

# dossier de prensa

Comunicación & RR.PP Redbility  
Marian Gómez Campoy

[marian@mariangomezcampoy.com](mailto:marian@mariangomezcampoy.com)  
Tel.: +34 639 03 18 98  
[@MarianGCampoy](#)

# índice

¿Redbilty?.....	3
¿Quieres conocer nuestra historia?.....	4
¿Y los elementos que nos diferencian?.....	6
¿Y qué es lo que hacemos tantas horas en la oficina?.....	7
¿Sabías que nuestro equipo piensa en colores, no se define porque se limita y da, a problemas complejos, soluciones creativas? MonDieu;.....	8
¿Te enseñamos algunos ejemplos de nuestros trabajos?.....	11

# ¿redbility?

Redbility es una compañía especializada en *crear y desarrollar soluciones globales de alta complejidad en entornos digitales*, con claros objetivos de negocio y conversión. Desde 2004, Redbility aplica la *innovación* en todos sus procesos de trabajo combinando estratégicamente y de forma pionera *la razón con la emoción*. Obteniendo un claro posicionamiento en el mercado y una alta diferenciación cualitativa en los proyectos que realiza.

En la actualidad, Redbility está formada por un equipo de profesionales con plena implicación en el proceso de desarrollo, visión de conjunto y alta especialización en cada una de las áreas: Investigación a través de la división de Redbility Research (sobre el entorno competitivo, análisis del comportamiento del usuario, nivel de usabilidad y tiempo de aprendizaje), desarrollo de estrategias gráficas, arquitecturas de información, diseño y análisis de sitios Web.

Entre sus trabajos a nivel nacional e internacional destacan: (E-commerce) Tienda Cuatro, Venca, J. García Carrión (E-servicio) Páginas Amarillas, Bodaclick, infoempleo (Corporativa) Telefónica (*Premio Finantial Times Bowen Craggs Index a la eficacia en web corporativa*), Sanitas (*Primer Premio en la I Edición de los Premios Favoritos en la Red, creados por Diario Médico y Correo Farmacéutico*) (Promocional) Armani Roca (Social media) Yunait, El País Semanal y Unience (Branding) Banco Popular, Turismo 2020, Infoempleo, VerTierra. (Comunicación) D. Simón y Eventoclick, (Investigación) Carrefour, Ebay, Instituto de Empresa, entre otros.

[www.redbility.com](http://www.redbility.com) también en: [facebook](#) / [twitter](#) / [linkedin](#)

# ¿quieres conocer nuestra historia?

Redbility nace en 2004 de la mano de **dos pioneros en el sector de Internet**, Antonio Gutierrez Hinojosa y Susana Pérez Prado, con el objetivo de crear y desarrollar **soluciones globales para entornos digitales**. Ambos, a lo largo de su amplia trayectoria profesional, habían identificado que para que un sitio web funcionara, necesitaban encontrar un equilibrio entre la usabilidad y la motivación. Juntos crearon un concepto claramente innovador en el mercado que les posicionó como referente en el mundo de los servicios interactivos: **uniendo la emoción y la razón**. A esto, le incluyeron la etapa de **investigación** que, casi inmediatamente, pasó a manos del tercer socio fundador; Daniel González Vilalta. Esta división en la actualidad, dentro de nuestra compañía, ha pasado a denominarse como Redbility Research.

*“Resultados científicamente controlados”.*

[www.redbilityresearch.com](http://www.redbilityresearch.com)

*Redbility Research* realiza las investigaciones online necesarias para asegurar el éxito de los proyectos, tanto de manera previa como durante el desarrollo. En general, están orientadas a conocer al usuario al que se dirige el producto y al uso que hace del mismo.

Mario Sánchez fue el cuarto pilar (socio) de Redbility pasando a coordinar la parte de diseño (signo, también distintivo, en los trabajos de la compañía) y experiencia de usuario. Desde el principio los cuatro estaban de acuerdo en que **el equipo de trabajo tenía que cubrir todas las fases del desarrollo**. Desde la conceptualización hasta la programación. Ofreciendo además, un sello de calidad que fuera un valor añadido de cara al exterior.

