



JUEGA y GANA ¡YA!
www.laruletacarretilla.com



Lunes 20 de octubre de 2008 Contacte con diariodemallorca.es | RSS | Registro

diariodemallorca.es
LA AUMADINA/CORREO DE MALLORCA

NOTICIAS
Mallorca

HEMEROTECA >>

EN ESTA WEB

Google™

INICIO

ACTUALIDAD

DEPORTES

OPINIÓN

ACTUAL Y GENTE

PARTICIPACIÓN

SERVICIOS

Mallorca Diario de Palma Part Forana Sucesos Nacional Internacional Economía Actual Cultura Bolsa Ciencia Tecnología Fotos Última

diariodemallorca.es >> Mallorca

CÁTEDRA IBEROAMERICANA. LA UIB RETOMA EL CICLO DE CONFERENCIAS 'TRAYECTORIAS PROFESIONALES'

Alberto Vergès: 'Cuando se vive una crisis, la inversión publicitaria siempre se contrae'

Vergès fue uno de los fundadores de una agencia de comunicación que se ha convertido en el Grupo Clave



M. TERRASA. PALMA. Alberto Vergès es uno de los fundadores de Grupo Clave, que comenzó siendo una agencia de publicidad y ha ido evolucionando hacia una empresa que ofrece diferentes servicios, siempre relacionados con la comunicación. Mañana, martes, explicará su trayectoria profesional en una conferencia en el edificio Jovellanos de la UIB.



Alberto Vergès, en la sede de Grupo Clave. Foto: Manu Mielniezuk

-¿Cuándo comenzó Clave?

-La fundamos en noviembre de 1987 y empezamos a ejercer en enero del 88. Este año hace 20 años que empezamos.

-¿Cómo empezó?

-En aquella época, si estabas en el paro, te daban toda la prestación si querías montar un negocio. Nosotros trabajábamos en un sitio donde no acabábamos de estar contentos y por determinadas circunstancias nos quedamos en el paro y decidimos montar esto. Creo que hay dos motivos importantes para montar un negocio; una, porque te gusta organizar cómo se hacen las cosas, y otra, porque no te gusta que te organicen cómo tienes que hacerlas. Los dos motivos son válidos.

-La empresa, que era una agencia de publicidad, ha diversificado su actividad...

-Hace 20 años la publicidad empezó a tratarse de otra manera, y sobre todo a nivel local. En aquella época, básicamente la publicidad era de anuncios clasificados. Bajo mi punto de vista, los empresarios, no todos, no entendían la evolución, qué era lo que había que hacer. Los hay que se reciclaron y otros no se adaptaron a las nuevas circunstancias. Y nosotros creímos que era un buen momento y nos lanzamos. El concepto de publicidad en sí mismo, a medida que ha pasado el tiempo, está superado y ahora nosotros siempre hablamos de comunicación. La comunicación puedes aplicarla de muchísimas maneras diferentes. Nosotros hemos ido desarrollando la agencia en función del cliente. Siempre digo que tenemos una agencia de clientes, no de productos. A los clientes les ofrezco todo el abanico de posibilidades de la comunicación. Hay tipo otro modelo, que es de producto, muy bueno, que te lo compra indistintamente el cliente.

-¿La crisis ha llegado también a la publicidad?

-La publicidad es la primera que lo nota y la primera que sale de ella. Cuando se vive una crisis, la inversión publicitaria siempre se contrae. Hay quien aprovecha esas circunstancias para posicionarse, los hay que aún tienen margen de maniobra y capacidad de crecimiento y cuando los demás más o menos se paran, pues intentan recuperar mercado. Generalmente, la mayor parte de inversión publicitaria se contrae porque el dinero es muy conservador, no me refiero a las personas que lo poseen, pero el dinero sí lo es. Y muchas veces la gente prefiere esperar a capear el temporal. Pero también es el primero que se recupera, es decir, los principales indicios de recuperación hacen que el mercado empiece a dinamizarse precisamente con la publicidad.

-En Balears, ¿las empresas saben venderse bien?

-Hay de todo. La industria turística de primer nivel a base de ensayo-error se ha estructurado un tipo de comunicación que más o menos funciona para los objetivos que tiene. Pero creo que es una comunicación demasiado homogénea. Si tapáramos la marca de la empresa, serían indistinguibles. A veces pasa con los coches también. Tú tienes que disponer de una personalidad pública, la forma en que la gente te reconoce, y si no te reconoce adecuadamente, estás cometiendo un error, sobre todo si inviertes mucho dinero.

