Reportaje

Una nueva profesión al calor de las redes sociales

El 'community manager' se convierte en el cargo de moda en las empresas para interactuar en las webs 2.0

TEXTO ALFONSO SIMÓN

Aquel empleado al que le gusten las nuevas tecnologías e internet tal vez tenga una nueva oportunidad en su empresa o fuera de ella: ser un *community manager*. "Es la profesión de moda", señala Guillermo de Haro, profesor del IE Business School. "Es lo *trendy*", la tendencia, confirma Carlos Monserrate, socio de la empresa de selección Odgers Berndtson. ¿Pero en qué consiste esta nueva profesión? "Es la voz de la comunidad online hacia la empresa y viceversa, la voz de la empresa en la comunidad", explica José Antonio Gallego, presidente de Aerco, la asociación que agrupa a estos profesionales.

Con el boom de las redes sociales, como Facebook, Tuenti, MySpace o Twitter, y de las webs 2.0, donde lo crucial es la participación y el dialogo entre usuarios, las empresas vieron que no podían descuidar ese flanco de consumidores, aquellos que con sus comentarios tenían la capacidad de perjudicar o beneficiar a una empresa, además de suponer un nuevo reto para llegar a los potenciales clientes que abandonan otros canales publicitarios como la televisión o la prensa. La profesión surgió en EE UU y desde finales de 2008, con la maduración de redes como Facebook, llegó a España. Ya son 1.500 asociados en Aerco en apenas dos años. "Hay una demanda brutal por parte de las empresas, no es sólo una moda", afirma el profesor De Haro.

El trabajo de gestor de la comunidad, según Gallego, consiste en oír todo lo que se dice sobre la compañía en internet, entender cómo se relacionan sus potenciales clientes en las redes sociales y añadirles valor, a través de campañas, por ejemplo. A la vez, debe ser capaz de comunicar internamente lo que ocurre en la red, estar al tanto de las nuevas herramientas tecnológicas y, muy importante, ser capaz de idear una estrategia de negocio y producto. "A la larga, de lo que se trata es de aumentar los ingresos de la empresa, de ser capaces de ver nuevos negocios y tendencias del mercado. Lo que no importa es cuántos fans tengamos en nuestra página de Facebook", comenta.

Tampoco se trata, como pudiera parecer, de contrarrestar y contestar a los comentarios, fotos o vídeos negativos de los usuarios, asegura el presidente de Aerco. "Eso no funciona. Incluso puede empeorar las cosas. Es el llamado *efecto Barbra Streisand*". Esta actriz estadounidense demandó a una web por colgar fotos aéreas de su casa, unas imágenes tomadas en una campaña de denuncia sobre viviendas pegadas al litoral californiano. Lo que consiguió la cantante fue un efecto de solidaridad de internautas, por lo que miles de sitios reprodujeron las instantáneas.

Casi todas las grandes empresas, como Repsol, Telefónica, BBVA, Caja Madrid o Banco Sabadell, señalan desde Aerco, tienen estos cargos, bien dentro de la empresa o a través de una agencia externa. Gallego apuesta por que el responsable sea alguien de la casa, a nivel directivo, con capacidad de influencia interna (los ojos y la voz de la corporación), pero que tenga visión estratégica a largo plazo.

La novedad del cargo, que a veces se reparte entre varios empleados con diferentes responsabilidades, hace que cada empresa coloque al gestor en un departamento diferente. No hay una regla común: en marketing, en publicidad, comunicación, informática o decenas de combinaciones. Raúl Suárez, *senior manager* de la empresa de selección Michael Page, explica que las pymes lo vinculan a sistemas de información y las grandes, a marketing. "Pero suele ser un puesto estratégico, que reporta al director general directa o indirectamente", añade. "Es como el gerente de producto, pero a nivel online", considera De Haro.

¿Y qué perfil debe tener este nuevo profesional? "Ser un tío *techie*", cree Sandra Sieber, profesora de sistemas de información de Esade, es decir, una persona a la que no le den miedo las nuevas tecnologías. "Lo ideal sería un empleado con visión de negocio y con inquietudes tecnológicas", reflexiona. "Se trata de una capacidad más que de una profesión", apunta Monserrate.

