ELLOS NO NOTAN LA CRISIS

Dar apoyo moral a los ejecutivos, asesorar en el vestir, alquilar una oficina virtual... La sociedad aragonesa ha cambiado y estos trabajadores han sabido sacar partido

Quiero un vestido para una cena este sábado». «Necesito motivación para conseguir ese ascenso». «Mi oficina me supone muchos gastos, ¿cómo puedo reducirlos?». La falta de tiempo libre o la búsqueda de un servicio más personalizado han creado nuevas profesiones que han surgido, precisamente, en época de crisis.

'COMMUNITY MANAGER'

Los 'community manager' están, en los últimos meses, en boca de todos. Se ofrecen cursos para obtener un título, las empresas los contratan... ¿Sirven para algo o son solo producto de una moda? «Son relaciones públicas de las redes. Alguien capaz de lanzar un discurso coherente con la imagen de la empresa, responder a preguntas de usuarios y crear contenidos. Las redes sociales son un medio de comunicación más, como la prensa o la televisión, y es necesario un profesional que sepa cómo aprovecharlos», resume Isabel Iniesta, 'community manager' de la empresa aragonesa Marketreal. Iniesta, de 51 años, es experta en márquetin y, en su opinión, «el auge de las redes sociales ha llevado a algunas empresas a confiar el puesto de gestor de contenidos sociales a personas que solo tienen experiencia en su uso y algún curso al respecto. Pero la imagen de una empresa no se puede dejar en manos de una persona poco preparada. Para ser 'community manager' hay que ser experto en márquetin y conocer bien la mercadotecnia. El objetivo no es estar en las redes, sino que la empresa obtenga de ello un beneficio».

Para realizar bien su trabajo, el experto ha de conocer el plan de comunicación de la empresa y llevar a las redes ese mensaje. «Y estar presente todos los días y a todas horas, para participar en conversaciones, responder a las preguntas, entablar relaciones y dar a conocer el producto, que de eso se trata».

'PERSONAL COACH'.

El barbastrense Joaquín Oliva cambió hace siete años su profesión de consultor de tecnología por la de 'personal coach', una especie de entrenador similar al deportivo que da apoyo psicológico y moral a trabajadores y particulares para conseguir un fin. «De igual manera que el entrenador logra que el atleta llegue a la meta, un 'coach' acompaña al cliente para que cumpla su objetivo –explica Oliva–. No solo a ejecutivos, también a quienes deseen aprender a ahorrar dinero, a personas que, tras un divorcio traumático, necesitaban un empujón para emprender una nueva vida y, últimamente, a profesionales sin empleo que necesitan apoyo para buscar alternativas».

Oliva trabaja desde Barbastro con clientes de todo Aragón. Una de sus especialidades son las empresas que se enfrentan a una transición generacional. «Es un proceso difícil que requiere de un apoyo externo. Una de cada tres empresas desaparece cuando cambia de generación, y contar con ayuda puede conseguir que todos los implicados se esfuercen por el mismo objetivo».

«La crisis puede dar miedo, pero hay que saber escuchar qué demanda la gente»

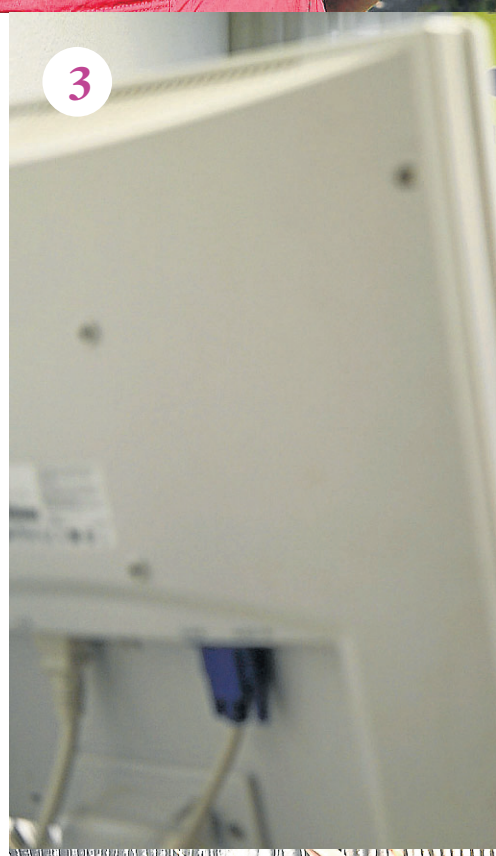
«El mercado aragonés ha cambiado y empieza a pedir estos servicios»

«La atención personal da confianza al cliente, que se siente más cómodo»

Los servicios de un 'personal coach' cuestan entre 50 y 100 euros por sesión para los clientes particulares. «El proceso suele durar unos seis meses, con una media de entre nueve y doce sesiones. Las primeras son semanales, para estrechar lazos y lograr una conexión. Posteriormente, solo hay que quedar cada 15 días o una vez al mes». Según Oliva, «el 'coach' escucha a la persona y comprende sus objetivos. Pero, sobre todo, le ayuda a reflexionar: si esa meta es factible, si es 'ecológica' con su ambiente personal y no tendrá repercusiones negativas... A lo largo de diversas sesiones, no solo se da apoyo y se orienta, sino que se consigue que la persona se escuche a sí misma y se conozca mejor». Joaquín Oliva trabaja como 'personal coach' en Aragón desde hace tres años. «Hasta ahora, el mercado aragonés no estaba maduro para estos servicios, pero ya hay empresas y particulares que los demandan. Es curioso, pero hay más interés en Huesca que en Zaragoza. Los ejecutivos zaragozanos demandan estas técnicas para su equipo, pero no se deciden a participar ellos mismos».

'PERSONAL SHOPPER'

«Contar con la ayuda de un profesional a la hora de elegir la ropa es un servicio cada vez más demandado. Ya sea porque apenas se tiene tiempo libre para ir de compras, porque no se sabe cómo vestir para un acontecimiento o, simplemente, por pasar un rato divertido», resume la zaragozana Lourdes Pomares. Durante 20 años, trabajó en diversos establecimientos de ropa en Zaragoza, hasta que en octubre del año pasado decidió convertirse en 'personal shopper' o asistente personal de compras. «Parecía el peor momento para comenzar mi propio negocio que, además, está relacionado con el consumo, muy afectado por la crisis. La situación económica puede dar respeto, pero a veces hay que



Texto
DAVID NAVARRO

Fotos
ASIER ALCORTA
JOSÉ LUIS PANO