



Lucía Rodríguez Gerente de Asena Consulting

“Hemos logrado ahorros energéticos de más de dos millones de euros”

“Lo importante no es apagar la luz, sino saber cómo mantenerla encendida”. Con este lema la asesoría energética Asena Consulting optimiza el consumo energético de las empresas, consiguiendo importantes ahorros para sus clientes.

que lo hace la Bolsa, por lo que es necesario contar con la experiencia de profesionales en el sector para que les asesoren, por ejemplo, acerca de cuál es el mejor momento para la negociación de precios. De esta forma, nuestros clientes pueden ocuparse de los asuntos importantes que atañen a sus negocios, y dejarnos estas cuestiones a nosotros.

¿Cuáles son los principales problemas que les plantean?

Lo que más les preocupa, evidentemente, es el coste de los suministros, debido a la subida de los precios. Además nos solicitan asesoramiento en cuanto a cambios normativos y nos piden ayuda para lograr optimizar sus costes en el día a día de sus compañías. También nos piden que nos ocupemos de la gestión con las compañías energéticas, que ha-

gamos de intermediarios. Estas suministradoras tienden a ser muy opacas y utilizan una terminología que el cliente final no entiende.

Al hilo de lo que me comenta, ¿considera que se han cumplido las expectativas en cuanto a la liberalización del mercado energético?

Creo que no se han cumplido. Se pensaba que con esta liberalización habría una mayor competencia y bajarían los precios, pero no ha sido así, los precios son muy parejos entre las cuatro comercializadoras que copan todo el mercado.

Ante este escenario, ¿cómo logran optimizar el consumo energético de sus clientes?

Es necesario conocer las necesidades de



cada cliente; de esta forma podemos dotarles de las soluciones adecuadas para lograr una eficiencia energética, que se traduzca en ahorro de costes. Además, como ya hemos comentado, debemos estar siempre al día de las variaciones del mercado.

¿Qué resultados están obteniendo?

Con estas medidas de eficiencia energética, hemos conseguido para nuestros clientes un ahorro económico muy importante. Por poner un ejemplo reciente, en el último año, a una empresa de distribución alimentaria líder en España, le hemos conseguido un ahorro global de dos millones de euros, negociando las condiciones económicas y optimizando su facturación.



www.asena.es

En un sector tan complejo y cambiante como el energético, ¿de qué forma ayudan a las empresas en el desarrollo de sus negocios?

Nuestros clientes son empresas, muchas de ellas multinacionales, por lo que los gastos energéticos les suponen una partida muy importante. Por este motivo, solicitan los servicios de asesorías energéticas como la nuestra, que les ayuden a optimizar estos consumos.

El mercado energético sufre continuamente variaciones normativas y fluctúa al igual



Sra. Pilar Ruiz-Rosas CEO de El Cuartel

“Trabajar con calidad es el mejor premio que podemos obtener día a día”

¿Qué ha supuesto para ustedes recibir este reconocimiento?

Ha sido realmente gratificante ya que en este caso, no sólo se premia un trabajo concreto, una campaña o un anuncio con chispa, sino a toda la agencia. Además, llega justo en el décimo aniversario de El Cuartel, y a la vez que empieza a vislumbrarse una recuperación en el sector.

Se autodefinen como un “ejército de creativos preparado para ganar batallas publicitarias”. ¿Qué considera que hace falta hoy en día para poder competir en este complejo sector?

Somos un equipo de valientes con sede en Madrid y Málaga, con clientes en Oslo, proyectos en América, norte de África, etc. Somos de una localidad llamada “Mundo”, ya no importa donde te sientas cada mañana, sino lo cerca que estás de tus clientes, no físicamente, sino por afinidad. Sentimos cada marca como si fuésemos accionistas de ella.

Solo conocemos una forma de evolucionar

“Desechamos todo aquello que no emocione, pues es el único modo de llegar al público”

nar y es desechando todo aquello que no emocione, pues es el único modo de llegar al público y ofrecer resultados a nuestros clientes.

¿En qué pilares basan su estrategia de éxito empresarial?

Nuestros pilares son: una fuerte planificación estratégica, una visión creativa e inconformista, y considerar a los clientes como aliados.

A nivel interno, hemos logrado algo impensable en una agencia creativa: optimizar todos los procesos de trabajo siguiendo el modelo europeo de excelencia em-

presarial EFQM. Trabajar con calidad es el mejor premio que podemos obtener día a día.

¿Cuáles son algunos de sus trabajos más representativos?

El proyecto más ambicioso geográficamente que llevamos a cabo es con Yara International ASA, el mayor productor mundial de abonos. Además, El Cuartel trabaja para diversos anunciantes con miras en mercados internacionales, como Mayoral, Alstom y Turismo de la Costa del Sol. Desde 2007, somos la agencia de publicidad de Unicaja Banco, y desde 2012 desarrollamos acciones de marketing relacional para Oracle en Europa.

Hábleme del proyecto INRED. ¿Qué objetivos persigue?

INRED es la primera red de agencias regionales de España, una gran coalición formada por ocho empresas referentes en su territorio, cuyo objetivo es hacer líderes a las marcas a nivel “glocal”: pensar en global, actuar en local. Nuestro lema es: “la colaboración hace la fuerza”.

Según los Premios Control 2014, otorgados por una prestigiosa publicación del sector de la publicidad, El Cuartel es una de las tres mejores agencias independientes de España. Un “ejército de creativos” que declara la guerra al aburrimiento y lucha con pasión y compromiso por la eficacia de cada campaña.

ELCUARTEL

www.elcuartel.es