

**YO**  
dona

yodona.com

**Emmanuelle  
Seigner**

“Nunca volveré  
a trabajar  
con Polanski”

**48**

horas  
antes de  
Navidad

**Moda**  
EN ROJO  
Y NEGRO

**REGALOS**  
de ÚLTIMO  
MINUTO

**Shopping**  
de belleza

**exclusiva**  
Un día con la  
alcaldesa de Lizarza

EL MUNDO 22 DE DICIEMBRE DE 2007. Nº 138. YO DONA SE VENDE CON EL MUNDO POR 1,30€

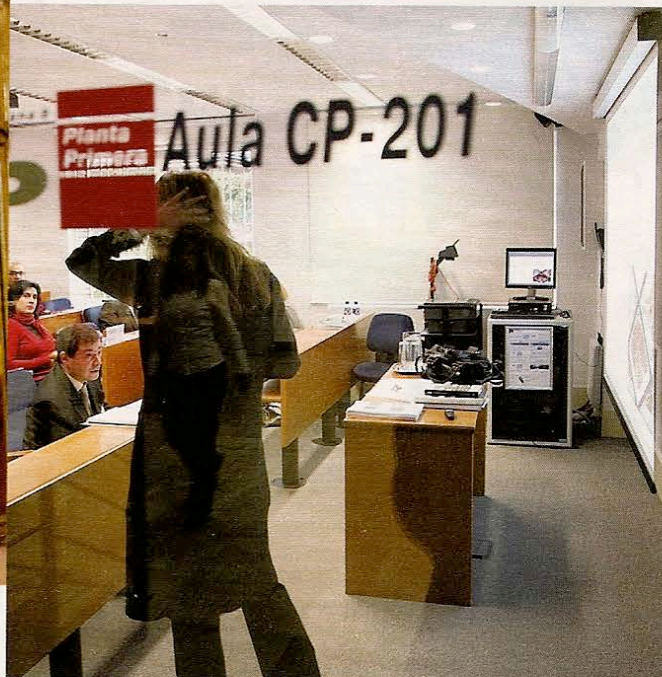




# INFO EMPRENDEDORA



**LUXURY ADVISE.** Susana Campuzano, profesora del Instituto de Empresa de Madrid, creó en 2005 esta agencia, especializada en formación y consultoría de *marketing* del lujo. Su inversión inicial fue de 40.000 euros. (Más inf.: tel. 913 88 98 28; [www.luxuryadvise.com](http://www.luxuryadvise.com))



## El lujo como negocio

SUSANA CAMPUZANO, LICENCIADA EN GEOGRAFÍA E HISTORIA, ASESORA A LAS EMPRESAS SOBRE CÓMO VENDER COSMÉTICOS, ALTA COSTURA, JOYAS...

«**Llegué a este sector de la mano** de Chanel, una marca muy especial que enseñada me contagió su *savoir faire*. Como directora de *marketing* de esa firma, tuve la suerte de vivir el gran cambio que se produjo en el negocio del lujo a finales de los 80 y durante los 90. Mis anteriores experiencias profesionales –pasé, por ejemplo, por la empresa Value Retail y la compañía de diamantes De Beers– me abrieron las puertas de un mundo multimarca. Aprendí que este tipo de productos se hacen con calidad, espíritu de perfección y sensibilidad, y que deben apoyarse en la historia y la cultura. El lujo vende sueños. Me siento afortunada por conciliar arte con *marketing*, empresa con cultura, humanidades con consumo... También por trabajar en un sector que mueve tantas emociones y que, en cierto sentido, contribuye a embellecer la vida. Tengo el privilegio de relacionarme con personas únicas y con marcas tan conocidas como Loewe, Lladró, Swarovski o Kérastase. La idea de Luxury Advise se remonta a 2003, cuando estaba finalizando mi libro *El universo del lujo* y me hallaba inmersa en una labor de formación en escuelas de negocios y empresas. Tras la publicación de mi obra, las peticiones de cursos y conferencias fueron en aumento. Seguí trabajando en multinacionales del sector hasta que, en 2005, llegó el momento de lanzarme definitivamente. El nacimiento de la empresa supuso una continuación de algo que ya estaba realizando y que me apasionaba. Mi mayor sorpresa fue constatar que mi iniciativa no le extrañaba a nadie, aunque los primeros momentos siempre son difíciles. Para mí, la clave del éxito consiste en tener una fe ciega en lo que estás haciendo, unido a un trabajo constante. Cuando fundé el negocio, paradójicamente, no hice ningún *business plan*. Dejé mucho espacio a la improvisación y a la creatividad. No quería que la idea que yo pudiera tener impidiera que surgieran posibilidades que no había contemplado. Así ha sido, y han ocurrido muchas cosas que nunca hubiera imaginado. También contratiempos, claro. Pero el reto de seguir adelante es incluso más importante que el de aprender a asumir riesgos.» **POR PATRICIA OSUNA**

## Confianza y pasión

«Las mujeres tenemos mucha fuerza y capacidad de involucrarnos. Además, somos muy polifacéticas.» Así lo cree Susana, quien insta a las potenciales emprendedoras a reforzar la confianza en sí mismas, «incluso en ámbitos tradicionalmente considerados masculinos». Para ella, las claves del éxito son «el tesón, una alta dosis de realismo y una pasión infinita».