

# Una forma distinta de entender la publicidad

En persona

## Luz Pérez Baz

Fundadora de LunaQuivir

Ángela Serrato

Nació en Sevilla hace 29 años y su interés por el mundo del marketing y la publicidad la llevaron a estudiar Ciencias de la Comunicación, una carrera que completó con un máster en producción audiovisual y otro en organización de eventos. Después de trabajar muchos años para varias empresas en Sevilla y Madrid, decidió poner en marcha su propio negocio. Pero para él tenía una idea muy clara: quería que fuera más allá de la "publicidad convencional". Hace un año y medio pudo cumplir su sueño y montó junto a su actual socio, Rodrigo Torres, LunaQuivir, una empresa especializada en "marketing de guerrilla" que tiene su sede en la capital andaluza. Según cuenta, a la mayoría de las empresas "este término les sigue sonando a chino" pero cuando lo prueban "les encanta". Y es que su idea de la pu-



BILEN VAGAS

Tiene claro que para ser diferente hay que ser original y por eso hace un año y medio se convirtió en una de las fundadoras de la empresa LunaQuivir, especializada en campañas de publicidad que se alejan de las técnicas convencionales y que salen a la calle para vender

blicidad pasa por aprovechar la calle, el mobiliario urbano, la música y el baile para dar a conocer una idea o un producto "de una manera original". Está convencida de que "en estos tiempos de crisis en los que las empresas tienen poco presupuesto para gastar en publicidad convencional" esta alternativa "es la más económica y

efectiva". Ella, que se considera una persona "creativa" se impone como meta profesional "seguir siéndolo". Por lo pronto, la suya es la única empresa andaluza dedicada exclusivamente a desarrollar campañas de publicidad en las que la imaginación no está limitada a formatos, espacio ni tiempo.

VEA LA DISPOSICIÓN 'LA MOVIDA  
DEL DIARIO POP EN EL CENTRO  
DE INICIATIVAS CULTURALES DE LA  
UNIVERSIDAD DE SEVILLA MADRE  
DE DOS, MAÑANA Y TARDE.  
HÁGALO HOY

# más SEVILLA

massevill@correosandaluca.es

«La alegría es la piedra  
filosofal que todo lo  
convierte en oro»

Benjamín Fradette

(7700-1700) Público y científico estudiantes

TRH hoteles  
la ma

Luz y Rodrigo son Lunaquivir, la empresa sevillana que está partiendo moldes por su forma descarada de entender la publicidad

## Marketing de guerrilla

CÉSAR RUFINO DE SEVILLA

"Siempre hemos sido muy emprendedores y creativos", dice Luz. Luz Pérez Baz es sevillana, tiene 29 años y está unida al chileno Rodrigo Torres, de 30, en el proyecto empresarial más rompedor de cuantos se han visto por aquí en los últimos años: Lunaquivir. Un negocio que nació para la organización de espectáculos y actividades de animación y que el año pasado se especializó en una modalidad publicitaria inusitada

por estas tierras: el marketing guerrilla. En pocas palabras: una idea absolutamente sorprendente, llamativa y barata que se usa para promocionar algo. La última ocurrencia, anteayer: un gauchito y un parrillero loco, ambos argentinos obviamente, recorriendo Sevilla, Mairena y Dos Hermanas en una moto con sídecas de la II Guerra Mundial, tonada para la ocasión con una parrilla repleta de chorizos, pinchos y filetes. Y todo eso para dar a conocer las parrilladas de

los hoteles TRH, cosa que evidentemente consiguieron a juzgar por la reacción popular.

La penúltima, apenas unos días antes, también guardó relación con los mismos hoteles (en este caso, con sus nuevos colchones) y consistió, como se puede ver en la foto de arriba, en colocar a una pareja acostada en plena calle, con su desayuno en la cama y todo. "Hicimos un estudio de mercado y de la competencia y observamos que el marketing de guerrilla funciona

muy bien en otros países como Argentina o Alemania, y en el caso de España en ciudades como Madrid y Barcelona, sobre todo. Andalucía, en cambio, estaba virgen en este sentido", cuenta la joven empresaria.

"Debido a la saturación publicitaria que soportamos cada día, las empresas deben romper los esquemas y sorprender a su target para destacar frente a la competencia y posicionarse", explica. "Aparte, no todas las empresas tienen presupuesto como

para aparecer en televisión o en internet de forma masiva. Nosotros demostramos que, sin gastar cantidades desorbitadas y con menor presupuesto en comparación con los costes de los soportes tradicionales de publicidad (mups, cuñas radiofónicas, folletos, faldones...), se puede llegar a tener mayor efectividad con una buena acción de marketing de guerrilla, ya que logramos conectar con el público a través de la emoción", por lo general mediante la comicidad.

