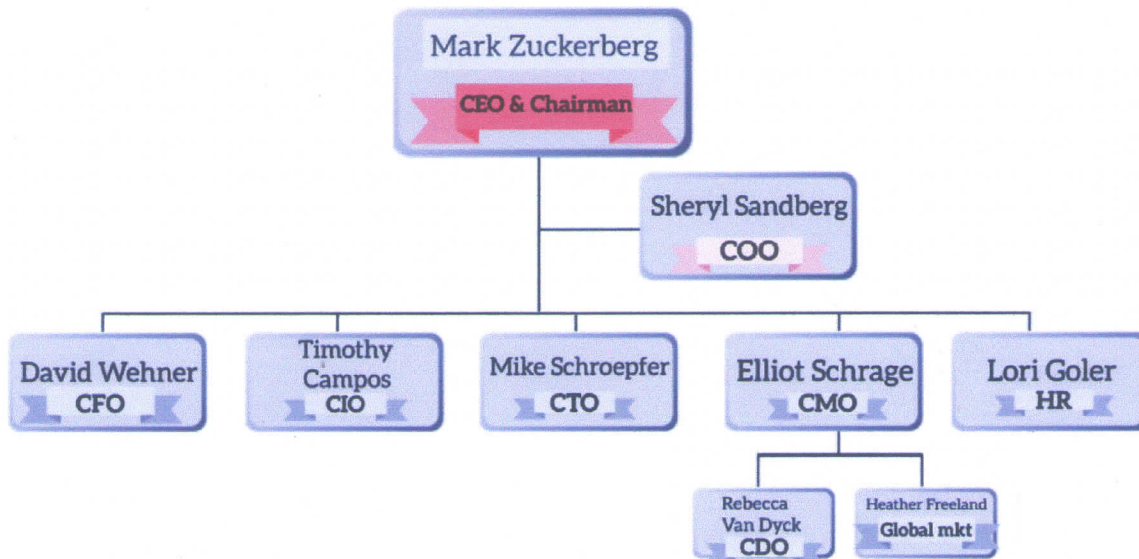


Organigrama de Facebook



Los CEO serán los responsables últimos del buen funcionamiento de la empresa y los que tomarán las decisiones estratégicas. Generalmente, el CEO es el fundador de la empresa, aquel que creó la idea o el modelo de negocio en el que se sustenta la misión, visión y objetivos de la empresa. El CEO es una figura muy visible dentro de la compañía y suele liderar los eventos importantes de relaciones públicas de la compañía. Un CEO que aparece en medios de comunicación dando noticias importantes de la empresa, como el lanzamiento de nuevos productos, explicando los resultados anuales a los stakeholders o grupos de interés, así como justificando las decisiones estratégicas tomadas por la compañía, es sinónimo de fortaleza en una empresa. Por ejemplo, los CEO más conocidos en el sector tecnológico son Steve Jobs (ahora TimCook) en Apple, Jeff Bezos en Amazon o Mark Zuckerberg en Facebook. Como comentaba, la razón de su popularidad se basa en acertadas comparecencias en representación a su empresa, como las ya históricas "Keynotes" de Steve Jobs. CEOs ilustres en otros sectores son Mark Fields en Ford, César Alierta en Telefónica o Stuart Gulliver en HSBC.

COO (Chief Operating Officer)

Es el Director de Operaciones. Sus funciones son muy amplias, ya que se encarga de todo el proceso desde el diseño, confección y fabricación del producto, hasta que está disponible para vender en el mercado. Incluye labores de logística, distribución, aprovisionamiento, transporte, etc. Es el comodín del CEO cuando éste no puede atender un compromiso. Debido al amplio control de las etapas del producto en una empresa, se le considera como la mano derecha del CEO, y con el tiempo, su sucesor.

