

Después de doce años dedicada a mejorar la imagen de sus clientes ha decidido dar un paso más: crear el primer grupo que ofrecerá servicios de comunicación integrales en España.

LINA ORTAS, PRESIDENTA DE ECOGRUPO

## “Nuestro objetivo son las grandes empresas”

CRISTINA DEL GALLO

EN LOS AÑOS que dedicó a la política, esta licenciada en Políticas y Sociología adquirió tan valiosa experiencia en las relaciones públicas que hace doce años fundó su propia agencia de imagen, Lina Ortas y Asociados. Ahora, ha decidido no dejar esta experiencia anclada y ha dado un paso más con la creación de Ecogruppo, un proyecto que, como agencia de comunicación integral, pretende liderar el mercado de la imagen.



RICARDO MARQUEZ

– ¿Cuándo se gestó la idea de fundar Ecogruppo?

– Trabajando con mis clientes tenía que subcontratar muchos servicios y me di cuenta de que salía mucho más caro y además resultaba más difícil coordinar la imagen de una campaña si el trabajo se diluía en varias empresas. Ahora que la mayor parte de las empresas ha comprendido lo que supone la comunicación, las labores de comunicación se han diversificado mucho y es necesario manejar medios tan distintos que no suelen estar integrados en una sola compañía. Ecogruppo quiere cubrir ese hueco del mercado y ofrecer un servicio integral.

– ¿Cómo está formada la sociedad?

– Somos una firma cuyos accionistas son otras empresas: Abop Service, de publicidad, Cosepro, de outsourcing, Easy Sow, que organiza espectáculos y viajes,

Ecopress, agencia de prensa, Filmayer, de producción audiovisual, Graal, de iluminación, sonido y sistemas de proyección, Massa, que diseña exposiciones y Lina Ortas y Asociados. Los presidentes de todas las empresas formamos el consejo de Ecogruppo y a partir de la campaña que diseñemos, decidimos una estrategia conjunta para nuestros clientes. Además, hay otras dos firmas que colaboran con nosotros, aunque no han podido adherirse a causa de sus estatutos: Bassat Ogilvy & Mather y The Media Partnership.

– ¿Cuáles son las dimensiones económicas de Ecogruppo?

– Entre todos tenemos

más de 200 clientes y una facturación superior a los 60.000 millones de pesetas, y pensamos mejorar esta cifra a partir del primer año de actividad. Además, la vida media de las empresas es de 20 años, con lo cual garantizamos una gran experiencia.

– Con esas señas de identidad, parece una oferta dirigida a los grandes clientes.

– Estamos abiertos a todos los clientes posibles, también a los pequeños, pero, lógicamente, nuestro principal objetivo son las grandes empresas, las grandes ins-

tituciones y las grandes campañas. Tenemos ya proyectos muy ambiciosos en marcha, que no los puede hacer frente ninguna empresa sin subcontratar los servicios. En este sentido, somos la empresa de comunicación más fuerte del país.

– Igual que por los clientes, ¿existe una especial predilección en los sectores?

– No, queremos y podemos trabajar en todos los sectores: social, economía, campañas específicas, política, ocio, cultura...

– ¿Cuál es el objetivo que se ha marcado como presidenta para el primer año de actividad?

– Me gustaría cerrar nuestro primer año con la realización de dos de las campañas más emblemáticas que se hayan hecho en España, no por dinero, sino por imagen.

– Me imagino que también pensará en el liderazgo.

– Lo importante de esta unión es que tenemos la facilidad de que el objetivo de una campaña cualquiera se convierta en el leiv motiv de todas las actividades que hablen de la imagen de nuestro cliente. Nosotros facilitamos esa conexión y ese es nuestro valor añadido. Y sí, es un valor añadido de líder.

**M**e gustaría cerrar nuestro primer año con la realización de las dos campañas más emblemáticas que se hayan hecho en España.