo de imponer Tizkka en ese mercado.

Están a escasos días de lanzar una versión totalmente renovada de la aplicación, con un nuevo diseño y esta vez, en idioma inglés.

“Estados Unidos es un país donde los productos de base tecnológica crecen muy rápidamente, y es un mercado en el que siempre estuvimos muy interesados, debido a su enorme potencial. Estamos muy entusiasmados con el lanzamiento de Tizkka aquí”, contó Schorr.

¿Qué tiene que tener un emprendedor?

Schorr asegura: “el emprendedor tiene que entender que los riesgos son inevitables al empezar. Cuando alguien inicia su propio emprendimiento y se arriesga para ir por todo, eso es una buena señal. Así son las reglas de juego: los riesgos son importantes.”

“Un emprendedor tiene que ser paciente. Si sos demasiado paciente, quizá no te puedas mover lo suficientemente rápido”, concluyó.

Hoy en día, nada detiene a los dos natos emprendedores en su afán de convertir su plataforma de moda en un impacto global.

COMPARTE ESTA NOTICIA

[Recomendar](#) [Enviarla por email](#)

[Imprímela](#)

[+1](#)

[Más Opciones](#)

INFORMAR UN ERROR EN LA NOTICIA

NOTICIAS RELACIONADAS

[Itaú Mowek: haciendo camino al andar](#)

35

Usuarios de esa cantidad de países utilizan Tizkka todos los días.

21 millones

Desde su surgimiento, esa es la cantidad de veces que los looks subidos a Tizkka fueron vistos.

La posición de Tizkka

El App Store de Apple (desde donde se pueden descargar todas las aplicaciones disponibles para iPhone) tiene su oferta organizada en categorías. Dentro de la categoría Lifestyle –estilo de vida–, Tizkka ha ocupado lugares de importancia en el ranking que Apple establece para todas las aplicaciones de su tienda. Por ejemplo, en Brasil, Tizkka llegó a ocupar el puesto número 1 durante setiembre de 2014. En Colombia y en Uruguay, llegó hasta el puesto 5. En Argentina alcanzó el lugar número 8, y en México, el número 29.

Resultados relacionados

by Kalooga



El papa da el primer paso para beatificar al arzobispo Jacinto Vera

Cavenaghi: “La comunión con todos mis compañeros es excelente”

Leandro brindó su versión: “me dijeron que no tenían plata para pagarme”

[Twitter](#) [Recomendar](#) [+1](#)