## LABERINTO 92

■ ¿Han tirado ustedes últimamente por el Parque Tecnológico de la Cartuja? ¿Han podido pasar por algún lado, con tanta valla y tanta obra? ¿A que no?

## DESHÁGASE LA LUZ

■ A patinetazo limpio están destrozando los skaters (chavalitos con monopatines) las bases de las farolas antiguas de la Plaza Nueva, con el dinero y el trabajo que cuestan las cosas. Un multazo, ya.

## ¡OTRA, OTRA, OTRA...!

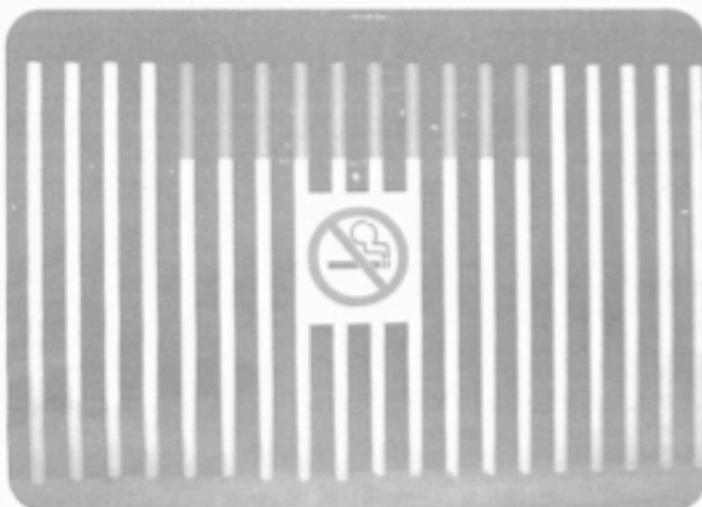
■ Se ruega a los músicos de la Plaza Nueva, y en especial al señor que baila consiigo mismo, que cambien el repertorio, que aquello parece el Día de la Marmota.

EL PASANTE



## OBRAS SON HORRORES

■ Hytassar: Hacer obras. Vayan a la Avenida de Hytassa y compruébenlo, ahora o dentro de diez años. Forma parte de las peculiaridades de su acerado. Un tipismo.



## SORPRESAS

A la izquierda, la campaña antitabaco de Lunoquíviv, que también organiza actividades de ocio con la improvisada participación del elemento popular. Son Rodrigo y Luz quienes aparecen en el cartel de abajo, vestidos de camuflaje como guerrilleros.



Luz Pérez es licenciada en Comunicación Audiovisual. Hizo un máster en administración de negocios (MBA, en inglés) centrado también en el ámbito de la imagen y ha trabajado tres años en producción televisiva. Más tarde, y con otro máster de por medio, entró en Andalucía Film Commission y en la organización de actos y festivales. Su compañero Rodrigo Torres había estudiado Marketing y Relaciones Públicas. Además, es bailarín profesional (tanto como para ostentar

el título de campeón de España de salsa del año 2003). Ambos se conocieron cuando ella comenzó a llevar la gestión de sus contrataciones por el mundo. "Empezamos a organizar juntos festivales de baile, eventos y otras actividades. Esto lo hacíamos de forma paralela a nuestros trabajos hasta que, tras un tiempo, decidimos montar nuestra propia empresa."

Ganar dinero puede que ganen, por mala que esté la cosa, pero lo que es seguro es que se

divierten. En su historial de grandes logros, destacan el homenaje callejero a Michael Jackson; la campaña de vallas pintadas como cigarrillos para disuadir del uso del tabaco en los hospitales (la gente se fotografiaba delante de ellas); el préstamo de trajes de flamenco a las extranjeras en Feria y, sobre todo, la plusmarca mundial de gente bailando sevillanas, en abril de 2009 en el Prado de San Sebastián. Es la originalidad contra la crisis. Pura guerrilla.



Nombre: Sandra Conde.  
Edad: 33 años.  
Profesión: Calculadora de Empresas.  
Vive en: Sevilla.  
Va a: Madrid.  
Tiempo que tarda: Un día y cinco minutos.  
Su opinión: "El carril bici es una gran mejora, pero lo cierto es que una gran mayoría de personas no lo usamos."

El carril bici es genial, pero no hay ni un tramo donde no te encuentres con algún obstáculo.

SOFTWARE ■

## VSN Digitalización de canales de TV

Reinventarse. Ésa es la cualidad de Jordi Utiel para innovar en la digitalización de canales de TV en entorno *broadcast*.

