

13-11-08

Entrevistados: Lic. Mariana Petrina, Consultora Vértice
Ing. Javier Gueudet, Desarrollo de Negocios de Data Factory

GS: La otra empresa pyme que ha ganado un Eikon es Data Factory, la Consultora es Vértice, por eso está Mariana que nos acompaña y por Data Factory está Javier Gueudet, de Desarrollo de Negocios de Data Factory y para comenzar les pedimos que también nos digan qué es Data Factory.

JG: Como no. Data Factory es una empresa que toma información de carácter público, la produce y luego la entrega a distintos clientes para que sea publicada en distintas plataformas, puede ser un sitio web, puede ser una revista, un diario, un celular, o sea un SMS, o a través de WAB también celular o también en televisión en los sistemas digitales de cable, servicio de información digital de cable.

GS: Es información pública, por ejemplo?

JG: Hay diversos ejemplos, los dos productos más importantes son: información en televisión y deportes. Un ejemplo de deportes puede ser los resultados de un partido Boca – River, en algún diario ven la cajita que va mostrando los resultados y las incidencias, esa información es provista por nosotros y en el caso de la televisión, para el servicio digital de información, que muestra en la pantalla la película, los actores, la sinopsis.

GS: Personalmente pensaba que ésa era información, era producto del medio, no que esa información estaba tercerizada.

JG: Muchas veces las empresas lo tercerizan porque así se desentienden del tema. O sea nosotros nos ocupamos de mantener toda la información de todos los canales de cable, de todas las señales, actualizadas, porque tenemos contacto directo con todas las señales del cable operador. Eso puede ser en el servicio digital de la tele, o puede ser en una revista o puede ser en un buscador web, también del cable operador.

GS: Viste Diego que cada día se aprende algo nuevo.?

Diego Dillenberger: Sí, sí, es interesante.

GS: Y cómo hace Vértice para asesorar a una empresa de este tipo?

MP: Ante todo buenas tardes, nosotros comenzamos a trabajar con Data Factory en el 2006, hace dos años, Data Factory comenzó como un microemprendimiento y comenzó a crecer a nivel regional y la idea era generar alianzas internacionales, con lo cual ésto provocó un cambio en la estructura interna y externa. Lo que se diagnosticó era que debíamos traducir los objetivos

empresariales en objetivos de comunicación y se trabajó en una campaña integral y aquí es donde nos relacionamos con Eikon.

GS: Perdón, me quedó pendiente, cuántas personas trabajan en Data Factory?

JG: En total somos cerca de 40, entre Argentina, Colombia, Uruguay y México.

GS: Y en qué categoría de Eikon se presentaron?

MP: Nos presentamos en comunicación integral. Ahí ganamos el segundo puesto y fue todo un cambio para Data Factory, un desafío para nosotros convertir una empresa que estaba creciendo, tenía mucho potencial en una pyme y con presencia tanto en los medios nacionales y generar una visibilidad mucho más importante.

JG: Esto nació como un proyecto unipersonal de Ernesto Cambursano, que es el Director y que hoy no pudo venir y él diseñó la imagen, porque él había estado en medios, en comunicación, en Clarín y demás y ya tenía importantes para la época..como Clarín, ESPN, WOL, pero necesitaba expandirse más regionalmente y por eso fue que recurrimos a Vértice para que nos ayuden a trabajar en la imagen.

GS: Ustedes trabajan el tema imagen, el tema medios...

MP: El programa de la campaña de comunicación integral se basó en cuatro programas: el programa de comunicación interna, el de comunicación externa, relaciones con los medios, el de diseño del discurso institucional y también el programa de identidad visual. Identidad visual fue lo primero que atacamos porque Data Factory tenía, como explicó él, un diseño muy rústico y se le comenzó a dar un diseño que tradujera lo que ellos estaban haciendo, que es fábrica de contenidos, fábrica de datos, por eso se llama Data Factory. Se comenzó a trabajar con el diseñador en un montón de modelos, se le presentó al Director y al equipo de Data Factory y entre todos se decidió cual era el que mejor comunicaba la esencia de la compañía, A partir de ahí también se trabajó sobre la comunicación interna, que fue armar toda una nueva estructura, el crecimiento llevó a que las comunicaciones internas un poco se diluyeran, entonces necesitábamos una estructura más horizontal para el staff y una comunicación ascendente y descendente bien organizada.

JG: Es muy importante porque mucha de la gente del equipo trabaja en forma de teletrabajo, desde sus casas, un buen porcentaje, casi un sesenta y cinco por ciento. Por eso era importante mantener esto aceitado para que funcione la empresa, fue de mucha utilidad.

GS: Muy interesante. Y lógicamente el premio significó para Data Factory un empujón para todo, la imagen, la comunicación y estimula también para seguir trabajando, en el caso de ustedes también como consultora.

JG: Seguro y más que nada una confirmación que la elección había sido correcta y que habíamos recorrido el camino que debíamos.

GS: No sé si desean agregar algo más sobre el tema.

MP: No. Agradecer también a Diego la posibilidad de darles ésto no solamente a las empresas sino también a la profesión, es como decían los chicos de Visión Empresarial las Relaciones Públicas y el trabajo de comunicación no es tangible y está bueno que haya una revista que lo premie.

DD: Y si Data Factory, el cliente, se dio cuenta que el trabajo de la consultora y esto vale para todas, por supuesto, si el trabajo de la consultora es valioso, entonces sirvió.

GS: Claro, por supuesto. Bueno, dos palabras Mariana sobre formación y qué estás haciendo en estos momentos en Vértice y en tu caso Javier tu formación y tu puesto en Data Factory.

MP: Soy Licenciada en Relaciones Públicas de la Universidad de Lomas de Zamora, estoy trabajando en Vértice hace un año, yo participé en la segunda etapa de la campaña y antes estuve trabajando en la revista con Diego, como asistente de Relaciones Institucionales.

GS: Ah, conocías bien cómo era el tema de los Eikon.

MP: Bueno y hace dos años me recibí, así que es bastante reciente, pero estoy convencida que es lo que me gusta y darle para adelante con la comunicación.

GS: Y en el caso de Vértice también se ocupa de comunicación de pymes?

MP : No, Vértice tiene cuentas pequeñas, medianas y grandes. Hace catorce años que está en el mercado, no sólo con cuentas como Data Factory, de software de tecnología y sigue creciendo.

GS: Y en el caso tuyo Javier, tu puesto en la empresa cuál es?

JG: Yo soy ingeniero industrial del ITBA y mi puesto fue variando. Lo conocí a Ernesto Cambursano en el 2006, a través de un subsidio del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires que le otorgó a Data Factory y por intermedio de ese subsidio él obtuvo una tutoría de un año por parte de Emplear, que es una organización sin fines de lucro que da asistencia a emprendimientos. En ese momento trabajaba en Emplear y lo conocí a Ernesto y él me tomó y me invitó a ser parte del equipo y siempre estuve acompañándolo a él y hace poco en la parte de Desarrollos de Negocios, más que nada en el trato con clientes y en el desarrollo de nuevos clientes y nuevos productos para clientes con la intención de expandir Data Factory hacia toda la región.

GS: Les agradecemos mucho que hayan venido, que nos hayan explicado que es Data Factory y cómo ganaron el premio y las puertas de este programa están abiertas para cuando quieran volver a contarnos algo, con mucho gusto acá estamos.

MP: Muchas gracias.

JG: Muchas gracias por la invitación