

Los antecedentes de John Leighton y Keith Kidd, que formaron su actual sociedad comercial en 1971, son muy semejantes. Ambos se han graduado de ingenieros en 1942, participando en la Segunda Guerra Mundial, trabajaron para grandes compañías hidroeléctricas y han ingresado en el sector comercial como consultores independientes. Ambos han brindado asesoramiento de alto nivel a gobiernos y organismos reguladores. Ambos han trabajado en proyectos eléctricos principales en países en desarrollo y han partido con un sentimiento creciente de preocupación.

"Me ha inquietado", afirma el Sr. Leighton, lo que se dejó atrás después de la partida de los canadienses y americanos. Hemos construido una planta, pero ¿acaso hemos construido la capacidad para manejarla como corresponde?"

Su preocupación tuvo una traducción fiel con una visita que realizó a una central termoeléctrica en la India en los comienzos de los años 70 — aproximadamente 10 años después de ir allí por primera vez como consultor en las etapas iniciales de la operación. "Fue una desgracia", recuerda.

Un pedido inesperado

El problema preocupó a los dos socios, pero sin que pudieran encontrar una solución hasta que en 1975 un día llegó inesperadamente un pedido. Una firma americana estaba estudiando la producción de una película de capacitación para operadores de plantas termales. Necesitaban un experto que escribiese el libreto y se enteraron de que Ted Major, un ex-combatiente de la Marina Real que recientemente se convirtiera en un socio de Leighton y Kidd en Toronto, era justamente la persona que necesitaban.

"Ted escribió el libreto y produjo el programa y eso nos puso en camino", afirmó el Sr. Leighton. Hicieron un estudio, buscaron usuarios potenciales de cintas video de capacitación y vieron una mina de oro en las pasta de madera y papel. Dicha industria se estaba arruinando por el cambio tecnológico, el cambio de personal directivo, la baja moral, el ausentismo y la baja de la productividad. La capacitación y el reentrenamiento se estaban convirtiendo en un agudo problema.

Sin ningún pedido específico, Leighton & Kidd arriesgaron una producción "genérica". Compraron una cámara y "recorrieron las casas locales de producción de video buscando lugar y tiempo para un estudio". La especulación dió resultados en 1976 cuando la gigantesca compañía MacMillan Bloedel compró el programa para capacitar personal fabril en Canadá y los

Estados Unidos. La siguiente especulación importante de la compañía ocurrió en el campo familiar de la operación de servicios eléctricos. La orden decisiva llegó de New Mexico.

En pocos años el personal de la compañía aumentó de 8 a 22 y se contrataron artistas gráficos y editores cinematográficos. Se instaló un estudio de producción televisiva con equipo completo.

La política de la compañía fue desde el comienzo contratar los servicios de especialistas cada vez que se necesitaban; pero al mismo tiempo se estimulaba siempre a los miembros del personal a probar su capacidad en diferentes tareas. Actualmente los artistas también trabajan como operadores de cámaras, ingenieros y libretistas. Leighton considera al gerente de ventas Dave Crawford un "director de primera categoría".

Ampliando actividades

De manera análoga, la ramificación de actividades en proyectos y productos en los últimos años ha sido espectacular. Hay cintas Leighton and Kidd en todos los sectores, desde la fabricación de muebles hasta el mantenimiento de máquinas contra incendios e intervenciones médicas en casos en crisis.

Los ingresos de las ventas totales ascendieron de apenas \$1.4 millones en 1981 a más de \$2 millones el año pasado. Actualmente una gran porción de los programas de capacitación se lleva a cabo de acuerdo a los deseos de clientes específicos.

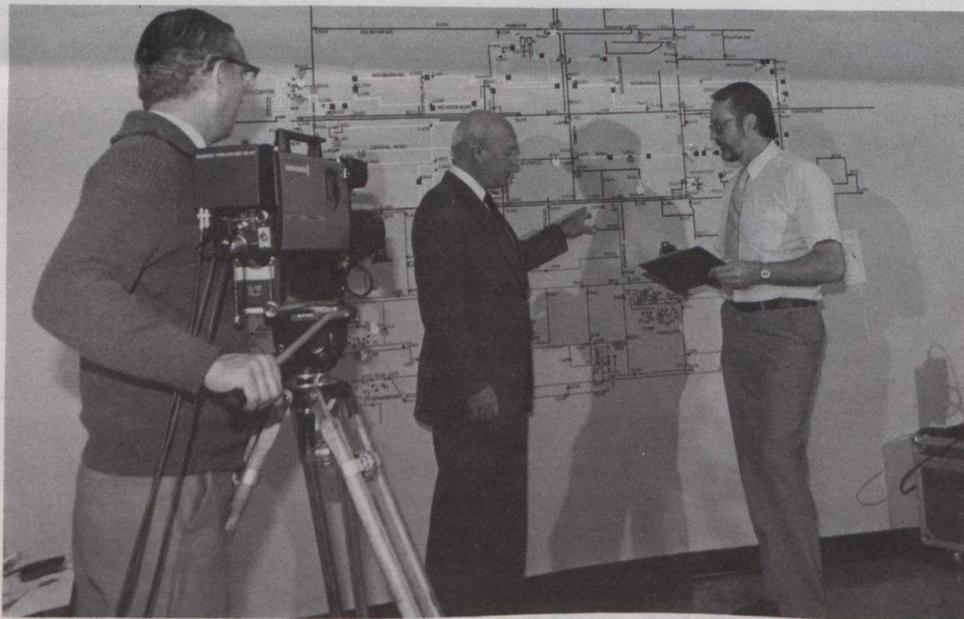
Pero la compañía no ha abandonado su espíritu especulativo anterior, aunque una hora de producción cinta en video puede costar hasta \$40.000 y un programa com-

pleto de capacitación puede durar hasta 70 horas. Actualmente el reto consiste en encontrar nuevas fuentes adecuadas de capital especulativo.

La firma recién comienza a aprovechar algunos mercados de gran potencial. Leighton & Kidd participó en la misión comercial del Lejano Oriente del Primer Ministro William Miller en otoño pasado. Actualmente miles de estudiantes en los institutos politécnicos de Singapur están contemplando cintas video hechas en Toronto. En breve se iniciará una empresa educativa conjunta con una compañía cinematográfica con sede en Jamaica.

Nuevos proyectos en el país prometen fomentar los esfuerzos de exportación de otras compañías canadienses. En el estudio de la planta baja de Leighton & Kidd se encuentra una reluciente motocicleta Yamaha. Se utiliza en una guía video para ventas y mantenimiento para agentes de Yamaha, inclusive los que se ocupan de las exportaciones de la división canadiense de la compañía. Otro de los proyectos es la producción de una película de capacitación para compradores extranjeros de una nueva perforadora original fabricada por la Lovat Tunnel Equipment Inc. de Toronto.

Y en los ojos de John Leighton se nota un destello especial estos días al pensar en el futuro de los servicios de exportación canadienses. Su compañía está negociando los últimos detalles de un contrato para suministrar un programa completo de capacitación para una planta flamante de pasta de madera y papel que se contruye en el Lejano Oriente, y otro contrato para una refinería de petróleo en el Medio Oriente.



John Leighton (centro) muestra el diagrama del sistema de distribución. Mitch Anderson (derecha) toma notas.