# Las razones de nuestro crecimiento

A lo largo de estos años, Redbility que encontró **una oportunidad en el mercado gracias a su propuesta diferenciadora de producto**, ha crecido considerablemente ocupando un justo hueco en el sector. Nuestro **equipo humano, la actitud de superación, el inconformismo, la credibilidad y el compromiso**, así como la **metodología** con la que trabajamos, han hecho que clientes como Telefónica, Páginas Amarillas, García Carrión-Don Simón, Armani Roca, NH, Bodaclíc, Infoempleo, Venca, Carrefour, El Mundo o la Casa del Libro entre otros hayan confiado en nosotros.

Pero para variar no nos conformamos...y seguimos trabajando para seguir escribiendo más líneas en nuestra historia.

# ¿qué elementos nos diferencian?

**Nuestra metodología.** Entendemos que **la implicación del equipo** es fundamental en todas las fases del desarrollo de un proyecto. Desde la conceptualización, pasando por el desarrollo, hasta la implantación. Y de la misma manera, **nos integramos con los equipos que están involucrados** en el proyecto y que provienen de nuestro cliente.

**Nuestro enfoque.** Nos tomamos muy a pecho los resultados de las compañías con las que trabajamos. Por eso, tenemos siempre al **usuario final en el centro de todos nuestros procesos**.

**La calidad.** Buscamos constantemente la excelencia en todas las etapas del desarrollo. No nos conformamos con las primeras ideas, y no cerramos un trabajo hasta que realmente no estamos conformes.

**La creatividad.** Dice Mario que “a problemas complejos soluciones creativas” No nos da miedo tirar para construir, y sólo cuando estamos plenamente convencidos damos por terminado el proyecto.

**El trabajo y la ilusión.** Desde que iniciamos este camino tuvimos claro que, con Redbility, no nos íbamos a hacer ricos. Lo que hemos hecho ha sido materializar nuestra forma de pensar, de hacer y de vivir el trabajo. Cada proyecto se convierte en un reto, es una evolución en sí mismo. Nunca repetimos esquemas, ni diseños, ni estructuras. Cuando buscamos un nuevo colaborador, además de la calidad profesional, valoramos la actitud ante el trabajo y el equipo. Buscamos a gente que realmente vive este mundo como si fuera parte de él mismo.

# ¿y qué es lo que hacemos tantas horas en la oficina?

Nuestro proceso creativo en unos cuántos pasos.

Paso 1: Cuando un proyecto cae en nuestras manos, trabajamos con nuestro cliente para entender en profundidad cuáles son los **objetivos de negocio, los potenciales usuarios y sus necesidades**. Esas necesidades se transforman en ideas, las ideas en estrategias y las estrategias en planes de desarrollo. La innovación, la creatividad y la usabilidad son constantes que nos acompañan en todo el proceso para definir estrategias diferenciadoras y planes de desarrollo viables, adaptados a las necesidades de nuestros clientes.

Paso 2: Antes de comenzar con el desarrollo, **investigamos para dar respuestas a las dudas** que pueden ayudar a definir, qué posicionamiento debería tener el nuevo proyecto. Orientamos la investigación a la toma de decisiones estratégicas sobre un producto, servicio o empresa. Analizamos el mercado y al usuario, lo caracterizamos, e identificamos sus necesidades y expectativas.

En el paso 3: **Aplicamos técnicas de Innovación abierta, estratégica y operativa**

Innovamos aplicando una nueva estrategia a través de portales Crowdsourcing. Co-creamos con personas externas al proyecto, y combinamos el conocimiento interno y externo para aportar a nuestros trabajos ideas novedosas y creativas, que aportan un nuevo punto de vista.

