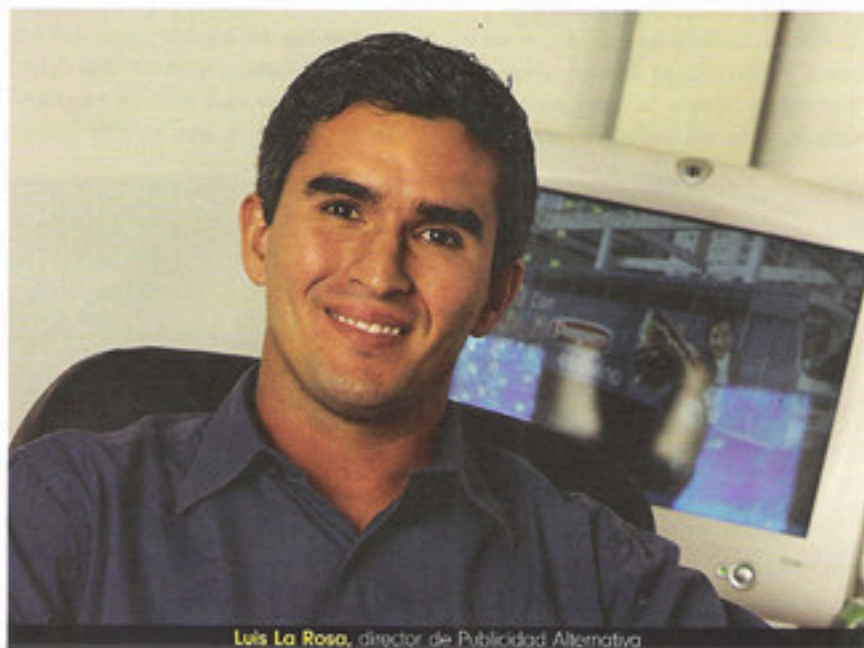


## PUBLICIDAD ALTERNATIVA

# MARCAS SOBRE RUEDAS



Luis La Rosa, director de Publicidad Alternativa

Autobuses forrados por completo con motivos e imágenes de grandes marcas, cubren rutas de las principales ciudades del país. Asegura el director de Publicidad Alternativa que este medio produce un recall mayor que otros.

**M**ás que para lucir las ya populares frases y animaciones que se convirtieron en todo un ícono de la cultura urbanística y elemento identificador de todo "carrito", los espacios externos, e inclusive internos, de los autobuses, y ahora los carros particulares, han resultado ser medios publicitarios efectivos.

Publicidad Alternativa es una empresa que se dedica, desde hace cuatro años, a ofrecerle al anunciante una posibilidad distinta para promocionar su producto: en un principio, a través de los autobuses y, desde el mes pasado, por medio de automóviles de estudiantes universitarios.

Cuenta Luis La Rosa hijo, director de la empresa, que empezaron con publicidad pequeña: "los laterales y la parte de atrás. Por la necesidad de los clientes nos dimos cuenta que debíamos trabajar con publicidad que se viera más, es decir, el autobús forrado completo".

La idea es, según el entrevistado, prácticamente un patrimonio familiar y de herencia: "mi padre Luis La Rosa, que me ha asesorado y ayudado mucho, es pub-

licista, accionista de Metrosistemas, que maneja también este tipo de promoción y tiene una empresa de autobuses escolares. Se nos ocurrió que ya que lo hacíamos en transporte estudiantil, por qué no incursionar en rutas urbanas".

Aparte de los autobuses, desde el mes pasado Publicidad Alternativa ha venido desarrollando otro proyecto: promoción en automóviles particulares, pero de estudiantes universitarios, como una manera más directa de atacar a un target determinado.

Lo que empezó como una pequeña propuesta, apoyada por Ángel La Rosa, hermano del director de la empresa, ha resultado tan efectivo que con tan poco tiempo ya tiene 16 carros rodando, distribuidos entre la Universidad Católica, Universidad Metropolitana, Universidad Simón Bolívar, Universidad Central de Venezuela y la Universidad Santa María.

Explica Luis La Rosa, que utilizan muchachos que estén estudiando, para rotularles el carro en los laterales y la parte de atrás. "Los seleccionamos si son constantes en sus estudios, les pedimos de hecho las notas del último semestre, y presumimos que el dinero que le damos, lo

destinan a pagar sus estudios, esa es la idea".

### En circulación, pero fijos

La Rosa asegura que este sistema de publicidad sobre ruedas ha resultado más efectivo que otros medios, ya que el nivel de fijación y recordación de las marcas en la mente del consumidor, ha sido positivo.

"Hemos hecho estudios en la calle - dice - con consultas a nivel general, para ver si el público ha identificado las unidades, y cuáles clientes ha visto. Los resultados arrojan que la gente sí se da cuenta de que el medio existe y que los anunciantes están ahí".

El cliente tiene la posibilidad de escoger cómo desea que quede su anuncio en el autobús: "se le envía una planilla donde él va a diseñar los laterales, el techo, la parte posterior e inclusive las ventanas". Se pauta por rutas. Publicidad Alternativa tiene contrato exclusivo con líneas muy específicas, y el anunciante puede elegir entre doce circuitos distintos.

Según La Rosa, una de sus ventajas competitivas no sólo es el alto nivel de recordación comprobado por ellos mismos, sino también el costo del servicio. "El precio por metro cuadrado, comparado con otros medios de publicidad exterior, es alrededor de 30% más económico".

En la actualidad, la empresa tiene disponible, aproximadamente, 110 unidades, ubicadas en ciudades como Maracaibo, Puerto la Cruz, Valencia, Barquisimeto, Maracay, Los Teques, Guatire, Caracas, y pronto en La Guaira.

La rotación y cambio de los anuncios recomendada por la compañía es de tres meses, para garantizar que perdure la inversión que se hizo en materiales, vinil auto-adhesivo importado, especial para exteriores y que se imprime gracias a una alianza estratégica con la empresa Master Print.

Finalmente, Luis La Rosa enfatiza en que el cliente a pesar de tratarse de algo prácticamente novedoso, ha confiado en el medio hasta el punto que el feedback ha sido contundente: "ni siquiera hemos tenido que visitar a los anunciantes, ellos han venido a nosotros y la receptividad ha sido tal que hay marcas que tienen hasta diez unidades por ruta". ■