

Da poder a tu cliente y tendrás una oportunidad de negocio

La opinión del consumidor es una nueva fuerza que está impulsando la aparición de un buen número de proyectos empresariales en Estados Unidos. En España comienzan a nacer los primeros ejemplos.

Quique Rodríguez. Madrid

El rápido éxito en nuestro país de Internet 2.0, las redes sociales y los smartphones abre nuevas oportunidades de negocio relacionadas con las opiniones, gustos y preferencias del público, que ya están siendo exploradas por un buen número de portales en la primera potencia del mundo. Toma cuerpo rápidamente un nuevo *El Dorado* para las empresas, especialmente las que dirigen sus productos o servicios a clientes no corporativos. Se trata del mundo de las opiniones, de las experiencias de compra y de uso, de las recomendaciones, los comentarios y las referencias.

Unas nuevas normas de juego para el marketing que generan no pocas oportunidades de negocio para los más avezados. En Estados Unidos, donde la sociedad digital tiene ya mayor camino recorrido, surgen numerosas webs para que los usuarios opinen, critiquen, halaguen, recomienden, puntúen y valoren todo tipo de productos y servicios. Es el caso, por ejemplo, de 15gifts (www.15gifts.com), un sitio que facilita la compra de regalos basándose en la opinión y experiencias de anteriores usuarios. Este sistema termina recomendando quince propuestas al potencial comprador, personalizadas y a medida en función de la información que éste introduce en su búsqueda.

Ideas

Pero en la primera potencia del mundo están naciendo webs para elegir casi cualquier tipo de servicio por sofisticado que sea.

El sector educativo, en el que las recomendaciones de otros sobre los centros de estudio tienen mayor importancia si cabe, es un buen ejemplo. En Rate My Professors (www.ratemyprofessors.com) puede encontrarse la opinión de más de 13 millones de estudiantes sobre 1,5 millones de docentes y más de 13.000 instituciones académicas de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Este portal publica anualmente todo tipo de listas y clasificaciones elab-



THE RANKING.COM De izquierda a derecha, el equipo fundador de TheRanking.com, un portal en el que los usuarios pueden construir clasificaciones sobre todo tipo de temas, marcas o productos: Marcos Enríquez, Atala Martín, Rosen Angelov y Juan Luis Alonso.



INNOLOGY VENTURES Antonio Rodríguez (izquierda) y David Solana, promotores de esta compañía que ha creado 'Opinator', una herramienta para que las empresas conozcan la opinión de sus clientes a través de encuestas rápidas realizadas vía 'smartphone'.

boradas con las valoraciones de sus usuarios. Unigo (www.unigo.com), Yollege (www.yollege.com) y College Prowler son otros sitios con filosofías similares.

En la misma idea se basa Vimo (www.vimo.com), que hace posible la elección de médicos y dentistas privados teniendo en cuenta el juicio de anteriores pacientes.

Pero en este mundo de posibilidades informativas también puede ser un problema el criterio con el que dejarse guiar por las opiniones. Para no perderse en esta tarea, Vi-

EL PLAN DE THERANKING

- TheRanking.com comenzó a fraguarse hace año y medio, impulsado por su actual equipo directivo y un inversor mayoritario, Nicolás Luca de Tena, protagonista de anteriores éxitos como Multiasistencia, vendida a Ibersuizas hace dos años. Entre 2011 y 2012 habrán invertido cuatro millones de euros en el proyecto.

- La compañía, ubicada en un 'garage-loft' en el que se conoce 'Tetuan Valley' por la proliferación de 'start up' en este barrio madrileño, cuenta en la actualidad con una plantilla de 32 profesionales.

- El portal, que aspira a ser un nuevo concepto de red social, ha superado los 30.000 registrados y un tráfico de 600.000 usuarios únicos al mes.

LOS NÚMEROS DE 'OPINATOR'

- El nacimiento de Innology Ventures y su primera creación, 'Opinator', ha requerido una inversión de 800.000 euros. Algo más de la mitad han corrido a cargo de sus cuatro socios, sin financiación bancaria. El resto procede de un préstamo del Centro para el Desarrollo Tecnológico (CDTI).

- La compañía tiene un equipo humano de 30 profesionales entre su plantilla y colaboradores externos que dedican al menos el 80% de su tiempo a esta empresa. En 2012, esperan facturar entre 2 y 3 millones de euros.

neloop (www.vineloop.com) ofrece la posibilidad de crearse su propia red de contactos para conocer sus recomendaciones expertas en distintos temas, servicios o productos.