Suárez desgrana algunos de los requisitos necesarios. Por un lado, "entre las *softskills* está ser un buen comunicador, que diseña y escruta la web corporativa para que sea lo más sencilla, agradable y funcional para el usuario. Otro técnico de nombre algo extraño es el SEO, o *search engine optimizer*, que se encarga "de optimizar la página web de los negocios para que aparezca bien posicionada en Google", explica Suárez.

Carlos Monserrate, de Odgers Berndtson, adelanta otros tres perfiles que se acabarán imponiendo. El *coolhunting* o *customer research* es uno de ellos. "Se trata de anticipar las tendencias sociales, ejercer la antropología del mercado, tanto en el negocio digital como en el tradicional", asegura. Otro sería el de *customer insight*, que analiza lo que necesita el cliente en esos momentos o de forma potencial.

Otro de los nuevos directivos es el encargado del *user experience*, explica Monserrate: "Consiste en que los productos que se diseñan para el cliente provoquen una experiencia positiva, que sean fáciles, *sexies*, cómodos". Esta nueva profesión también "está asociada a las empresas anglo", señala, de banca, telecomunicaciones o de servicios de internet.

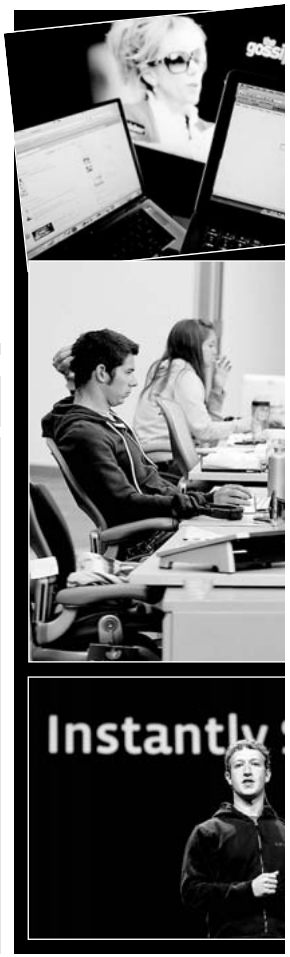
"La novedad del cargo hace que cada empresa coloque al gestor en un departamento diferente"

TENDENCIAS

Los directivos que llegan

Hay un cargo que en los próximos meses sustituirá al *community manager* como la moda dentro de las empresas: el gestor de *social media*. Es un puesto que ya se está incluyendo en las grandes corporaciones de EE UU y que poco a poco se está importando a España. "Es una posición que está por encima del *community manager*. Sus funciones son las de un planteamiento más estratégico. Aunque todavía queda mucho por implantar aquí para que llegue", se señala desde Aerco. Pero no es la única nueva profesión que las empresas de selección están viendo con futuro, con nombre en inglés y que todavía no dispone de una traducción clara al español. Raúl Suárez, de Michael Page, explica que dentro del ámbito técnico actualmente es muy demandado el consultor de nuevas tecnologías.

Además, aparecen puestos hasta ahora desconocidos, como el CBO, *chief blogging officer*, o responsable de blogs, un directivo también típicamente importado de EE UU. Suárez añade al director de *usabilidad*, es decir, aquel que



País Vasco

"Euskadi no es un mercado de rebajas en precios de pisos"

JAVIER VADILLO *Bilbao*

GABRIEL SALAVERRY
Consejero delegado de Jaureguizar

Acumula 25 años de experiencia en el sector inmobiliario, siempre al frente de la misma empresa. Disecciona el mercado vasco de la vivienda y da respuesta a todos los rumores

La promotora inmobiliaria Jaureguizar celebra este año su 25 aniversario. Con proyectos en marcha en los tres territorios históricos, Gabriel Salaverry, su principal ejecutivo y responsable de un equipo de 70 profesionales, analiza la situación actual del mercado de la vivienda en Euskadi.

