

Talentos con red

CUATRO EMPRENDEDORES CREAN FÓRMULAS DE ÉXITO EN INTERNET

Un taxista con clientes en varios países; un agricultor que despierta un extraordinario interés por sus cebollas; un hospital que consigue que sus pacientes cuenten lo que nunca se atrevieron a decir a sus médicos, y una joven que logra que cientos de personas encuentren su empleo soñado. Ellos, como el fundador de Facebook, supieron ver el éxito a través de las redes sociales.

• Texto: Soledad Juárez

Rixar García, Daniel Molina, Imma Grau y Marina Zalyznyak consiguieron lo que desean las grandes empresas: despertar masivamente el interés por sus ideas y productos y cosechar buenos resultados. "Son emprendedores, gente anónima que están consiguiendo una presencia en las redes que nada tiene que envidiar a grandes compañías. Ellos son los verdaderos héroes del social media". Así los presenta el blog de Aerco, la Asociación Española de Responsables de Comunidades Online. Su presidente, José Antonio Gallego, explica: "Marina, Imma, Daniel y Rixar son personas con imaginación que no han necesitado grandes recursos económicos para obtener éxito. Son pioneros, tienen un buen conocimiento del sector que quieren relanzar, saben utilizar las redes sociales y están deseosos de hacer cosas nuevas". Gallego destaca el "uso masivo de las redes sociales entre particulares, de ahí que las empresas reclamen una nueva profesión, los 'community managers' (responsables de comunidad), cuyo crecimiento ha sido del 10 por ciento en el último año".

Ni Rixar ni Imma, ni Marina ni Daniel necesitaron de esos nuevos profesionales. En una sociedad como la española, donde el 85 por ciento de la población confía más en las recomendaciones de los amigos que en la publicidad convencional, con un 64,2 por ciento de internautas —el 69,2 accede diariamente a internet— y donde el 44 por ciento de los usuarios confiesan "sentirse perdidos sin internet", estos cuatro protagonistas tomaron personalmente las riendas. Ellos mismos cuentan sus historias de éxito.

© sjuarez.interviu@grupozeta.es



IMMA GRAU

44 años. Responsable de Forumclín, primera red social entre pacientes y médicos que es gratuita en Europa y Latinoamérica

"Los pacientes se ayudan unos a otros"

■ "CON EL envejecimiento de la población, las enfermedades crónicas cobran protagonismo. La enfermera o el médico ven a los pacientes crónicos una vez al mes, dos en el mejor de los casos; el resto del tiempo, ellos están solos. Pero internet puede estar

a su lado 365 días al año, 24 horas al día y les proporciona muchísima información. Recogemos esa necesidad y les ofrecemos datos comprensibles y de calidad, citando las fuentes científicas, para que paciente y médico tomen las decisiones conjuntamente.

Además de los foros y la web con noticias sobre investigaciones médicas, hicimos 30.000 DVD informativos sobre diez enfermedades distintas. Los pacientes entran con un 'nickname' (alias que protege su intimidad), por lo que se atreven a contar cosas que

no han dicho en la consulta, y un médico-moderador del foro vigila la información dada por los enfermos. Gracias a esta red social, los pacientes se sienten seguros, comprendidos, informados; ya no están solos. Es un trabajo coral que ayuda a los pacientes y enriquece profesionalmente

estímulo que ha supuesto para todos los trabajadores del hospital Clínico de Barcelona. Tenemos 7.000 visitas al día y la mitad de los usuarios nos siguen desde Latinoamérica. Es un trabajo coral que ayuda a los pacientes y enriquece profesionalmente

a los médicos —los psiquiatras están fascinados porque los pacientes se muestran desinhibidos, se expresan más y ellos pueden entender mejor el proceso de la enfermedad—. Eso sí, este servicio no pretende sustituir la atención médica personalizada".

FOTOS: MARTA JORDI

interviú

7/3/2011

RIXAR GARCÍA

38 años. Taxista 'on-line' de Oviedo

"Me llegan clientes de Estados Unidos, Italia y Alemania para recogerlos en el aeropuerto"

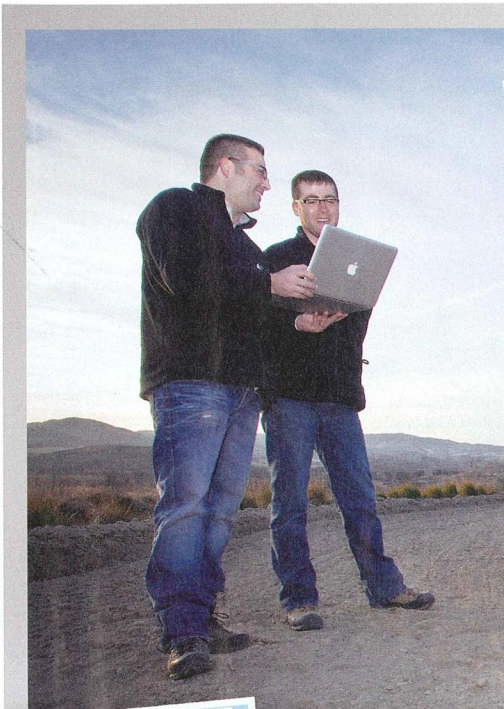


PABLO LORENZANA

■ "EN EL taxi llevo Wi-Fi para cuatro personas, ordenador y hasta impresora para que mis clientes puedan imprimir su tarjeta de embarque de camino al aeropuerto. Hablo inglés y jamás digo no a un cliente. Si no puedo llevarlo, busco a alguien que lo haga. Soy muy trabajador y con la BlackBerry puedo responder en 40 segundos. Ni las grandes compañías ofrecen esa inmediatez. Soy el primer taxista del mundo que se puede contratar vía Twitter. Recibo clientes desde Estados Unidos, Italia y Alemania para recogerlos en el aeropuerto de Asturias. El 20 de septiembre de 2010 me convertí en 'trending topic'