CMO (Chief Marketing Officer)

Es el Director de Marketing o Mercadotecnia, según su denominación en castellano. Se encarga de "satisfacer las necesidades y los deseos de los clientes". El CMO reporta la información directamente al CEO, igual que hace el COO. En comparación con el resto de altos cargos de la empresa, el CMO es el rol en el que más predominan las mujeres. Sus funciones son:

Chief Marketing Officer

Monitorizar las ventas de la compañía, desarrollar el producto en base a las necesidades del mercado objetivo, diseñar el canal de distribución del producto en tiendas o cualquier otro medio.

Toma las decisiones de precio, investigación de mercado y demás actividades relacionadas con el servicio al cliente. Colabora con el CCO en las tareas de comunicación de la compañía. Entre otras funciones relacionadas con el cliente.

CFO (Chief Financial Officer)

El homónimo en España es el Director Financiero. Sus tareas son vitales para el buen funcionamiento financiero de la empresa. También reporta directamente al CEO. Sus funciones son:

- Toma las decisiones de financiación propia o endeudamiento de la empresa en base al coste de capital y de la deuda.
- Máximo responsable del control de la tesorería.
- Análisis del resultado de operación y de gestión de la empresa.
- Generar indicadores y ratios para controlar la evolución de la empresa.
- Aconseja sobre la viabilidad de las inversiones y de protegerse frente a los riesgos de las operaciones de venta.

CIO (Chief Information Officer)

También conocido como el IT manager o responsable de los equipos de información. Su función principal es mejorar el rendimiento de la empresa a través de la aplicación de técnicas que consigan mejorar la eficiencia en las actividades de la empresa. Incluye tanto la aplicación de maquinaria de última generación, sistemas informáticos, como colaborar con el CDO para introducir la empresa en el mundo 2.0.

CTO (Chief Technology Officer)

Es el responsable tecnológico. Se encarga de que todos los sistemas de tecnología de la información funcionen de forma óptima. Puede llegar a confundirse con el CIO ya que en algunas empresas el CIO y el CTO comparten funciones o son la misma persona. La diferencia es que el CTO se centra más en la tecnología enfocada a la fabricación del producto o su paso por la cadena de valor de la empresa, mientras que el CIO se centra más el tema datos internos y el flujo de la información por los sistemas.

CCO (Chief Communications Officer)

Se traduciría como el responsable del departamento de comunicación. En España, suele estar formado por varios trabajadores que coordinan las actividades con el CMO. Su objetivo crear imagen de marca de la compañía y que esto se traduzca en mejores ventas. Las tareas de comunicación de la compañía son:

- Publicidad en medios de comunicación masiva (Advertising) y patrocinio (cobranding) con otras empresas
- Promociones del producto y venta personal.
- Participación en eventos, ferias y acciones de relaciones públicas.
- Actividades que incrementen la reputación de la empresa como es la Responsabilidad Social Corporativa.
- Coordina con el CDO la participación en redes sociales.

CDO (Chief Digital Officer)

También conocido como el director digital. Es el cargo que ha surgido más recientemente debido al desarrollo del comercio online y las compañías virtuales. Es crucial en la transformación de la mentalidad de la empresa para adaptarse a un mundo globalizado y cada vez más digitalizado. Es la profesión que más ha crecido en los últimos tiempos y las empresas buscan desesperadamente un experto en este puesto. Sus principales funciones son:

- Guía la transformación de una empresa tradicional, de presencial física, en una empresa online. No consiste únicamente en abrir perfiles de la empresa en las principales redes sociales, sino un proceso completo de renovación interna donde te aproximas al cliente.
- Estudia y decide la implementación de las principales novedades en el medio digital, especialmente de carácter tecnológico. Adaptarse a los cambios.
- Dirigir las tareas de los Community Managers. Son conocidos por sus ingeniosas participaciones en redes sociales como Twitter o Facebook con el objetivo de conseguir seguidores, interactuar con ellos e informar de las noticias referentes a la empresa. Además, crea contenido que aporte valor a la marca para aumentar la fidelidad de los seguidores. Son dinamizadores.
- Conceptos que debe dominar un CDO: ecommerce, SEO, SEM, analítica web, big data, social media, conversión web, marketing online, entre otras.

Organigrama de Google