PREGUNTA. La subida del IVA a partir del próximo 1 de julio, ¿está animando la compra de viviendas de nueva construcción antes de esa fecha?

RESPUESTA. No. Es una inversión doméstica que se realiza sin prisas, y que en la mayoría de los casos se decide durante la fase de construcción del edificio. ¿Por un 2% más de IVA van a apresurarse a comprarme un piso ahora? Está claro que no.

P. Hay un repunte al alza en la concesión de créditos hipotecarios. ¿Las entidades han abierto el grifo de la financiación o los consumidores no demoran más esta inversión?

R. Bancos y cajas parece que están en guerra entre ellos, pero sólo por la concesión de créditos a clientes solventes. Y son préstamos que establecen vínculos con la entidad de turno (domicilio de nómina, seguros, tarjeta de crédito, etc). En el sector de la vivienda, la persona que se compromete hoy a la compra de un inmueble nuevo solicita dos años después el crédito, cuando el piso ya está construido. O sea que va por fases, ese repunte que comenta puede responder a promociones de hace un par de años.

P. ¿Cuál es el ritmo más prudente para una promoción inmobiliaria?

R. Colocar el 40% del proyecto al inicio de las obras. El resto a más plazo, hasta empezara escriturar. Ahora hay algunos bancos que exigen que esa tasa sea del 60%. En esas fases es muy importante el boca a boca. En este mercado también juegan los ciclos vitales de cada cliente. Primero empiezan de alquiler, hasta que deciden su primera compra. Los que lo hicieron hace tres años igual se han arrepentido [antes de la crisis y cuando los precios estaban en su nivel más alto].

P. ¿Hay margen para más bajadas de precios?

R. El País Vasco no es un mercado de rebajas. En el de segunda mano, el que vende quizás pueda ajustar más si es un inmueble por herencia o porque con cierta cantidad que obtenga financia ya el cambio de vivienda que ha planificado. En los pisos nuevos, el margen es muy importante. Aquí hay pocos chollos, no como en Andalucía, donde ha habido rebajas de entre el 35% y el 25%. En Euskadi depende del suelo edificable que puedas generar. Y te planificas en base a un margen bruto del 15% sobre ventas, del que hay que descontar impuestos y gastos generales. Te queda un neto del 7% para retribuir a los accionistas de la promotora y reforzar las reservas de la empresa. ¿Cuánto te puedes permitir bajar? Quizás hasta el 5%, pero sólo te va a llegar para cubrir los gastos generales. Esta es la realidad. Aquí el pelotazo es raro, con las viviendas de protección oficial (VPO) [que cubren parte de las nuevas promociones] los márgenes están ajustados.

P. ¿Entonces no hay chollos?

R. Aquí han venido a preguntar por un piso de 480.000 euros para decir "avísame cuando esté en 300.000", y de eso nada. En 2007 inauguramos nuestra promoción de la Plaza del Gas, junto al Ayuntamiento de Bilbao, con quince pisos sin vender. Tuvimos además sesenta realojos (los propietarios de los edificios antiguos que ocupaban el solar y que se derribaron a cambio de viviendas nuevas). Algunos viven en ellas y otros las vendieron para obtener margen. Vamos, que teníamos competencia extra. Al final los vendimos todos, poco a poco y sin rebajas. Lo mismo ha pasado en otras operaciones. No hay rebajas, no podemos hacerlas. Sería el principio del fin del negocio.

P. ¿Por qué San Sebastián y Bilbao son las ciudades con los pisos más caros? Si es por el precio del suelo por su escasez, en Vitoria, con superficie de sobra, las viviendas tampoco han bajado en precios...

R. En Vitoria ha habido un abuso de viviendas de VPO, que han sido el 70% de las que han salido al mercado, lo que ha repercutido sobre los precios de los pisos libres, que de media han tenido 80 metros cuadrados útiles a un precio de 350.000 euros. Y no estamos hablando de zonas como la calle Dato, más caras. Esos precios han sido superiores en San Sebastián y Bilbao porque los suelos son escasos. En la capital vizcaína, el suelo está casi agotado. Quedan proyectos, pero son a largo plazo, como los de Abandoibarra, Zorrozaurre, Garellano y Bolueta. Vamos, que en Bilbao y en San Sebastián no hay viviendas nuevas en el centro, y el que quiera vivir en estas capitales, o en Vitoria en zonas como Dato, tendrá que pagar un peaje extra en el precio.

