

Ecogruppo mueve 60.000 millones

## Alianza de pequeños en comunicación

MIGUEL ÁNGEL GARCÍA VEGA

La imagen de una empresa es un activo que influye, y mucho, en la cuenta de resultados. Así lo ha entendido Ecogruppo, una firma especializada en el mundo de la comunicación que agrupa a ocho compañías relacionadas directa e indirectamente con este sector, y que apenas lleva tres meses en el mercado. Detrás de esta iniciativa "hay más de 60.000 millones de pesetas y cerca de 200 clientes", explican en el grupo. Esta abultada cantidad de dinero proviene de ir sumando las facturaciones de las empresas que a fecha de hoy componen el grupo: Abop Service, especializada en gestión de exclusivas de publicidad; Cosepro, dedicada al *outsourcing* integral; Easy Sow (organización de espectáculos); Ecopress (ediciones y páginas web); Filmayer (producción audiovisual); Graal (realización audiovisual); Lina Ortas y Asociados (comunicación y relaciones públicas) y, finalmente, Massa, centrada en el diseño de exposiciones.

¿Pero qué tiene de particular este grupo en el saturado sector de las firmas de comunicación? Básicamente la novedad. "No conozco ninguna empresa en España que haga lo mismo que nosotros", explica desde su cargo

de presidenta de Ecogruppo Lina Ortas. Una conocida empresaria madrileña de la comunicación —que desde hace 11 años dirige la firma de relaciones públicas que lleva su mismo nombre—, artífice del proyecto.

La idea que ha puesto en marcha es sencilla, si bien el entramado es más complejo. Se basa en un concepto que se expresa en dos frases: una empresa pequeña de comunicación sólo puede competir por proyectos pequeños. Ahora bien, una empresa grande podrá optar a proyectos más ambiciosos.

La respuesta de Ecogruppo ha sido ir incorporando al grupo empresas especializadas en un aspecto concreto de la comunicación, de tal manera que todas, en conjunto, abarquen la totalidad de los aspectos que se dan cuando se prepara un proyecto de comunicación. Y de esta forma poder optar a los concursos de la Administración y también poder ofertar con garantías de éxito productos y servicios a grandes compañías multinacionales.

Una de las razones que a juicio de Lina Ortas va a permitir el éxito de esta aventura empresarial, es que cuenta entre sus colaboradores con la firma de publicidad Bassat Ogilvy & Mather y con la central de medios Media



Lina Ortas preside el consejo de Ecogruppo.

Partnership. Pero los *fichajes* no se acaban aquí. Está previsto que se incorporen cinco empresas más la próxima semana. Se trata de la compañía Summa, dedicada a la identidad corporativa; Berteluz, especializada en estrategia de imagen, e Ibermail centrada en el *marketing* directo. La responsable de Ecogruppo no comenta el nombre de las otras dos compañías que completarán el equipo, sólo avanza que se trata de una productora de televisión y de una firma especializada en estudios de mercado.

De mantenerse el calendario

de incorporaciones, la próxima semana los socios de este *holding* de la comunicación serán 13. Al calor de la entrada de estos nuevos accionistas está prevista una ampliación de capital, aunque aquí tampoco se avanza ninguna cifra por parte de la empresa sobre la cuantía de la operación.

En un proyecto tan ambicioso como éste, poner de acuerdo a ocho empresas de un mismo sector no parece que haya sido una tarea fácil. Al menos en apariencia. Pero según Lina Ortas, sólo le llevó tres meses convencer a sus actuales socios de la bonanza

de la iniciativa. "Aceptaron enseguida, pues vieron las posibilidades que se abrían. Eso sí, para evitar suspicacias y posibles conflictos de intereses con los actuales miembros del grupo, no pueden incorporarse a Ecogruppo dos empresas que trabajen en el mismo sector".

Lo que está muy restringido es la entrada de nuevos socios. "De momento podríamos admitir quizá dos más" —precisa Lina Ortas—, "pero los miraría con lupa ya que tenemos casi todos los campos cubiertos".