

Blogs y consultores

“Un weblog, también llamado blog o bitácora, es un sitio web donde se recopilan cronológicamente mensajes de uno o varios autores, sobre una temática en particular siempre conservando el autor la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente”. (es.wikipedia.org/wiki/Blog)

¿Que pasaría si la creatividad, las ideas y el conocimiento dejaran de estar empaquetadas, homogeneizadas y filtradas y fluyesen libremente?

¿Si en lugar de tomar prestadas las “modas” de gestión del otro lado del atlántico, fuésemos capaces crear nuestras propias teorías y divulgarlas libremente?

Actualmente se dice que, en un mundo de servicios, la verdadera riqueza de las empresas es el talento y el conocimiento y que este acabará sustituyendo al capital ¿No se habría cumplido el sueño de Adam Smith del capitalismo sin fricciones?

Pues bien, los blogs (bitácoras) han conseguido que podamos parafrasear a Carlos Marx y decir que “Un fantasma recorre el mundo: el fantasma de la libertad de conocimiento”.

Hablar de transmisión libre de ideas y conocimiento era ciencia ficción hasta hace unos años porque en el mejor de los casos, este quedaba dentro de las organizaciones y se perdía en la maraña burocrática de las grandes empresas. Sin embargo, se está produciendo un fenómeno revolucionario similar al de la imprenta que puede cambiar la forma de compartir conocimiento: los **blogs o las bitácoras** en Internet.

Del mismo modo que la imprenta sacó el conocimiento de los monasterios y puso a disposición de todo el mundo una herramienta para transmitir el saber, en este momento tenemos otra muchísimo más potente, libre y fácil de manejar que el invento de Gutemberg.

¿Se puede retener el talento?

En los últimos tiempos ha surgido una auténtica fiebre entre profesionales de muchos sectores para comunicarse y transmitir sus ideas, opiniones y conocimientos al margen (o no) de su actividad profesional. Las páginas web fueron el primer paso, pero eran herramientas cuya creación era poco ágil y nada intuitiva. Sin embargo, el blog (bitácora) ha permitido que profesionales de todo el mundo sin necesidad de ser expertos en tecnologías de la información salgan de sus cubículos para decir que aún están vivos. Profesionales que demuestran que son capaces de ir mucho más allá de lo que dice su “Job Description”.

Curiosamente en el sector de la consultoría han aparecido muchos profesionales que aún manteniendo su nombre en el anonimato por razones laborales, han conseguido crear una Marca Personal fuerte. Son respetados por sus conocimientos, su sensatez y sus ideas. Mi intuición (y el conocimiento personal de alguno de ellos) me dice que se trata de profesionales jóvenes, bien preparados y con una experiencia importante en grandes empresas. El nivel de muchos de sus artículos es extraordinario y te hace meditar sobre la riqueza de creatividad y de conocimiento que estamos desaprovechando en nuestro país.

A todos aquellos que consideran que la solución a la competitividad pasa por reducir costes y reestructurar plantillas les recomiendo que “escuchen a la red” porque posiblemente se llevarán algunas sorpresas.

Ya va siendo hora de que algunos descubran que además del denominador (costes) también existe un numerador infrautilizado en la fórmula para calcular la productividad.

Desgraciadamente, aunque estos profesionales anónimos son muy rigurosos en el mantenimiento de la confidencialidad en el trabajo con sus clientes, se detecta descontento, desmotivación y hartazgo. Por lo general, son profesionales bien informados. Pero como buenos consultores también mantienen una actitud constructiva y aportan soluciones.

Se nota que son buenos profesionales pero el trabajo que desempeñan se les queda pequeño.

Evidentemente, el trabajo y el esfuerzo mental que implica mantener un blog (bitácora) de cierto nivel me indica que son grandes intraemprendedores o microempresarios que están deseando tomar la iniciativa y que están esperando un empujoncito para convertirse en Agentes Libres.

¿Cómo afecta esto a las empresas?

Pues depende de cómo aborden el problema. Si los responsables saben detectar y encauzar toda esa energía,

podrán enriquecer a sus empresas y tener motivados a estos profesionales. En caso contrario, podría suceder que:

- Buenas ideas saliesen de las empresas al no encontrar dentro la acogida que se espera.
- Por error o por otro motivo, se filtrase algún dato inapropiado de la empresa o de algún cliente.
- Sería mucho más difícil despedir a alguien con una voz pública y respetada.

