

# Lina Ortas

“De cara a la moneda única, las empresas de comunicación deberán unirse, como hemos hecho nosotros, y ofrecer proyectos integrales”

En septiembre de 1997 se constituyó Ecogruppo, un consorcio de empresas relacionadas con las distintas ramas de la comunicación y la publicidad. Se trata de una empresa pionera que cambiará el mercado de la comunicación empresarial, caracterizada hasta ahora por la atomización de los servicios.

**¿Cuál es la situación del mercado de la comunicación en España?**

Hay una serie de grandes empresas, en su mayoría multinacionales, que fundamentalmente se dedican a la publicidad. Se hacen cosas muy buenas en lo que se refiere exclusivamente a la publicidad como tal, tiene una gran calidad, pero el nivel de las empresas de comunicación no es tan bueno, no son suficientemente competitivas. Hay que tener en cuenta que la comunicación es un campo nuevo en España. Tenemos muy buenos creativos, pero las empresas no ofrecen un servicio integral.

**¿Por eso surge la idea de Ecogruppo?**

Sí, existía una necesidad latente de unificar en un mismo centro neurálgico el proyecto que necesitaban los clientes. Hasta ahora debían buscar por sí mismos cada producto o acudir a una empresa de publicidad que subcontractaba con otras o que tenía un pequeño gabinete de comunicación. Pero estaban muy poco avezados

en temas concretos, como, por ejemplo, en los actos públicos, donde tienen muy poca experiencia. Por todo esto se pierde eficacia, tiempo y, sobre todo, se incrementan los costes. Nosotros ponemos al servicio del cliente un grupo de doce personas, cada una experta en su propia tarea. Abarcamos todos los aspectos de la comunicación empresarial.

**¿A qué tipo de clientes se dirigen?**

Hacemos de todo, desde una empresa pequeña que necesite un vídeo para una promoción concreta hasta la multinacional que desea que llevemos toda su imagen. Nuestra meta es, sin embargo, los grandes clientes y los grandes proyectos porque para eso coordinamos los esfuerzos de doce especialistas que abarcan todas las materias. Una

vez definido el concepto que quiere mostrar la empresa, hay que lograr que ese concepto impregne cada aspecto de la imagen exterior de la propia empresa y no sólo del producto en cuestión.

**¿Son conscientes las empresas españolas de la necesidad de ofrecer una imagen global?**

No todas son conscientes de ello, pero todas lo necesitan. Es fundamental que tengan una entidad corporativa. Deben entender que la publicidad de sus propios productos es una inversión muy rentable. Todo es vendible, cualquier empresa tiene una oferta y para hacer atractiva esa oferta nos necesita. Y no existe en estos momentos un abanico de posibilidades tan amplio como el



## PERFIL

Lina Ortas Blanco es licenciada en Ciencias Políticas y en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid y ha realizado estudios sobre relaciones públicas y comunicación. Natural de Madrid, está casada y tiene seis hijos. Fue una de las primeras mujeres que ocupó altos puestos en la política dentro de UCD. En 1981 fue jefa del gabinete de estudios y programas del partido. En el 82 y en el 86 fue candidata a las elecciones para el Congreso y el Senado

que nosotros podemos ofrecer en este campo.

**¿Piensa que esa es una tendencia que va a seguir el sector de la comunicación empresarial?**

Nosotros hemos marcado la pauta, pero lógicamente esto debe ser la tendencia más interesante para todos. Especialmente de cara a la entrada en la moneda única, llegarán grandes multinacionales y las pequeñas de aquí tendrán que unirse en consorcios como el nuestro, donde varias empresas aporten cada una su especialización para ser mínimamente competitivos.

**¿Qué productos ofrecen las empresas de Ecogruppo?**

Cubrimos todo el espectro de necesidades comunicativas de una empresa, como pueden ser estudios de mercado, relaciones públicas, ediciones, producciones audiovisuales, marketing, promoción, publicidad, ferias y exposiciones, organización de eventos e Internet. La gama es muy amplia porque todas las empresas son de lo mejor en su especialidad. Entre todos tenemos más de doscientos clientes fijos y facturamos más de 60.000 millones de pesetas.

**BERNARDO FUERTES**

respectivamente. En 1989 abandonó la política y creó la empresa de comunicación que lleva su nombre, Lina Ortas y Asociados. Consciente de la necesidad de globalización de los productos, ha reunido a un consorcio de empresas para poder ofrecer a sus clientes un proyecto de comunicación integral, cuyo principal valor añadido es la coordinación de los servicios para lograr una imagen global.