

Cómo crear oficinas más humanas

Los profesionales más influyentes en las redes sociales laborales abogan por unas empresas que primen al empleado



Los 'influencers' prevén unas empresas más preocupadas por sus empleados en 2020. GETTY IMAGES

POR CARMEN SÁNCHEZ-SILVA

Es la red social más aburrida de todas, en opinión del argentino Leo Piccioli, pero capaz de producir personas influyentes como él. Desde que empezó a publicar sus reseñas en LinkedIn, hace cuatro años, no ha dejado de dar conferencias y escribir libros. Ahora va a lanzar el segundo. Piccioli se define como *speaker* y apoyo de líderes para desarrollar mejores líderes, según reza en su página web. Este emprendedor que en su día estuvo al frente de Staples en Argentina y Brasil forma parte de la lista de los mayores *influencers* corporativos de habla española de 2019 elaborada por la revista *Emprendedores* de México.

Encabeza la clasificación, justo delante de él, Santiago Iñiguez de Onzoño, presidente de IE University. Si bien cuenta con muchísimos más seguidores, 130.000 frente a 57.000, porque, como él mismo explica, tiene detrás una institución de la que hasta hace poco era decano, IE Business School, con más de 75.000 antiguos alumnos.

Con 23.000 seguidores, Jorge Branger, es el tercer personaje con más tirón en LinkedIn. Un joven de 22 años, cofundador

de Flyt!, cuya receta para conseguirlo es "hiper-segmentarme en el *marketing*". Su pieza más vista en la plataforma laboral ha sumado 300.000 visualizaciones. Su truco: "Cuando veo un mensaje que se va a hacer viral, como un anuncio de Coca-Cola, hago una pieza propia", señala.

La publicación mexicana se ha basado para elaborar este *ranking* tanto en el número de seguidores de estos profesionales, como en la interacción que generan sus artículos o en la cantidad semanal de post o vídeos, la relevancia de los mismos y su capacidad de generar tendencias en la red social. Entre los top figuran emprendedores, profesores, consultores y expertos en *marketing* digital. Es el caso de Juan Merodio, que con 25.000

"Las personas tienen más valor que nunca" en la automatización del empleo, dice Márquez

Hace falta creatividad, empatía y resolver problemas para no sucumbir ante un robot

seguidores aparece en la novena posición. Sus claves para hacerse ese hueco son lograr resonancia buscando un tema educativo o personal que motive a la gente y la constancia en las publicaciones, señala. Esa asiduidad semanal era la escogida por Santiago Iñiguez para sus artículos. El más visto, dice, alcanzó medio millón de visualizaciones.

Voces para 2020

IE reunió hace unos días a una decena de *influencers* de LinkedIn con la idea de que anticiparan las tendencias que marcarán la conversación en plataforma durante 2020. Cada uno de ellos expuso la que consideraba más relevante. Hubo opiniones para todos los gustos. Desde la descarbonización a la que hizo referencia Enrique Dans —profesor de IE situado en el puesto siete de la clasificación con 115.000 seguidores—, que hace que "tengamos que repensar el obsoleto sistema económico para que sea viable", hasta el avance tecnológico de la mano de la inteligencia artificial al que aludió Emilio Márquez, consejero delegado y fundador de La Latina Valley que ocupa la posición 14 del listado con 30.000 seguidores; pasando por el derecho a la privacidad digital, pues es

fundamental que el entorno *online* sea tan seguro como el físico, según Iñiguez; y la capacidad de manipulación de la conducta que permite la tecnología a la que se refirió desde México Néstor Márquez, emprendedor en serie y fundador de Future Experts, en el top 15 con 28.000 seguidores.

Entre tanto impulso tecnológico hubo una coincidencia: la humanización del trabajo es una clara tendencia para este 2020. Nos formamos para ser *máquinas*, y ahora que las máquinas llegan, nos sentimos inútiles, según Piccioli. Al habla desde Buenos Aires, abogó por la rehumanización, por un año clave en el que necesitaremos más herramientas para ser más creativos, empáticos, trabajar en equipo, romper jerarquías, resolver problemas... en definitiva, para diferenciarnos de los robots y la automatización imperante. ¿Por qué trabajamos ocho horas? Si nos pagaran lo mismo por trabajar menos horas, lo haríamos, dijo. "Podemos dar todo el valor en mucho menos tiempo. Cinco horas son en las que somos más productivos y la automatización permite que los humanos elijan".

"El enemigo no es la tecnología, sino nosotros mismos", según Néstor Márquez. Lo importante, a su juicio, es que la gente pueda adaptarse al desarrollo tecnológico. Aunque, como señaló Juan Merodio, "vamos por el camino contrario a la humanización. Cada vez más *chatbots* se encargan de la atención al cliente y hasta los *influencers* son digitales".

Círculo de confianza

Se va a poner de moda que las personas que estén al otro lado de las redes sociales sean reales, según Cipri Quintas, empresario y conferenciante, que sostiene que en esta nueva década se pondrá el foco en la gente, en las redes de confianza. En mundo en el que los algoritmos siembran el miedo entre los trabajadores respecto a la desaparición de sus puestos, "las personas tenemos un valor que no hemos tenido nunca jamás", afirmó Emilio Márquez. Desde su punto de vista, las empresas que no se humanicen para que sus empleados se sientan bien tratados, puedan captarlos y fidelizarlos a través de la conciliación y el teletrabajo, se irán al garete.

Pero, con el empleo en decadencia, en el futuro va a haber tres clases sociales en el trabajo: los nobles, es decir, los funcionarios; los siervos, trabajadores por cuenta ajena mal pagados y el resto, que serán profesionales libres, que generarán sus propios ingresos como autónomos, *freelancers* o autoempleados, dibujó Andrés Pérez Ortega, experto en *branding* personal.

Al final, la automatización de los puestos de trabajo tardará en producirse y va a haber tiempo para que las personas se adapten al nuevo escenario, cerró esperanzado el presidente de IE University.

LINKEDIN

De Helena Herrero a Bill Gates

LinkedIn también realiza una clasificación de los profesionales que cuentan con mayor capacidad de influencia en esta plataforma que conecta en España a 12 millones de profesionales. La llama 'Top Voices' y los primeros expertos en la lista española de 2019 son Helena Herrero, Marc Vidal, Patricia Ramírez, Borja Vilaseca y Marta Romo. Entre las 'Top Voices' internacionales de la red social del trabajo se incluye a empresarios como Richard Branson, Bill Gates, Arianna Huffington o Mary Barra, que tienen un equipo de editores para crear contenidos inspiradores.