

EMPRESAS

Hoffman, fundador de LinkedIn: "Hay que separar la vida personal de la profesional"

Reid Hoffman es uno de los emprendedores más influyentes de Internet ● La red profesional supera los 42 millones de miembros y añade uno cada segundo ● "Podemos llegar al 25% de la población mundial"

MANUEL ÁNGEL-MÉNDEZ

Reid Hoffman confiesa sus contactos en LinkedIn: 1.824. Le llaman el hombre mejor conectado de Silicon Valley. Fundó esta red profesional en 2003 y no ha parado hasta convertirla en la más utilizada del mundo. Con 370 empleados, valorada en 1.000 millones de dólares, supera los 42 millones de miembros.

Su olfato para las oportunidades es infalible. Entró como directivo de PayPal en 2000 de la mano de su fundador y compañero de Stanford Peter Thiel. La venta a eBay le llenó los bolsillos con 10 millones de dólares. Con ellos se lanzó a fundar LinkedIn y a invertir en más de 60 empresas, entre ellas Facebook, Flickr y Digg.

LinkedIn añade un miembro cada segundo. El sueldo medio de sus miembros supera los 100.000 dólares anuales. Es todavía una élite.

Pregunta. ¿Cómo consigue que LinkedIn crezca tanto?

Respuesta. La gente se apunta porque otros les envían invitaciones. Funciona porque ven muy rápido el valor de estar dentro y conectarse con aquellos que conocen y en quienes confían. Añadimos 1,8 millones de miembros cada 17 días. El 25% viene de Europa.

P. ¿Podrán mantener esta línea de crecimiento?

R. Tenemos espacio. Queremos ayudar a cualquiera a progresar profesionalmente, podemos llegar al 25% de la población mundial.

P. Tienen competencia, como Xing.

R. Xing nos supera en Alemania, pero en España crecemos más rápido por ser globales y no alemanes o locales. Desde que lanzamos la versión española, en agosto, hemos crecido el 80% en miembros, superamos el medio millón.

P. ¿Les ha beneficiado el aumento del paro?

R. Hemos visto un aumento del uso, aunque es difícil determinar qué parte se debe a la crisis y al desempleo. Vienen más personas porque la web es gra-



Reid Hoffman.

DAVE GETZSCHMAN

tis y necesitan encontrar trabajo, estar informados o conectarse a compañías.

P. La gran mayoría de los miembros son altos directivos. Sigue siendo una comunidad para la élite.

R. No controlamos el tipo

"La mayoría de las redes sociales dependen de publicidad dirigida al consumidor final. Si no tienes audiencia muy segmentada, es difícil captarla"

de cargos que entran. Coincide que los que aprecian LinkedIn han tenido mucho éxito profesional y suelen ser los primeros en adoptar estas herramientas. Pero queremos llegar a todos.

P. Lo personal y lo profesional se confunden en Internet. ¿Seguiremos con diferentes perfiles en varias comunidades?

R. Creo que sí. Hay que sepa-

rar vida personal y profesional. No vamos por conferencias mostrando fotos de nuestros hijos ni invitamos a todos los compañeros de trabajo a casa. Nunca estarán totalmente divididas, pero la separación existirá.

P. Cada vez más gente utiliza Facebook para cuestiones profesionales. ¿Es competencia?

R. Más del 50% lo utiliza para compartir fotos, el 25% para juegos sociales. La trayectoria de Facebook no va hacia eso.

P. Ha conseguido más de 100 millones de dólares de financiación. ¿Para qué?

R. Para comprar. Sólo hemos utilizado 15 millones. Miramos muy de cerca a compañías tecnológicas, pero soy escéptico respecto a operaciones entre comunidades.

P. LinkedIn da beneficios, ¿cuál es el secreto?

R. Combinamos tres líneas de ingresos: suscripción a la web para obtener más funcionalidades, pago por uso de Recruiter, un software que utilizan las agencias de contratación, y pu-

blicidad.

P. ¿Por qué les cuesta tanto ganar dinero a las redes sociales personales?

R. Porque la mayoría depende de publicidad dirigida al consumidor final. Si no tienes una audiencia muy segmentada, es difícil captarla. En nuestro caso está claro: la gente viene a mejorar su trabajo y las compañías a encontrar talento.

P. ¿Nos cansaremos de socializar en Internet?

R. Demasiadas webs se centran sólo en el entretenimiento, en pasar el rato. Otras, como la nuestra, buscan ahorrar tiempo, hacernos más productivos. Si nos empeñamos en pasar demasiadas horas en las primeras, nos cansaremos.

P. ¿Volveremos a ver a un Facebook o a un LinkedIn crecer de start-up a multinacional antes de que termine la crisis?

R. Creo que sí, siempre se producen innovaciones. Últimamente me ha sorprendido el crecimiento de Hoovers. Es lo bueno de Internet, surgen cosas nuevas constantemente.

El navegador Firefox, líder absoluto en Europa

CIBERP@IS

Desde marzo de este año el dominio del navegador Explorer en Europa fue sustituido por Firefox. La primera vez que ocurría en diez años.

