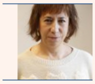
IBEX 35 ▼ -0,10% / EUROSTOXX 50 ▲ 0,23% / S&P 500 ▲ 1,84% / EUR X USD ▲ 0,112% / PETROLEO BRENT ▼ -0,434%

CincoDías
EL PAÍS ECONOMÍA

REDES SOCIALES

Javier Oliván gana poder en medio de una difícil reconversión de Meta



MARIMAR JIMÉNEZ

- El directivo español se enfrenta a una transición compleja, y de su capacidad (y de la del propio Zuckerberg) de entender la magnitud de los cambios dependerá su futuro y el de la compañía

Javier Oliván, nuevo director de Operaciones de Meta. GETTY IMAGES

Ir a comentarios

Madrid | 3 JUN 2022 - 06:08 CEST

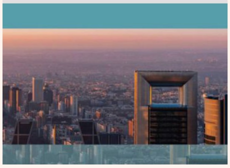
Que un español, en este caso Javier Oliván, ascienda a la segunda posición de una de las empresas tecnológicas más grandes del mundo, Meta, y se convierta por sorpresa en la mano derecha del todopoderoso Mark Zuckerberg, es una buena noticia si uno vive en España, pero algunos medios relevantes estadounidenses, como la CNBC, ya apuntaba este miércoles un dato a tener en cuenta: “Javier tiene un perfil bajo en relación con Sheryl Sandeberg [a quien va a sustituir como director de Operaciones del propietario de Facebook]. Es prácticamente un desconocido fuera del campus”.

La afirmación quizás sea demasiado exagerada, aunque es cierto que Oliván no tiene ni el perfil financiero de Sandeberg (quien habitualmente hablaba con los inversores cuando presentaban resultados) ni la experiencia de la reconocida directiva de Silicon Valley para lidiar con las tareas políticas de la compañía. Un aspecto este clave dado que la ejecutiva, junto a Zuckerberg, siempre defendieron, como bien apunta Bloomberg, la cultura empresarial de Facebook de crecer rápidamente y solucionar problemas más tarde, lo que condujo a la compañía a enfrentar múltiples escándalos públicos ligados a la privacidad y la moderación de contenido. Sandeberg pasó años tratando de mejorar la relación de Facebook con los usuarios y los reguladores. Un frente que aún permanece abierto.

El propio Oliván ha reconocido que, aunque tendrá el mismo

Newsletter
La mejor información económica en tu bandeja de entrada

DIRECTORIO EMPRESAS >
Más de 7 millones de empresas y autónomos españoles en un único buscador



Buscar bolsas y mercados
Buscar
IBEX 35 NASDAQ EUR / USD

Herramientas
Calcular IRPF
Simulador de hipoteca

cargo que Sandeberg, "mi papel será diferente. Con algunas excepciones, no tendrá la misma presencia pública, dado que tenemos otros líderes en Meta que hacen ese trabajo", dijo en un mensaje en su perfil de Facebook.

Lo que nadie puede cuestionar es el importantísimo papel jugado por el ingeniero español para lograr llevar Facebook a todo el mundo. Oliván, que lleva casi 15 años en la empresa, **se incorporó a la red social como director de desarrollo internacional en octubre de 2007,** cuando apenas contaba con 50 millones de usuarios activos, y su plan para traducir la red a otros idiomas y para dar más peso a las comunidades locales encumbró a Facebook a nivel global (hoy tiene casi 3.000 millones de usuarios).

Así, si Sandberg lideró la construcción del negocio publicitario de Facebook (tenía experiencia de su paso previo por Google), que aún representa el 97% de los ingresos totales de Meta, Oliván puede apuntarse el tanto de la expansión internacional de la compañía. Hoy más del 91% de los usuarios mensuales de Facebook provienen de fuera de EE UU y Canadá. Y Meta cuenta actualmente con cuatro productos con más de 1.000 millones de usuarios activos en el mundo: Facebook, Instagram, WhatsApp y Messenger.

Otro punto clave en el historial de Oliván en Facebook es que **fue quien apostó por la compra de WhatsApp**. Según un informe de 2020 en manos de un subcomité antimonopolio de la Cámara de Representantes de EE UU, Zuckerberg estuvo de acuerdo con el análisis del ingeniero español de que la aplicación de mensajes podría impulsar el negocio de Facebook. Al parecer, Oliván convenció a la cúpula de que WhatsApp se usaba más activamente que la red social y puso como ejemplo que “en España literalmente todos” la utilizaban.

Oliván, Sabiánigo 1977, tiene una dilatada experiencia profesional. Trabajó en Siemens y en NTT Data, pero su carrera la ha centrado en Facebook, que se encuentra en estos momentos frente a su mayor reconversión. “**Más allá de la tradicional rivalidad con Google, está siendo atacada por dos flancos más”**, como apunta Fernando Aparicio, CEO de Amvos Digital: “Amazon, con Amazon Advertising, quitando mucho negocio publicitario, y TikTok, copando las generaciones más jóvenes”, Meta se dedicará, según su fundador, a un propósito que va mucho más allá de la simple explotación de las redes sociales, y “que se centra en esa idea de metaverso que pretenden en cierto sentido apropiarse con su cambio de nombre”, añade Enrique Dans, profesor del IE Business School.

