

DOTTO

M O D E L S

DESDE 1984



Betiana Wollenberg



Florencia Salvioni



Liz Solari



Ivana Sacconi

Mercado

El universo fashion mueve cifras astronómicas en todo el mundo. Las agencias de modelos forman parte de ese imperio: toda marca se promociona a través de campañas publicitarias y desfiles. En este esquema, las modelos son fundamentales. Dotto Models es una agencia cara, pero con excelentes resultados. Por eso los clientes no dudan en renovar sus contratos.

Logros

Durante más de dos décadas, Dotto Models fue imponiendo una manera personal de trabajar: los 365 días del año, algo impensado a mediados de los '80.

En 1988, a cuatro años de fundar la agencia en Buenos Aires, su creador, Luis Francisco "Pancho" Dotto, tomó otro riesgo: inauguró una sede en Punta del Este, Uruguay.

Convencido de que era una vidriera inigualable para sus modelos, el manager creó -en 1995- Dotto Beach y en 2001 Dotto Café.

En 1993 instauró una revolucionaria manera de descubrir caras nuevas de la moda: los scoutings. Con ellos recorrió todas las provincias argentinas. Hasta el momento van 12 scoutings ininterrumpidos, nueve de los cuales realizó junto a la revista Para Ti, el semanario de moda más prestigioso del país, con unas 10.000 postulantes por edición, en promedio.

Historia

Veintiún años atrás, las modelos se elegían por apellido, dirección y simpatía. Cuando Dotto decidió armar su agencia cambió todas las reglas: concibió a la actividad desde el profesionalismo. Dueño de "un ojo clínico", hizo triunfar a chicas que nadie pensaba que podrían pararse delante de una cámara.

Valeria Mazza, Araceli González, Bárbara Durand, Carola del Bianco, Dolores Barreiro, Natalia Amen, Soledad Solaro, Florencia Gómez Córdoba, Liz Solari, Yésica Toscanini, Déborah de Corral, Carolina Peleritti y Estefanía Pigazzi,

son algunas de sus modelos.

Producto

Cada vez que la agencia se instala en una provincia en el marco de un scouting, postulantes de todos los pueblos vecinos hacen largas filas por conseguir que Pancho Dotto las evalúe.



Entrevista El Special - Dotto Models, José Ignacio 2007 Pancho Dotto y Dolores Barreiro

Pero convertirlas en súper-modelos no es simple. Además de contar con características físicas y estéticas muy estrictas, deben tener un



Carolina "Pampita" Ardohain



Sabrina Garciarana



Marcela Kloosterboer



Luisana Loplatto



Yésica Toscanini



Florencia Gómez Córdoba



Chloé Beilo



Dolores Barreiro

firme deseo de progresar.

Dos ejemplos: Katya Fuks vendía combustible en una estación de servicio y Carolina "Pampita" Ardohain trabajaba para un local de ropa. Una vez que ingresaron al staff de Dotto Models, sus vidas cambiaron completamente.

Con todas, la empresa hizo (y sigue haciendo) un trabajo artesanal tanto en la construcción de una personalidad como en el pulido de la estética.

Desarrollos recientes

Gracias a la gestión de Pancho Dotto, Yésica Toscanini, modelo de Dotto Models, participó en las ediciones 2006 y 2007 del Especial Trajes de Baño de la Revista Sports Illustrated, sucesos que le otorgaron un lugar privilegiado en el mundo de la moda, ya que sólo tres argentinas lo habían logrado antes: Valeria Mazza, Yamila Díaz Rahi y Luján Fernández, todas descubiertas por Dotto.

En diciembre de 2006, Pancho Dotto decidió abrir la división Dotto Management, para representar a deportistas y actrices entre los cuales se encuentran Sabrina Garciarena, Marcela Kloosterboer, Luisana Lopilato y José Meolans.

En mayo último, Tomy Dunster, modelo del staff, aceptó la propuesta de su manager de llevar

su talento artístico a tierras aztecas, después de haber conducido Versus durante cuatro años y haber protagonizado varias novelas en los Estados Unidos. Así comenzaron las tratativas que derivaron en su participación en la novela "Mientras haya vida", éxito total en ese país.

En enero y febrero se filmó el segundo documental El Special Dotto Models José Ignacio 2007, que muestra las actividades que realizan los modelos en Punta del Este durante todos los veranos desde hace 19 años, y que se emitió por el canal E! en más de 25 países durante mayo y junio.

En enero de 2008 se cumplirán 20 años de presencia ininterrumpida de Dotto Models en Punta del Este, y en septiembre de ese año el 25º aniversario de la agencia.

Promoción

La fuerza del nombre Dotto es tan potente que ya se convirtió en un ícono.

Donde hay un evento de moda, su sello está representado de una u otra forma. La humorista Maitena Burundarena, que dibujaba para el diario La Nación y para El País, de España, le dedicó una viñeta original: "Antes tenías que encontrar tu vocación, ahora sólo tenés que lograr que te

descubra Pancho Dotto", aseguraba una adolescente con picardía.

Valores de la marca

Compromiso, talento, responsabilidad, transparencia, perseverancia y constancia son las cualidades que hacen a esta empresa ser sinónimo de éxito.

También es clave la fidelidad que mantuvo a lo largo del tiempo con las marcas que la acompañaron en cada uno de sus emprendimientos.

Tan lejos llegó su prestigio que la Universidad de San Andrés invitó a su manager a disertar sobre el tema "Emprendedores". La Universidad de Lomas de Zamora también lo convocó para hablar sobre "Estética, marketing y publicidad". La Universidad de Palermo considera a la empresa como "caso de estudio" y analiza sus logros.

www.dottomodels.net

Lo que usted no sabía sobre Dotto Models

- A partir de 2007, Dotto Models representa a actrices y deportistas a través de su división Dotto Management.
- De las 10.000 postulantes que se presentan en los scoutings, Pancho Dotto ve personalmente a más de 7.000.
- En 2003 y 2007 el Ministerio de Turismo de Uruguay declaró "de interés turístico" a todos los eventos que realice la agencia Dotto Models, porque promueven el turismo internacional.
- El manager recibió en más de una oportunidad propuestas de empresas internacionales que quisieron comprar su marca. También le ofrecieron poner su nombre en anteojos, jeans y ropa informal.



Iván de Pineda



Carola del Bianco



Yésica Toscanini - Sport Illustrated