"Vivir en el centro de San Sebastián, Vitoria o Bilbao supone un peaje extra en los pisos"

La demanda de viviendas a partir de 600.000 euros

Euskadi afronta la crisis económica con varias promociones de pisos de lujo en marcha [con precios a partir de los 600.000 euros], muchas de ellas concentradas en la zona de Abandoibarra de Bilbao. Salaverry cree que "es un mercado limitado, pero existe". Depende de la situación de cada cual: "O hay padres y suegros que ayudan, o el cliente ya tiene una vivienda con cuya venta negocia parte de la compra de la nueva. Son parejas de una cierta edad (a partir de los 35 años, con diez de casados), de buen nivel económico y generalmente trabajan los dos. Tienen capacidad de endeudamiento, porque su vivienda anterior se ha revalorizado, pese a que el crédito está pendiente. Pero con ese diferencial invierten". Sobre el piso ideal que buscan, Salaverry afirma que la mayoría aspira a un inmueble con tres dormitorios, dos cuartos de baño, garaje y trastero. Ya tienen un piso en propiedad de dos dormitorios y un cuarto de baño. Es una vivienda transitoria por su ciclo vital que luego les permite afrontar la compra de la siguiente. Y en la nueva, al garaje no renuncian. "En una vivienda de 300.000 euros, si vale 24.000 no les parece un precio disuasorio". Jaureguizar cumple 25 años de trayectoria profesional en Vizcaya y lleva 21 en Guipúzcoa y diez en Álava.

Pisos de lujo en construcción en Abandoibarra, junto al parque.

DE INTERÉS

SUBVENCIONES
Abierto hasta el 31 de mayo el Plan Gauzatu para pymes
El programa Gauzatu de apoyo a pymes innovadoras, desarrollado por la sociedad Spri del Gobierno vasco, mantiene su vigencia hasta el próximo 31 de mayo. Las ayudas al amparo de este plan cubren el 35% de la inversión total con un límite de 120.000 euros por cada empleo que se genere y de 1,5 millones por cada proyecto. Son ayudas bajo la fórmula de anticipo reintegrable (a pagar cinco años después de la consolidación de la inversión, con uno de carencia).

EUROBASK
Jornadas sobre la evolución de Europa en el siglo XXI
Eurobask organizará del 21 al 23 de julio próximos unas jornadas sobre la evolución de Europa en este siglo. La cita será en el Palacio Miramar de San Sebastián. La conferencia inaugural del primer día corresponderá a Benita Ferrero-Waldner, ex comisaria europea de relaciones exteriores y política de vecindad. Después hablará Michel Camdessus, ex director gerente del FMI.

UPV
Cursos de verano del 5 al 8 de julio en el Palacio Miramar
La Universidad del País Vasco (UPV-EHU) desarrollará unos cursos de verano en el Palacio Miramar de San Sebastián del 5 al 8 del próximo mes de julio a cuenta del 50 aniversario de la muerte del primer lehendakari, José Antonio Aguirre. En la sesión inaugural intervendrá el lehendakari Patxi López, el rector de la UPV Iñaki Goirizelaia y Juan María Atutxa, presidente de la Fundación Sabino Arana. La conferencia inaugural será impartida por Hans-Jürgen Phle, de la Universidad de Frankfurt.

CÁMARAS DE COMERCIO
Misiones comerciales a Asia y Ucrania durante junio
Las Cámaras de Comercio del País Vasco han organizado para el próximo mes de junio sendas misiones comerciales a Asia y Ucrania. Con respecto al primer continente, las cámaras han organizado encuentros de negocios en Singapur, Malasia, Japón y Corea. Para julio tocan desplazamientos a Libia y Vietnam.