Aparicio reconoce que Meta puede tener ventajas en el negocio del metaverso, al poder aprovechar la extensión natural de todas sus redes, y su brutal audiencia, pudiendo monetizarlo a través de compras virtuales de avatares o NFTs, o a través de la publicidad. “Pero no será algo con resultados de negocio inmediato y con lo que calmar el ansia de Wall Street, que está viendo cómo el crecimiento de la compañía se ralentiza. Queda mucho para que sea algo tangible y, sobre todo, monetizable. Además, el metaverso de Meta no será el único”. Meta invirtió solo en el último trimestre de 2021 10.000 millones de dólares en el metaverso.

Mundo inmersivo

Para Dans, la clave está en ver si el futuro metaverso de Meta será un mundo inmersivo en el que la publicidad hipersegmentada seguirá persiguiendo al usuario, mediante otros formatos. “Porque si Meta pretende perpetuar en el

Calcular sueldo neto
Planifica tu jubilación
Cambio de divisas
APP IOS
APP ANDROID

metaverso un modelo en el que los usuarios no somos más que materia prima para vender a los anunciantes, mucho me temo que va a fallar, porque por tontos que sean los mercados, es difícil engañarlos dos veces con el mismo truco”, continúa.

Según este profesor, todo apunta a que la llamada Web 3 se desarrollará mediante un empleo extensivo de la criptografía y la descentralización, que la identidad de los usuarios no será ya gestionada por compañías como Facebook o Google, sino por ellos mismos en sus wallets, y su actividad registrada en algún tipo de cadena de bloques.

Dans remarca que el mayor reto de Meta, y por tanto de Oliván, puede ser cómo encajar su actividad con unas premisas así. "Algo que, obviamente, estaba fuera del alcance de una Sheryl Sandberg que estaba demasiado identificada con el modelo de explotación publicitaria del vale todo que la compañía utilizó para llegar hasta donde estaba, y que la brutal caída del pasado febrero, de la que la compañía no ha logrado recuperarse, evidenció. De que Javier Oliván y el propio Mark Zuckerberg sean capaces de entender la magnitud de estos cambios dependerán, en gran medida, tanto su futuro como el de la compañía”, subraya el profesor.

Cada vez más voces apuntan a que **el metaverso solo funcionará si se trata de un conjunto de protocolos abiertos**, como lo fue el TCP/IP en su momento, al que todos puedan contribuir y en el que se puedan encontrar todo tipo de ofertas, productos, servicios e información. “Si Meta se empeña en construir su metaverso a modo de jardín vallado, solo será un simple videojuego venido a más que logrará engañar a algunas compañías para que paguen por establecer presencia en él como hizo en su momento Second Life y compren cientos o miles de visores tridimensionales de Oculus, pero nunca algo digno de ser tomado en serio de cara al futuro”.

La pelota está en el tejado de Zuckerberg y Oliván. Ambos tendrán que valorar también si quieren completar la integración de medios de pago con sus plataformas sociales para intentar ser un jugador relevante del *social ecommerce*. Una oportunidad que, de momento, no están explotando. Y los números les aprietan. Meta, que llegó a superar el billón de dólares de valoración en Bolsa el pasado año, ronda ahora los 540.000 millones. El gigante tecnológico registró en el primer trimestre de este año su crecimiento más lento en una década, con solo un 7% más de ingresos, y en febrero sufrió una pérdida de capitalización de 251.000 millones de dólares en un día, algo sin precedentes en la historia de los mercados, tras mostrar sus cuentas de 2021 y desvelar que su beneficio cayó en el último trimestre un 8%, y sufrir Facebook la primera caída de usuarios activos diarios en sus 18 años de historia.

Archivado en

+

META
INSTAGRAM
WHATSAPP
TIKTOK
SHERYL SANDBERG

Lo más visto en CincoDías

1

DERECHOS DE LOS PASAJEROS

Adiós a los juicios contra las aerolíneas, así se tramitarán ahora las indemnizaciones

2

DECLARACIÓN DE LA RENTA >
Siete gastos deducibles para los arrendadores de vivienda

3
PREVISIÓN SOCIAL
El Congreso aprueba por error del PSOE el destope de las bases máximas, que ahora deberá rectificarse

4

VIVIENDA >
Cómo aprovechar las ayudas y deducciones en la rehabilitación de vivienda

5

ENERGÍA>
El precio del petróleo sube: los inversores ven insuficiente el alza de la producción por la OPEP+

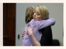
6

IMPAGO
Rusia se asoma al abismo de la suspensión de pagos

7

VIVIENDA >
Los caseros perderán 1.000 millones de euros con la nueva limitación del 2% a los alquileres

Lo más visto en EL PAÍS

1

SENTENCIAS >
VÍDEO | La abogada de Amber Heard dice que la actriz no puede pagar la indemnización a Johnny Depp

2

MEMES >
El español que se convirtió en meme global sin saberlo: “Es una paranoia”

3

SENTENCIA >
VÍDEO | Nueve claves de la victoria de Johnny Depp frente a Amber Heard

4

MEDICAMENTOS GENÉRICOS >
La oferta inesperada que ahorrará 15 millones al año a la sanidad pública en un solo medicamento

5

CONVERSACIONES A LA CONTRA >
Lorenzo Silva: “Que me cancelen. Soy mayor para callarme”

6

SENTENCIAS >
VÍDEO | El jurado da la razón en su veredicto a Johnny Depp: Amber Heard condenada a pagarle 15 millones por difamación

7

ELECCIONES ANDALUZAS >
Macarena Olona dio a la Guardia Civil de Salobreña un domicilio de Madrid

⊕ Comentarios

Normas