-¿Y las instituciones?

-Las instituciones tienen un matiz diferente, y es que así como las empresas privadas, generalmente analizan el resultado de una inversión publicitaria, las instituciones públicas no lo hacen, porque generalmente no está sujeta a resultados. Muchas veces el problema es que la empresa privada tiene expertos en comunicación y

HEMEROTECA

Volver a la Edición Actual



BUSCADOR VIVIENDA

viendammallorca.es

Operación
comprar
alquilar

Tipo de inmueble
viviendas
obra nueva
habitación
oficinas
locales o naves
garajes

Provincia
león
lleida
lugo
madrid
málaga
mallorca

Anúnciate gratis

Buscar

El portal inmobiliario de diariodemallorca.es

CANAL EMPLEO

www.empleo.diariodemallorca.es

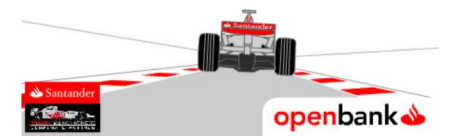


REBE-08060751

Depósito
Mensual Bienvenida
Máximo 50.000 euros.

Contrátalo aquí

Más información en
902 365 366



ANUNCIOS CLASIFICADOS



la pública tiene expertos en prensa y falta perspectiva global. Por ejemplo, con el tranvía, hay tendencia a comunicar el cambio como si fuera un hecho y no dar los pasos adecuados, y pierdes todo el proceso. Es mejor ir dosificando la comunicación a base de lluvia fina que no de bombardeos.

LA SELECCIÓN DE LOS LECTORES

diariodemallorca.es **LO MÁS LEÍDO** **LO MÁS VOTADO**

1. Un joven recibe tres disparos durante una reyerta en el Polígono de Levante
2. Las Administraciones isleñas congelarán sus plantillas en 2009
3. Fallece un joven de 19 años que fue arrollado por un coche cuando cruzaba la autopista de s´Arenal
4. Asaltan al mismo tiempo dos tiendas y una panadería en el centro de Palma
5. Capó, profeta en su tierra
6. Renunciar al vino para apretarse el cinturón
7. "Quiero pagar, pero ahora no puedo"
8. Empanada andaluza
9. Detienen al joven autor de los disparos
10. La falta de controladores causa retrasos en Son Sant Joan por segundo día consecutivo

COMPARTIR



¿qué es esto?

ENVIAR PÁGINA »

IMPRIMIR PÁGINA »

AUMENTAR TEXTO »

REDUCIR TEXTO »

Visita el Canal Compras Aquí



Anillo Adaptador Raynox F37-m25mm
Accesorios para fotografía digital.
PVP: 17,99 €



Album Digital Impreso Hofmann
Compra desde tu casa, sin esperas.
PVP: 43,50 €



Cámara Fotográfica Digital Panasonic
Ahorra dinero comprando online.
PVP: 450,00 €

Outlet viviendas Mallorca Casas únicas a precios únicos. El primero que llega se la lleva.

Invierte 2.000,- euros Cobra 140,- cada mes. Grupo Inversor Privado.(desde 1989)

CANAL DE LOTERÍAS

canal de **Sorteos y Apuestas**

CONÓZCANOS: CONTACTO | DIARIO DE MALLORCA | LOCALIZACIÓN | REDACCIÓN | SUSCRIPTORES

PUBLICIDAD: TARIFAS | CONTRATAR

diariodemallorca.es diariodemallorca.es es un producto de **Editorial Prensa Ibérica**
Queda terminantemente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos ofrecidos a través de este medio, salvo autorización expresa de diariodemallorca.es. Así mismo, queda prohibida toda reproducción a los efectos del artículo 32.1, párrafo segundo, Ley 23/2006 de la Propiedad intelectual.

Aviso legal



Otros medios del grupo Editorial Prensa Ibérica

Diari de Girona | Diario de Ibiza | Empordà | Faro de Vigo | Información | La Opinión A Coruña | La Opinión de Granada | La Opinión de Málaga | La Opinión de Murcia | La Opinión de Tenerife | La Opinión de Zamora | La Provincia | La Nueva España | Levante-EMV | El Boletín | Mallorca Zeitung | Regió 7 | Superdeporte | The Adelaide Review | 97.7 La Radio