



## 20 años ayudando a comunicar

2009 es un año especial para Intro Ibérica ya que cumple 20 años en el mercado español de la comunicación y las relaciones públicas. Esta agencia, fundada en 1989, ha sabido encontrar su hueco en el difícil sector de la comunicación en España.

Por aquellos años 80, el negocio de las relaciones con la prensa era algo inusual y casi desconocido. Muy pocas compañías contaban con la infraestructura y el *know how* necesario para montar un negocio de estas características.

Así, después de una corta experiencia en el mundo de la distribución de productos agroalimentarios, decidí montar una empresa de comunicación y relaciones públicas aprovechando los contactos que tenía en Francia, mi país de origen.

Intro Ibérica apostó desde el inicio por un servicio basado en un trato directo y sincero con los clientes que siempre han encontrado en mi equipo el apoyo lingüístico y redaccional necesario para conseguir sus objetivos.

Muy pronto, empresas internacionales que habían puesto sus ojos en el prometedor mercado español empezaron a confiar en Intro Ibérica para promocionar sus productos y servicios.

AMD, Maxtor o Juniper en el sector tecnológico o Baume & Mercier, Le Méridien o Yves Rocher en consumo se apoyaron en nuestra agencia para darse a

conocer en España.

Todavía recuerdo cómo en esos primeros años, el trabajo se realizaba sin ordenadores ni Internet y la máquina de escribir, el fax, el correo tradicional y teléfono eran las únicas herramientas de las que disponíamos.

20 años después y en plena era digital, podemos presumir de la longevidad de algunos de nuestros clientes como el grupo Richemont, que lleva desde 1995 confiando varias de sus marcas (Piaget, Baume & Mercier, IWC, A. Lange & Söhne...) a Intro Ibérica. Otras compañías como Brocade, Monet y Liz Claiborne también han establecido estrechos vínculos con Intro Ibérica al iniciar su colaboración en 2003 y seguir actualmente trabajando con nosotros.

Actualmente, más de 30 empresas de los sectores de la alta tecnología y bienes de consumo forman parte de la cartera de clientes de la agencia.

Intro Ibérica ha conseguido en todos estos años fidelizar a gran parte de los clientes gracias a la dedicación y constancia de sus empleados y a una atención personalizada, involucrándose en todas las fases del desarrollo de negocio de las compañías.

Todo esto ha sido posible gracias a una organización siempre equilibrada de la empresa, con un reparto equitativo de las tareas y funciones de sus empleados y con

una perspectiva de negocio siempre realista y nunca sobredimensionada.

Con el paso del tiempo y los avances tecnológicos, Intro Ibérica ha evolucionado adaptando sus servicios a las nuevas necesidades de las empresas e integrando entre sus contactos a los interlocutores de los nuevos medios digitales.

Las empresas ya no solo buscan presencia en los medios tradicionales, como los periódicos, revistas, radio o televisión sino que demandan otro tipo de soportes como Internet en todas sus formas: websites, blogs, redes sociales. A día de hoy la agencia cuenta con 11 profesionales multilingües que desarrollan tareas que van desde las relaciones con la prensa (escrita, audiovisual, online) pasando por la organización de eventos y seguimiento de medios.

Es en este nuevo escenario donde la agencia quiere seguir creciendo y aportando su granito de arena, cuidando siempre el trato con los clientes y los periodistas, buscando siempre un rol de intermediario para favorecer los intereses de ambos colectivos.

El futuro de Intro Ibérica viene marcado por una apuesta decidida por nuevas formas de comunicar y relacionarse con los clientes y con la prensa a través de las redes sociales y demás plataformas digitales. 