

LA BALLENA QUE VA LLENA, S.L.



"Aproveitamos a experiencia das axencias multinacionais nas que traballamos pero nos orientamos a clientes máis pequenos"

Soledad Arenaza Gomory / Ana Rumbao Serrano

Datos básicos

Actividade:	Axencia de publicidade
Sector de actividade	Servizos relacionados coa imaxe, a comunicación e o son
Nº empregados	2
Inversión inicial	10.000 €
Financiamento inicial:	O investimento inicial foi financiado a través de fondos propios e de préstamos. Ademais nos presentamos a concursos de emprendedores e solicitamos subvencións.
Web:	www.laballenaquevallena.com
Municipio:	Vigo, Pontevedra
Ano creación:	2007

Descripción do proxecto

Somos unha Axencia (creativa) de publicidade.

Ofrecemos un servizo integral de comunicación ás empresas, tanto interno como externo. A partir da identidade corporativa, deseño de estratexias corporativas, servizos de creatividade ou desenvolvemento de páxinas web ata un plano de marketing.

Ofrecemos servizos de comunicación e relacións públicas: contacto cos medios de comunicación, xestión de crise, envío de notas de prensa, organización de rodas de prensa, etc.



Datos empresa

Claves do éxito

Sobre todo a ilusión, o feito de crer no noso proxecto. Outro factor clave é o desenvolvemento de estratexias a longo prazo para os nosos clientes. Non nos centramos no deseño da campaña de comunicación senón na súa implicación na filosofía da empresa e nas súas oportunidades de negocio. A maioría das axencias teñen moitos deseñadores, pero non analistas que desenvolvan unha estratexia coherente co concepto e o patrón de evolución da empresa. Por outra parte, somos dúas pero temos moitos colaboradores. Profesionais especializados en diferentes áreas da comunicación (marketing directo, televisión, etc.), con quen traballamos en Madrid. Creamos a partir deles unha rede de contactos moi completa.

Deste xeito, facemos posible que pequenas empresas accedan a creativos consagrados a un prezo moi competitivo, e que sería imposible se estivesen contratados en plantilla.

Situación actual

Agora estamos moi centradas na actividade comercial para conseguir ampliar e afianzar a nosa carteira de clientes.

E estamos aprendendo, por exemplo, a non ter unha morea de departamentos que se encargan das distintas áreas da empresa: financeiro, produción gráfica, audiovisual.. (como era o caso cando traballabamos para as axencias multinacionais).

Perfil cliente

Temos clientes de todo tipo, aínda que fundamentalmente son PEMES. Traballamos bastante con empresas de alimentación, alimentos conxelados, organización de eventos, mercado de óptica, inmobiliarias, decoración, etc. Tamén colaboramos con escolas de publicidade de Madrid, axudando a organizar un festival de publicidade, a buscar patrocinadores, etc.

Os nosos clientes son calquera empresa que necesite servizos de comunicación e que queira facer algo diferente, algo rompedor. Por iso moitos dos nosos clientes son empresas novas e pequenas.



Idea inicial

Apetecíanos volver e decatámonos de que en Galicia, e en particular en Vigo, o mercado estaba virxe para o posicionamento que nós buscabamos. É verdade que existen axencias, pero cada día nacen novas empresas, a economía de Vigo está en expansión e existen múltiples oportunidades de negocio para o que nós ofrecemos. Aproveitamos a experiencia das axencias multinacionais nas que traballamos pero nos orientamos a clientes máis pequenos.

Principales dificultades y amenazas futuras

A verdade é que tivemos poucas dificultades. Tiñámolo todo moi estudado e moi claro.

Démolle voltas á idea durante un ano e nos lanzamos a crear a nosa empresa. Déronnos unha oficina no Viveiro da Cámara de Comercio de Vigo e nos concederon un crédito que nos axudou a financiar o investimento inicial.

Cando elaboramos o plano de empresa, teríamos necesitado dunha axuda, un titor que nos asesorase, pero non chegamos a solicitalo formalmente, e hoxe en día con Internet hai moita información dispoñible.

No que fai a posibles ameazas, é certo que existe competencia, pero estamos posicionadas nun mercado moi concreto. A nivel nacional existe algunha experiencia do que nós ofrecemos, pero en Galicia somos as pioneras, e iso sempre será un punto ao noso favor.

Perfil promotores

As promotoras son licenciadas en publicidade e relacións públicas e aportan o diploma de especialización internacional.

Traballaron cinco anos en Madrid en axencias multinacionais, en grandes contas como Motorola, Mcdonald's, Gillette, BMW ou Movistar.

Aptitudes necesarias

Non ter medo. Ser ambicioso. Pensar que as cousas sempre se poden facer mellor. Ter seguridade nun mesmo. Tomar as rendas. Ser inconformista.



Guía de Actividad

Axencias de publicidade (www.guias.bicgalicia.es)

Motivacións

Dedicarme ao que me gusta
O reto que supón
Gañar cartos

A independencia que proporciona
Dirixir persoas e organizacións
Ser o meu propio xefe

Formación

¿Recibiú información específica sobre a creación de empresas?

Si, na universidade.

¿Considera importante recibir formación específica sobre creación de empresas para desenvolver con éxito un proxecto empresarial?

Consideramos que non é necesario ter unha licenciatura en Empresariais para crear unha empresa, pero é necesario moverse moito, buscar información e formarte. E hoxe existen moitos programas de formación e ferramentas que axudan a suplir as carencias iniciais de formación específica sobre o mundo empresarial.

Anecdótico

A nosa primeira reunión cun cliente durou 5 horas e foi moi estraña. Cada cliente e cada proxecto son unha sorpresa.

