

# “No somos una ‘churrería’; ofrecemos soluciones digitales personalizadas”

Rosa Conde

Fundadora y directora estratégica de Entremetidos



**E**n 2021 Entremetidos celebró su décimo aniversario, todo un récord en los tiempos que corren. ¿Qué ha sido lo mejor y lo peor de estos años?

Lo mejor, haber podido volver a mi tierra y seleccionar los proyectos en los que quería trabajar y lo peor, aprender todos los aspectos relacionados con fiscalidad y burocracia para montar la empresa. La realidad es que muy sencillo no es.

**Marketing de contenidos, publicidad digital, posicionamiento web, SEO, SEM, analítica, diseño, merchandising...Abarcáis todos los campos del marketing digital. ¿Qué herramienta o soporte crees imprescindible para una marca que quiere posicionarse en el mundo online?** Sí, lo abarcamos todo. Nos supone esfuerzo estar al día, ya que este sector es muy cambiante y muy rápido, pero invertimos recursos en formación. Y si algún proyecto requiere de un profesional muy especializado, también contamos con una nutrida cartera con los mejores proveedores para ello. El soporte imprescindible sí o sí es una página web bien hecha, con las “tripas” incluidas (el SEO on page), y una estrategia de medición correctamente implementada para evaluar los datos que se consideren más relevantes. A partir de ahí, en función del sector de la empresa, su público y sus objetivos, se podrían establecer unos canales u otros.

**Según un informe de la APD, apenas el 37% de las empresas gallegas cuentan con planes de digitalización. ¿Las marcas también necesitan ponerse las pilas en marketing digital?** ¡Es que todavía queda mucho por hacer! Hace 10 años me dedicaba más activamente a lo que llamaba “evangelización digital” para tratar de hacer ver a las empresas lo necesario que era. Ahora ya percibo mayor conocimiento y madurez en este sentido, pero todavía falta.

“Ahora estamos ante una nueva tendencia. La experiencia. Por ahí va el metaverso”

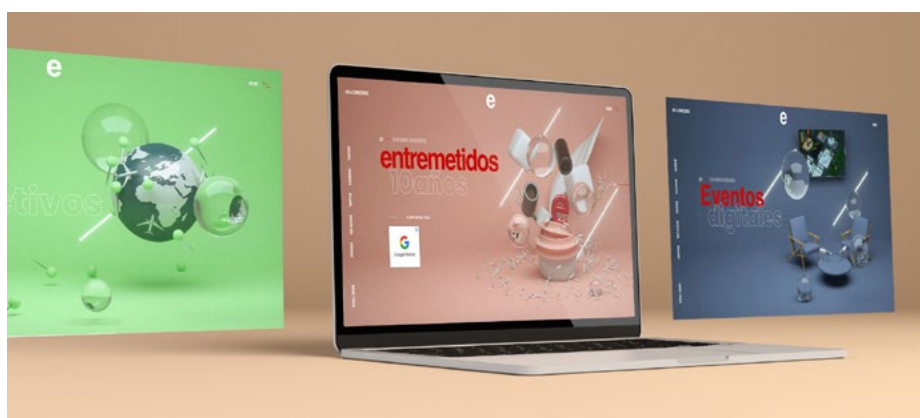
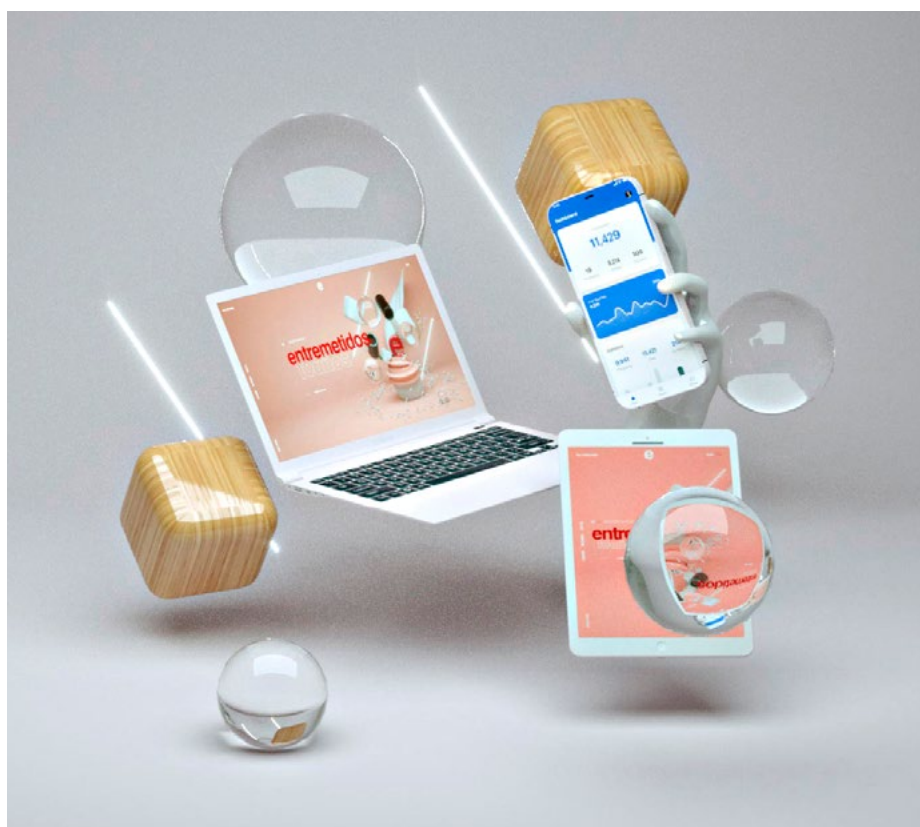
**¿Qué ofrece Entremetidos para destacar en un sector tan competitivo?** Pues ofrece “entremetarse” en los negocios de los clientes, conocerlos bien para ofrecerles soluciones realmente eficaces que garanticen resultados y optimicen esfuerzos. Eso nos diferencia y lo avalan los años y los clientes con los que llevamos trabajando desde el principio. No somos una “churrería”, no fabricamos en serie, sino que ofrecemos soluciones digitales realmente personalizadas.

