

MACARENA ESTÉVEZ

Socio Consultor de CONENTO

“Queremos ser el Mckinsey analítico”

CONENTO aplica la matemática a la gestión de las empresas: es una consultoría analítica de marketing capaz de medir el Retorno de cada acción de Marketing. En particular, son capaces de medir la eficacia de la Publicidad y qué campañas funcionan mejor y cuáles no tanto. ¿El secreto? La gran experiencia de su “alma mater” y fundadora, Macarena Estévez y el equipo que la rodea, joven, ilusionado y preparado.

¿Cómo surge la idea de crear CONENTO?

La fundé en 2007, aunque yo antes estaba trabajando en una agencia de medios donde llevaba la parte analítica, un servicio muy demandado.

Cuando marché de allí 3 clientes importantes se “vinieron conmigo” y de estar en casa con una co-

laboradora, hoy somos 24 personas que trabajamos en la oficina.

La firma nace en 2007, al poco de empezar la crisis ¿cómo habéis crecido a pesar de ello?

Porque las campañas se han de rentabilizar y más en esto tiempos... y nosotros podemos medir la eficacia de los distintos medios: TV, radio, revistas, internet,... esto es, somos capaces de evaluar qué estrategias de medios funcionan mejor: distribución de la Publicidad a lo largo del año, campañas de TV con más o menos Prime Time, etc. Todo ello, mediante la aplicación de la matemática, la cual nos sirve como herramienta también en predicción de la bolsa, ventas, para facilitar la toma de decisiones...



Una “gurú” en su sector, que apuesta por crear empleo

Macarena Estévez, Socio Consultor de CONENTO es una persona muy conocida en el sector de la investigación de medios, ha recibido numerosos premios nacionales e internacionales y ahora su mensaje es “en un país con una alta tasa de paro, si hago crecer mi empresa contrataré más personal y crearé empleo, algo muy importante para mí; es estimulante contribuir. Quiero sentir asimismo que he hecho algo, por ello en CONENTO participamos activamente en acciones de carácter social”.

¿De qué manera empleáis dicha matemática?

Damos al cliente un modelo para que lo maneje y pueda gestionarlo, somos en un 40% consultoría, en otro 40% tecnología para desarrollar herramientas de matemáticas (tecnología amistosa, desarrollamos la “Nintendo del Director de Marketing”) y un 20% de nuestra actividad es formación analítica, enseñamos a desarrollar la inteligencia analítica del personal de las empresas, y para corroborarlo, hacemos tests antes y después de cada curso (cursos de matemática aplicada al marketing y a los medios). Lo importante aquí es que intentamos que la gente se divierta aprendiendo, lo enfocamos también como un tema de motivación de equipo.

¿Quiénes confían en vuestro “expertise”?

Trabajamos para los principales anunciantes del país: Telefónica, Pascual, Heineken, BBVA, ING, Once, Iberdrola... etc. Porque las grandes empresas son las conocedoras de estos temas: no tenemos competidores en España, al contrario de lo que nos pasaría en UK o en USA, donde allí el tema sí está más a la orden del día, así que la mayor parte de nuestros clientes son multinacionales con presencia en España, a las que servimos en exclusiva, no como un departamento más de una agencia (ya nos han intentado comprar más de una vez).



¿Quiénes te arropan en el proyecto CONENTO?

Un equipo joven que trabaja muy a gusto, tanto, que lo recomienda a amigos, familiares y conocidos. El perfil nuestro responde al de matemáticos, estadísticos, desarrolladores y programadores, más personal administrativo.

Ahora prevéis...

Crece mucho, CONENTO es una empresa saneada, con capital propio, transparencia de gestión y por primera vez, vamos a pedir financiación externa, pues mi sueño es ser el Mckinsey analítico.



MÁS INFORMACIÓN

www.conento.com