(palabras claves más usadas) y 'top twit' (lo más comentado en Twitter mundial) porque el cofundador de FourSquare (red social estadounidense que da información sobre establecimientos en Nueva York) y su responsable de negocios reenviaron mi foto y mi mensaje como primer taxi FourSquare de Europa. Tengo 5.000 referencias en Google y 4.444 seguidores en Twitter. Soy un taxista normalito, pero he hecho más ruido que muchas compañías grandes. La pena es tener solo un taxi y no una empresa de autobuses para poder atender todas las llamadas. Los clientes me pueden

pagar por TwitPal (servicio que impide acceder a su perfil personal y protege su intimidad) o chocando su teléfono con el mío. En mi 'blog' —me inventé un personaje, un mapache verde que se mete conmigo para darle ritmo— cuento las excursiones que hago con el taxi, porque hay gente que me contrata para sus vacaciones. Escribir los 140 caracteres de Twitter me permite comunicarme con gente interesante, compartir inquietudes, llenar los tiempos muertos del taxi, informar sobre la situación de las carreteras, de los lugares que visito, subir fotografías en tiempo real... Me divierte mucho".



MARTA TENA



Daniel (primero por la izquierda), junto a su hermano Samuel —"impulsor de la producción", según declara Daniel—, sus padres —Daniel y Asunción— y su hermano Jorge Juan, responsable de las innovaciones en la maquinaria.

CHUS MARCHADOR

DANIEL MOLINA

35 años. Empresario agrícola. Fuentes de Ebro (Zaragoza)

"Abrí un 'blog' para hablar de la cebolla de mi pueblo"

■ "SOY AGRICULTOR y siempre me fascinó Google. Hace siete años abrí un 'blog' para contar las bondades de la cebolla de mi pueblo que distribuye nuestra familia. La cebolla Agrofuente se da de julio a enero, es suave, tierna, dulce, no repite, te la puedes comer a bocados y cocinada se carameliza sin azúcar. Es única, un regalo de la naturaleza. Twitter me permitió contárselo a todo el mundo. Es un patio de vecinos, el ágora griega. Me encanta la cercanía que crea: conecta cabeza con cabeza. Internet se ha hecho humano. Hemos puesto ingenio y decisión, pero no hay atajo sin trabajo. Le echamos

muchas horas y hacemos partícipe al consumidor con sus opiniones, sus recetas, sus ideas... Ellos, por su parte, nos enriquecen. Siempre contestamos y la gente se implica en la mejora del producto. Hemos dado el poder al consumidor y nos lo devuelve con una creatividad multiplicada exponencialmente. Nuestras cebollas llevan en la malla un código de barras que, al leerse a través del móvil, ofrece toda la información: desde dónde y cómo se cultivan a sus propiedades nutricionales y curativas. Mis padres no lo acaban de entender, pero tienen la mente abierta".

MARINA ZALYNYK

29 años. Estadounidense. Lleva ocho años y medio aquí y ha ayudado a encontrar empleo a cientos de españoles

"Peor que no encontrar trabajo es no saber por qué te rechazan"

■ "QUERÍA CAMBIAR de trabajo y la búsqueda 'on-line' se convirtió en mi obsesión. Tengo buena memoria para la gente —sus nombres, las cosas que les gustan...— y cuando encontraba algún puesto que podía encajar

entre mis amigos y conocidos, los ponía en contacto. Me satisfacía ser útil y ver lo bien que respondían las empresas ante los candidatos que yo presentaba. Decidí crear, en marzo de 2009, la cuenta Currofile en Twitter

—solo para trabajos 'on-line'— y llegar a más personas. Durante dos años conectaba demandas y ofertas de forma desinteresada, al terminar mi jornada laboral. Recibía cientos de currículos, los leía

y aconsejaba cómo mejorarlos o guiaba a la gente hacia ofertas distintas porque me parecían más apropiadas para su perfil. Cuando no encajaban en un puesto, les explicaba por qué y me lo agradecían mucho. Peor que no encontrar trabajo es no saber por qué no te eligen. La bola de nieve se hizo gigante. El correo era masivo y agobiante. Cuando me sentí desbordada

y dejé de dormir —Currofile tiene 6.711 seguidores—, decidí que este podía ser mi trabajo y en octubre de 2010 creé Wiseri, una plataforma que cambia la búsqueda de empleo: buscamos candidatos para las ofertas —solo del sector 'on-line' y móvil— y presentamos a los mejores. Ya tenemos 2.400 seguidores y los clientes nos llegan sin buscarnos. Detrás de las

redes sociales están las personas y esa cercanía, ese sexto sentido, es lo que ofrecemos. Servimos a grandes compañías y no damos abasto. Mucha gente se ha implicado desinteresadamente. Un candidato al que no logré facilitar una entrevista laboral nos ayuda con los contratos porque contribuyó a que una amiga suya sí encontrara trabajo. Todo lo que das te regresa".