Empezó muy joven: "Con 18 años tuve que dejar los estudios. Mi familia se dedicaba al textil y la crisis de 1988 nos hizo mucho daño. Entonces se me ocurrió crear una empresa de informática, ya que todo el mundo decía que era el futuro. Pero cuando entraron las grandes superficies en el mercado, la venta de ordenadores y redes dejó de ser rentable. Pensé en dar un paso más

allá en el sector. Comprobé que las cadenas de televisión llevaban las cintas desde la sala de postproducción a la de emisión. Y vi la oportunidad de digitalizar y almacenar esos contenidos en discos duros". Contactó con Manuel Escribano, que tenía una empresa de *software* para automatizar radios. "Le propuse la idea y desarrollamos la primera versión de VSN News. Tardamos dos años y sólo vendimos el producto a tres televisiones locales de Cataluña. Cuando ya estábamos por tirar la toalla, apareció Sony, con la que firmamos un acuerdo para la venta mundial de nuestro producto, bajo su firma. Tras dos años, los resultados no fueron los esperados y decidimos comercializarlo nosotros como VSN". En 2004 la fortuna les sonrió: ganaron un proyecto de dos millones de dólares en México, que les abrió financieramente las puertas del mercado internacional.

Jordi Utiel, con más de 900 clientes en 80 países, prevé facturar este año unos seis millones de euros.

VSN

www.vsn.es

CIENCIAS DE LA SALUD ■

## DR Healthcare

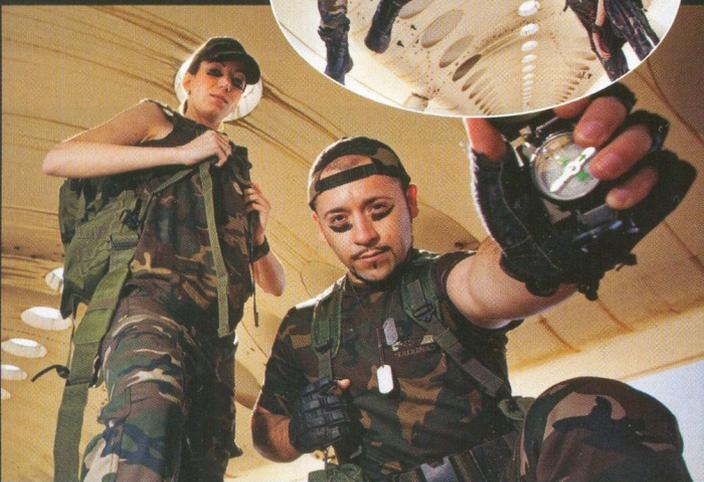
Desarrollan soluciones no farmacológicas para paliar el dolor, como el de la migraña, o corregir disfunciones físicas, como el bruxismo.

Este laboratorio, creado en septiembre de 2008 por los hermanos, Carlos y Juanjo Duelo, se centra en la investigación, desarrollo e innovación de productos biofuncionales, "es decir, innovamos en soluciones terapéuticas sin el uso de la química, fundamentadas en la biología funcional y no en la biología química", destacan. El origen de esta empresa está en la necesidad personal de Juanjo de encontrar una solución biofuncional a las migrañas que sufría. Sus investigaciones se centraron inicialmente en la búsqueda de soluciones a este problema.

EVENTOS ■

## LunaQuivir Marketing de guerrilla

Ofrecen soluciones creativas y estratégicas de marketing de guerrilla: *street, ambient y dance marketing...*



El baile les unió personal y profesionalmente. "Nos conocimos -cuenta Luz Pérez- cuando empecé a llevarle la gestión de sus contrataciones a nivel internacional (Rodrigo Torres, su socio, es bailarín profesional y fue campeón de España de salsa en 2003). Mi experiencia en la organización de eventos nos llevó a gestionar festivales de baile, encuentros y otras actividades para distintas salas y empresas, y tras un tiempo, decidimos montar nuestra propia empresa de organización de eventos, LunaQuivir

Producciones". Y como una forma de marcar la diferencia con el resto del sector, decidieron posicionarse en el marketing de guerrilla. "Debido a la saturación publicitaria que soportamos cada día, las empresas deben romper los esquemas y sorprender a su *target* para destacar frente a su competencia. No todas las empresas tienen presupuesto como para aparecer en televisión o en Internet de forma masiva. Con nuestras estrategias demostramos que se puede tener mayor repercusión sin gastar cantidades desorbitadas".

www.lunaquivir.es

Luz Pérez y Rodrigo, que también gestionan la web *Lujo-ok.com* (una plataforma *on line* de alquiler de productos de firmas), han invertido unos 37.000 euros.