En el paso 4: Una vez terminado el proceso de investigación llega la parte de creación: **Realizando diseños estructuralmente innovadores, de gráfica rompedora y de carácter inconformista**. Nuestro mundo evoluciona constantemente y nosotros tenemos que aprovechar esta evolución con la intención de conseguir más valor para nuestros clientes. (Arquitectura de Información, Diseño de interacción)

Paso 5: Durante el proceso de desarrollo, continuamos investigando para asegurar que los objetivos iniciales se alcanzan. **Buscamos mantener una elevada Experiencia de Uso en todo el proyecto** (Control de la Usabilidad, de la Arquitectura de la Información, de la Estrategia de interacción, etc.) (Investigación operativa)

Paso 6: **Trabajamos la gráfica y la estética para crear entornos atractivos y comunicativamente aspiracionales** con el objetivo de realizar una conexión emocional con el usuario objetivo. (Diseño de interface y estrategia de comunicación).

Paso 7: Es el último paso, dónde **la experiencia de Uso afecta directamente**. Estamos trabajando para un medio, por tanto lo primero que hay que tener en cuenta es este medio. Desde que se comienza con el proceso servilleta en la fase de arquitectura pasando por la creación del prototipo (un documento que tiene como base la tecnología) y terminando en la capa visual.

***“No nos sirve diseñar un coche de plastilina por muy bonito que sea si no puede transportar personas”***

Y para que la creatividad esté siempre presente hemos creado un nuevo concepto de organización en nuestra oficina estructurando espacios de trabajo abiertos donde la información fluye constantemente.

¿sabías que nuestro equipo piensa en colores, no se define porque se limita y da, a problemas complejos, soluciones creativas? MonDieu!



De izquierda a derecha Antonio Gutiérrez Hinojosa, Mario Sánchez, Susana Pérez y Daniel González Vilalta

**Antonio Gutiérrez**  
**Founding Partner. Strategic E-Business Creativity Director**  
**“Pienso en colores luego existo”**

*Si quieres estar informado sobre creatividad y desarrollo de negocio sigue a Antonio en twitter*  
**@AntGutHinojosa**

Si te descuidas y no vas por Redbilly en unos días puedes descubrir que todo ha cambiado. Antonio, en su constante incitación y provocación al cambio y a la creación en equipo, promueve el uso del espacio como medio de comunicación, de inspiración. Su mundo y su vida giran en torno a las disciplinas artísticas, al diseño, a la creatividad y al uso de ésta como medio de comunicación y de evolución. Sus últimos trabajos se centran en crear espacios virtuales para negocio y en estrategias motivadoras de interacción. Después de 23 años de experiencia como comunicador gráfico y más de 15 en la definición de interfaces digitales, afirma que: *“internet ha dejado de repetir esquemas de otros medios para tener su propio lenguaje y sus propias reglas de relación entre las personas”*.

**Susana Pérez Prado**  
**Founding Partner. Strategic & Planning Director**  
**“No me quiero definir porque me limito”**

*Si quieres saber de estrategia y planificación, de gestión de equipos y consejos para el emprendimiento sigue a Susana en Twitter. @supepr*

Susana visualiza los proyectos a la velocidad de un rayo y sabe transmitir la emoción de cara a un cliente mientras se toma un té en la oficina y resuelve algún problema operativo. Lleva trabajando en esto trece años y dice que: *“en todo ese tiempo me he levantado muchas veces, he aprendido muchas cosas y eso te hace tener una perspectiva real de cómo es la realidad y cómo puede llegar a ser”*. En Redbilly se encarga de la definición estratégica de los proyectos y su planificación. Su fuerte: dar soluciones creativas diferentes que además aporten un valor adicional al negocio.

**Daniel González Vilalta**  
**Founding Partner. Analysis & Research Director**  
**“Mon Dieu!”**

*Si quieres tener una referencia en el mundo de la investigación online sigue a Daniel en twitter*  
**@dgvilalta**

Daniel representa la parte más racional de Redbilly. De hecho así se define. Y tan pronto monta un plan de innovación abierta estratégica, como descubre una nueva técnica de investigación para solucionar ese problema que le acaba de contar un cliente. Es un consultor templado e innovador, que aplica las soluciones técnicas más novedosas, para dar a sus clientes las respuestas que buscan y transmitirles su experiencia y conocimiento. Le gusta tener bajo control los proyectos y transmitir seguridad en entornos complicados. Su fuerte: La capacidad de análisis.