En este sentido y viendo el panorama de nuestro país, soy pesimista. Ante el dilema de **prohibir o facilitar** me temo que se optará por lo primero. Creo que se decidirá poner filtros tecnológicos para el acceso desde la empresa a herramientas de este tipo, restricciones legales o amenazas de sanciones. Lo que ocurre es que esta tecnología está al alcance de cualquiera desde un cibercafé, desde el móvil o desde el ordenador del hijo pequeño. Perdón por el juego de palabras pero irónicamente, ha sido **Bill Gates** (Puertas) el que con su **Windows** (Ventanas) ha quitado las puertas al campo.

Blogs y Marca Personal

Los blogs (Bitácoras) se han convertido en la herramienta más eficaz para crear una propia Marca Personal. Ya no hace falta tener infinitos recursos para darse a conocer al mundo entero. Hoy cualquier profesional con un ordenador viejo y una buena conexión puede ser reconocido y respetado en todo el planeta por sus ideas y mi experiencia me indica que no es una exageración o una utopía.

- Un buen blog (bitácora), puede ser más eficaz que un curso de postgrado para conseguir una promoción o un contrato.
- En un mercado saturado de CVs, el blog (bitácora) se puede convertir en la mejor prueba del conocimiento que un profesional tiene de su especialidad. Una empresa ya no pedirá el CV, simplemente hará una búsqueda en Google o en Technorati (<http://www.technorati.com/>)
- Clientes con problemas muy específicos o empresas que buscan talento pueden contactar fácilmente con el especialista que están buscando.
- En un mundo saturado de **Jóvenes Aunque Sobradamente Preparados**, la comunicación se convierte en un factor diferenciador fundamental. Aquellos que mejor la manejen, tendrán más fácil alcanzar los objetivos profesionales.
- Las relaciones y los contactos personales han sido siempre la forma natural de hacer negocios por lo que se podría decir que un blog (bitácora) es la mejor manera de crear una Intranet de intereses comunes y satisfacción de necesidades mutuas dentro de Internet.

Se quiera o no, la revolución de la Marca Personal está unida al desarrollo de los blogs (bitácoras) y viceversa. Cuanto mejor sea un blog (bitácora), más fuerte llegará a ser una marca para un profesional. Es la herramienta perfecta para un consultor independiente o un emprendedor. Sin embargo, cuando el profesional está dentro de una empresa ¿Qué ocurre cuando su marca llega a ser más fuerte que la de su empleador? Quizás la solución sea:

Si tus profesionales tienen blog (bitácora), trata de tenerlos contentos.

Aquí incluyo algunos blogs (bitácoras) interesantes para ir abriendo boca aunque la mejor manera de conocer el medio es ir descubriéndolo por uno mismo e involucrándose en su dinámica.

Consultoría y entorno laboral

La gacela de wirayut:

<http://gaceladewirayut.blogspot.com/>

A bit of an apple:

<http://oscarmanzano.f2o.org/applebit/>

Todo Business Intelligence:

<http://todobi.blogspot.com/>

Estratega:

<http://estratega.typepad.com/>

Vida de un consultor:

<http://vidadeunconsultor.blogspot.com/>

Un adiós a la empresa:

<http://desolasol.blogspot.com/>

La maldición de Sísifo:

<http://maldicion-sisifo.blogspot.com/>

Relaciones Públicas**Octavio Rojas:**

<http://octaviorojas.blogspot.com/>

Recursos Humanos**MonReal:**

<http://www.davidmonreal.com/>

Marca Personal**Marcapropia:**

<http://www.marcapropia.net/blog.html>

William Arruda:

<http://blog.williamarruda.com/blog/>

Marketing**Markarina:**

<http://markarina.bitacoras.com/>

Trinamita-lab

<http://www.lacoctelera.com/trinamita-lab>

Andrés Pérez Ortega

Personal Branding Sherpa

www.marcapropia.net

www.brandingpersonal.com

colaboradores@marcapropia.net

Tel : 678 544 817