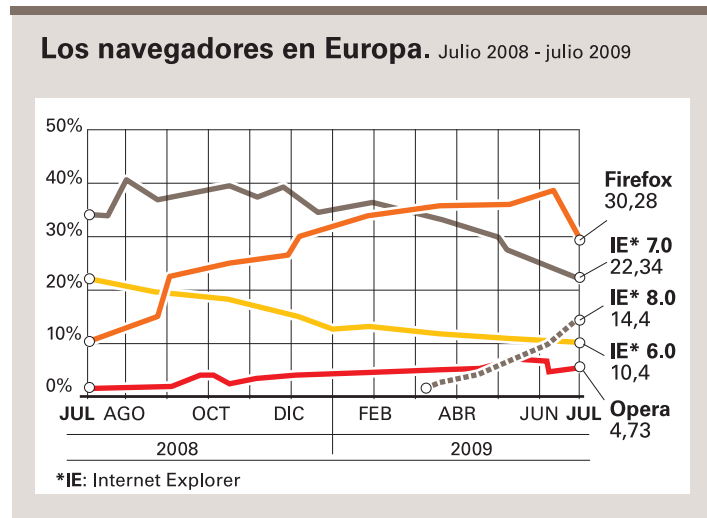
No fue una casualidad, desde entonces, el navegador de Microsoft ha ido perdiendo poder, hasta alcanzar en este mes Firefox diez puntos de diferencia (ocho puntos ayer), según Statcounter.com.

Desde la aparición del navegador abierto de la fundación Mozilla, éste ha ido ganando

cuota de mercado mundial, especialmente en Europa, donde el internauta suele ser más valiente a la hora de cambiar sus hábitos tecnológicos.

En Estados Unidos también come terreno Firefox, a sólo 2,2 puntos de la versión 7 del Explorer. Sólo en este país tiene cierta fuerza Safari, el navegador de Apple, con un 3,8%.

Chrome, la herramienta de Google, apenas tiene impacto en el mundo, con la excepción de Latinoamérica, en donde sufre al 4%. En España, pese a perder 20 puntos en medio



Fuente: StatCounter.com

EL PAÍS

año, lidera el Explorer, con 4 puntos sobre Firefox, después de que el pasado mes estuvie-

ran prácticamente empatados. Chrome tiene un 3,6%.

STATCOUNTER: <http://gs.statcounter.com>

LG se une a los fabricantes de móviles con tienda de aplicaciones

CIBERP@IS

La tienda de aplicaciones para los teléfonos iPhone (AppStore) tiene cada día más imitadores, aunque será difícil que alcancen su éxito. El martes Apple anunció que había llegado a los 1.500 millones de descargas —apenas tres meses después de alcanzar los mil millones— y 65.000 aplicaciones.

Tras la tienda de Apple han surgido en los últimos meses las de BlackBerry (App World), Nokia (Ovi Store), Palm (App Catalog) y Google (Android Market). Pronto lo hará también Microsoft (Marketplace for Mobile).

La última en abrir es Application Store, de la marca surcoreana LG Electronics. De momento sólo está disponible para los clientes de la región asiática. Dispone de 1.400 aplicaciones, cien de ellas gratuitas, pero ya anuncian que su reto no es la cantidad, sino la calidad.

LG busca una estrategia diferente para atraer a los desarrolladores de aplicaciones: promete que no practicará la censura en su tienda, a diferencia de Apple que tiene que dar el visto bueno al producto antes de ofertarlo en su tienda. Eso quiere decir que incluirá contenidos eróticos.

cadena.com ofrece aceptar anuncios a cambio de obsequios

CIBERP@IS

Desde esta semana, los internautas que visiten cadena.com y se registren en Adagreed podrán elegir ver la publicidad que les interesa y recibirán, a cambio, productos y servicios gratis. Las personas que entren en esa dirección verán una invitación para registrarse en Adagreed, a través de un formulario con seis preguntas para determinar su perfil sin perder el anonimato y acogiendo a la normativa de privacidad de datos. Una vez activada su cuenta, podrán comenzar a ver publicidad de su interés a cambio de regalos. Los usuarios que se registren en Adagreed hasta el 30 de septiembre entrarán en el sorteo de dos viajes a Nueva York y 50 escapadas de fin de semana.

Este acuerdo con un medio en red incrementará en un total de 1,2 millones los potenciales usuarios para Adagreed. Esta empresa mantiene una plataforma universal de distribución de publicidad digital aceptada que ofrece a los internautas que escogan publicidad obtener puntos canjeables por diversos productos y servicios de salud y belleza, estancias y viajes, espectáculos, electrónica doméstica, deportes, telefonía e Internet o informática, entre otros, así como donarlos para fines sociales. Con este sistema, parte de los ingresos publicitarios se reparten con el internauta, que puede elegir qué hacer con ellos.

SER: www.cadenaser.com
ADAGREED: www.adagreed.com