**Mario Sánchez**

**Founding Partner. Creativity & User Experience Directo.**

“A problemas complejos soluciones creativas”

*Si quieres tener una clara referencia en el mundo de la arquitectura de la información, la tecnología o el diseño sigue a Mario en twitter @soymarios*

A Mario lo que le va es el **diseño**, el diseño de interacción, la experiencia de usuario y el diseño de marca. Mantiene un equilibrio entre lo racional y lo emocional. Defiende que la creatividad es necesaria en cualquiera de las fases del proceso de creación. Le diferencia como profesional; su estilo de trabajo. Es metódico, perfeccionista y le gusta coordinar las cosas directamente. Su fuerte: La gestión y optimización de los equipos de trabajo.

# ¿Quieres conocer algunos de nuestros trabajos?

**Branding: Efron:** Identidad de marca aplicada a todos los aspectos de la comunicación. <http://www.redbility.com/proyectos/efron/>

**Eventoclick:** Redefinición del modelo de interacción y creación de nueva identidad visual. <http://www.redbility.com/proyectos/sitio-web-eventoclick/>

**Infoempleo:** Sitio Web de producto e imagen corporativa. Evolución del modelo de negocio de Portal web a Red profesional. <http://www.redbility.com/proyectos/infoempleo/>

**NH:** Sitio web de producto. [Http://www.redbility.com/proyectos/nh-bristol](http://www.redbility.com/proyectos/nh-bristol)

**Turismo 2020 (segittur):** Identidad corporativa y sitio web de producto. <http://www.redbility.com/proyectos/turismo-2020>

**VerTierra:** Nueva marca, nuevo sitio web, nuevos soportes y nueva forma de crear clientes <http://www.redbility.com/proyectos/vertierra>

**Comunicación: Ebay:** Portada de producto on line. Nueva estrategia de comunicación para web de subastas. <http://www.redbility.com/proyectos/ebay>

**D.Simón:** Sitio Web. Elevar la imagen de producto, reforzar el posicionamiento de marca. <http://www.redbility.com/proyectos/don-simon-zumos>

**E-Commerce: J. García Carrión:** Sitio web comercial y tienda de vinos. <http://www.redbility.com/proyectos/vinos-de-familia> <http://www.redbility.com/proyectos/tienda-de-vinos>

**Venca:** Nueva tienda online. Superó con creces las expectativas de ventas y la captación de nuevos clientes alcanzó su máxima cuota.

<http://www.redbility.com/proyectos/venca-tienda-online>

**Tienda de Cuatro:** Rediseño de la tienda online con un incremento de ventas de un 500 % <http://www.redbility.com/proyectos/la-tienda-de-cuatro>

**E-servicio: Páginas Amarillas.** Directorio On line. Dinamización y rediseño web de la interfaz de usuario. <http://www.redbility.com/proyectos/paginas-amarillas>

**Boda click:** Sitio web comercial. En 2009 el 70% de las parejas que se casaron en España gestionaron su boda a través de [bodaclick.com](http://www.bodaclick.com). Nuestro mejor ejemplo de cocreación con el cliente. <http://www.redbility.com/proyectos/bodaclick>

**Corporativa: Telefónica.** Sitio web corporativo. Desarrollo conceptual y diseño del primer site web corporativo de Telefónica. *Premio Finantial Times Bowen Craggs Index a la eficacia en web corporativa*

<http://www.redbility.com/proyectos/telefonica-corporativo-2008> ,

**Sanitas: Identidad On Line** *Primer premio en la I Edición de los Premios Favoritos en la Red, creados por Diario Médico y Correo Farmacéutico.* Mejor experiencia de usuario = más potencial de captación

<http://www.redbility.com/proyectos/sanitas>

**Promocional: Armani Roca.** Sitio web para acción de co-branding entre ambas marcas.

<http://www.redbility.com/proyectos/armani-roca>

**Social Media: El País Semanal. Suplemento On line.** Diseño de aplicación participativa con aceptación multitudinaria. <http://www.redbility.com/proyectos/el-pais-semanal>

## Nuevos Proyectos en proceso:

Instituto de Empresa IE Way, Carrefour, El Sevier, Casa del Libro, e-informa, Chemo, Ebay, Páginas Amarillas.

