



Oliver Macedo Benítez

Tel: 9992977827

- Dueño y Director general de Research Evolution S.C.P., como director de Research mi labor fue administrar de manera eficaz los recursos de la empresa, así como generar y aplicar estrategias para mantener a nuestros clientes e ir generando nuevos cliente que se mantuvieran con nosotros a largo plazo.
- Director de la plaza de Mérida en INMEGA Investigación de Mercados, S.C., El principal reto fue entrar en el mercado yucateco de la investigación de mercados, lo cual logramos con éxito atendiendo clientes como: Tere Cazola, Galletas Dondé, Megamedia, Kekén, entre otras empresas importantes del sureste.
- Gerente de análisis de INMEGA Investigación de Mercados, S.C., empresa de inteligencia de mercado, atendiendo clientes como: Gruma, Brown – Forman, BASF The Chemical Company, Urrea, Cemex, entre otros.
- En un entorno tan cambiante dar soluciones rápidas y enfocadas a los clientes se ha convertido en mi prioridad, motivo por el cual he sido el encargado de desarrollar nuevas metodologías siendo la mas importante en la actualidad 4UCT (Four urgent concept / Product test).
- 21 años de experiencia profesional en el área de Mercadotecnia y Publicidad a través de Investigación de Mercados y del claro entendimiento del consumidor.
- Participe activamente en la AMAI como parte del comité de desarrollo de proyectos.
- He escrito un artículo sobre los nuevos valores de la investigación de mercados para el boletín mensual de ESSOMAR como miembro de la misma
- El trato constante con mis clientes me ha dado la capacidad de entender el entorno y las necesidades así como las de sus marcas y sus retos de negocio lo cual asegura que la información generada realmente contribuya en su desarrollo estratégico (escuchar a los clientes) especialmente con clientes como Wal-mart de México, Gruma, Liverpool, El Diario de Yucatán, Keken por mencionar algunos.
- Una de mis mas grandes retos ha sido y seguirá siendo entender a un nuevo consumidor (consumidor inteligente) que ha llegado para quedarse.

- Durante cuatro años trabaje hombro con hombro con Colgate – Palmolive lo cual me permito crecer de manera profesional y lograr ser uno de sus principales proveedores de inteligencia de mercado, así como participar activamente en el desarrollo y mejoras de las distintas categorías.
- Posteriormente tuve la oportunidad de laborar como inplant en Walmart de México donde fui el encargado de todos lo estudios de mercado para sus marcas estratégicas y así afinar cada vez mas mis conocimientos en el área de pruebas de producto, en todas sus modalidades y categorías y así diseñar una metodología que permita alos cliente obtener un mayor foco en cada una de las características de sus productos.

ESTUDIOS:

- Egresado de la Universidad Tecnológica de México, en la carrera de Mercadotecnia.

HABILIDADES:

- Destacan mi gran capacidad analítica y foco estratégico que me permiten convertir análisis estadísticos en soluciones de mercado que generen valor agregado para las estrategias de mis clientes,
- Creatividad y siempre dispuesto a enfrentar los retos que se presenten entendiendo el constante cambio del entorno de las categorías y del consumidor, logrando identificar los insights de los consumidores y de las categorías.

Empleos

Research Evolution Dueño y Director general	Mexico	2014 – 2021
INMEGA Director plaza Mérida	Mexico	2012 – 2014
INMEGA Gerente de analisis y procesamiento	Mexico	2010 – 2012
BRAIN RESEARCH Analista Sr., Implant Walmert de México	Mexico	2006 – 2009
ANALITICA MARKETING Ejecutivo de cuenta Jr.	Mexico	2002 – 2006
MASKRICT PUBLICIDAD Gerente de ventas y mercadotecnia	Mexico	2001 – 2002

Cursos y Seminarios

- ¿Cuántos puntos necesitas para transformar a México? (AMAI) 2011
- 2020 ¿Nuevas reglas de juego? (AMAI) 2010
- Seminario de niveles socioeconómicos y tendencias(Walmart México) 2009
- Insights ¿Razones o emociones? (AMAI) 2008
- Excelencia en comunicación (LA PALABRA) 2008
- El arte de hablar en público (LA PALABRA) 2008

Mi mayor aprendizaje como Mercadólogo

“ Entender el comportamiento del nuevo perfil inteligente del consumidor se traduce en creatividad estratégica para las marcas”