**Comenzaste tu carrera en CP Proximity Madrid, has trabajado con grandes del sector y para marcas como McDonalds, Estée Lauder o Mercedes-Benz. ¿Estar en A Coruña puede ser un hándicap para conseguir grandes cuentas?** Depende a lo que le llames grandes cuentas ;) Si hablas de multinacionales, pues sí. Ese tipo de empresas firman contratos de servicios con agencias igualmente internacionales y en cada país adaptan la estrategia que marca "la casa". Así que, por muy bonito que parezca, muchas veces eso no deja mucho margen a la creatividad ni a la innovación, son puras adaptaciones. Ese es uno de los motivos por los que monté mi propia empresa. Nos interesan empresas de todos los tamaños con ganas de innovar y hacer cosas nuevas, que perciban el ecosistema digital como una oportunidad. Nosotros les guiaremos en su proceso estableciendo la estrategia y aplicando las herramientas que mejor se adapten a sus necesidades.

**En la agencia defendéis la personalización como una de las claves para tener éxito y habláis de "artesanía digital" ¿Las nuevas tendencias van por ahí?** Nuestra "artesanía digital" es aparentemente una contradicción, pero está muy pensada. Queremos transmitir que, efectivamente, la personalización -ese "traje a medida"- de la estrategia es muy importante, pero también que trabajamos con el "cincel" día a día para optimizar recursos y realizando los ajustes oportunos para mantenernos correctamente alineados con los objetivos y las estrategias definidas en cada proyecto. La personalización en comunicación y publicidad yo creo que es ya una realidad, por ahí va la publicidad programática, el remarketing, etc. Ahora estamos ante una nueva tendencia, la experiencia. Por ahí va el metaverso. Estamos en un momento de transición, como dice una amiga "ante el final de una era", y esto también va a afectar a cualquier cuestión relacionada con el ecosistema digital. De hecho, dependiendo de cómo evolucione este contexto social convulso que estamos viviendo, también se ralentizarán esas tendencias o las hará reenfocarse. Como hemos visto, por ejemplo, los chavales de 18 años que han lanzado una web tipo Airbnb para alojar a refugiados ucranianos. La tecnología al servicio del ser humano y no al revés.

**¿A lo largo de estos 11 años hay algún proyecto del que te sientas especialmente orgullosa?** Sí, muchos. Si no los hubiera no seguiría aquí, ya te lo digo. De algunos no puedo hablar por temas de confidencialidad, pero lo cierto es que de casi ninguno podría decirte que no me haya gustado sacarlo adelante. De los que sí rubricaría, ha habido de todo: desde empresas que cambiaron completamente su modelo de negocio hacia lo online -y a quienes ayudamos en toda esa transición y aquí seguimos, creciendo con ellos-, pasando por proyectos sociales en los que hemos trabajado muy desde dentro, elaborando la estrategia de comunicación y trabajando su difusión y con los que llegamos

## “Trabajar en el ecosistema digital con una visión únicamente orientada al negocio es un error”



a obtener grandes resultados. También emprendedores que necesitaban orientación, autónomos que no sabían por dónde empezar, empresas que necesitaban dar un giro a su imagen y a su forma de comunicar cuestiones muy tediosas a veces... Cada proyecto es un mundo y precisamente eso es lo que me gusta. Te obliga a estar siempre alerta, a conocer, a formarte, pero también a escuchar, a comprender, a ponerte en el lugar del otro. De todas formas, y eso que vaya por delante, creo que trabajar en el ecosistema digital con una visión únicamente orientada al negocio es un error.

**¿Cómo valoras la labor del Clúster da Comunicación de Galicia? ¿Y los Premios Paraguas?** No puedo valorar completamente su labor por no haber tenido excesivo contacto, pero me alegra que den voz a pequeñas empresas como la mía a través de esta entrevista, por ejemplo. Los Premios Paraguas nos encanta que existan, aunque por ahora no hemos tenido la suerte de llevarnos nada (jeje!). Lo seguiremos intentando ;)