

Úrsula Vega Benavides

CONECTADOS

The title 'CONECTADOS' is rendered in large, bold, black letters. The letter 'O' in 'CONECTADOS' is replaced by a pink Wi-Fi symbol. Small illustrations of people are integrated into the letters: a woman sitting on the 'O' of 'CONECTADOS' using a laptop, a man sitting on the 'E' of 'CONECTADOS' using a laptop, two men shaking hands on the 'A' of 'TADOS', and a man in a brown coat and a woman standing on the 'O' of 'TADOS'.

#RelacionesPúblicas3.0



Úrsula Vega

Conectados

#RelacionesPúblicas3.0

PAIDÓS EMPRESA

No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea este electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 216 y siguientes del Código Penal).

La editorial no se hace responsable por la información brindada por la autora en este libro.

Conectados

#RelacionesPúblicas3.0

© 2023, Úrsula Vega Benavides

Corrección de estilo: Elizabeht Bautista

Armado de cubierta: Departamento de Arte y Diseño de Editorial Planeta Perú

Diseño de interiores: Susana Tejada López

Derechos reservados

© 2023, Editorial Planeta Perú S. A.

Bajo su sello editorial Paidós Empresa

Av. Juan de Aliaga N.º 425, of. 704, Magdalena del Mar
Lima, Perú

www.planetadelibros.com.pe

Primera edición: febrero 2023

Tiraje: 1000 ejemplares

ISBN: 978-612-4327-43-8

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N.º 2022-12626

Impreso en Litho Mass Arte S. A. C.

Calle Nicolás Copérnico N.º 236, San Miguel

Lima-Perú, febrero 2023

*A las mentoras de mi vida personal y profesional,
mis amigas del alma
Caridad, Iliana, Mariana, Soledad y Susana.
¡Gracias por tanto!*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	11
¿Qué significa estar conectados hoy?	13
PRÓLOGO	15
CAPÍTULO 1	
NUEVOS RETOS, NUEVAS OPORTUNIDADES	23
El mundo está cambiando	23
¿Se fortalecen los vínculos a distancia?	24
El mercado laboral se abrió al mundo entero	28
A un clic de distancia	29
Rompimos paradigmas: ¡el trabajo remoto sí funciona!	32
El valor del minuto	38
Nómadas digitales	40
Cómo hacer <i>networking</i> cuando te mudas a otro país	44
Creatividad, innovación y espíritu emprendedor	48
Cazadores de oportunidades	49
Emprender con resiliencia	52
Las relaciones públicas para el éxito de un startup . . .	54

¿Cómo apoyar a los emprendedores?.....	55
Startup showers	56

CAPÍTULO 2

EL MUNDO VIRTUAL LLEGÓ PARA QUEDARSE.

¡DOMÍNALO!.....	57
Videoconferencias: ¡cuida tu imagen profesional!	59
¿Estar [en cámara] o no estar?	66
¿Cómo generar vínculos a través de una pantalla?.....	70
El arte de construir relaciones reales con personas virtuales.....	74
Manejo de conflictos a distancia	78
Campaña electoral virtual: el reto de la conexión.....	79
El <i>storytelling</i> : ¿cómo conectar con una buena historia?.....	81
<i>Storytelling</i> para potenciar tu marca personal	86
El poder del <i>storytelling</i> en las redes sociales.....	87
Del <i>storytelling</i> al <i>storydoing</i>	90
Las oportunidades que da la tecnología a la mujer de hoy.....	91

CAPÍTULO 3

SI NO ESTÁS EN REDES, ¡NO EXISTES!...

PERO ¿CÓMO ESTÁS?.....	99
¡Comunico, luego existo!	99
Ventajas de estar en redes sociales	100
Tu marca personal en redes sociales.....	107
Ojos que no ven, las redes te lo cuentan.....	111
Los <i>influencers</i> : los nuevos aliados	113
El <i>networking</i> virtual humaniza las marcas	116
El humor es un negocio serio.....	118
El secreto de un correo bien redactado.....	121

Quiero verme profesional en WhatsApp	124
¿Cómo mejorar tu foto de perfil en redes sociales?	126

CAPÍTULO 4

DE VUELTA A LA OFICINA	129
La nueva «nueva normalidad»	134
¿Nos abrazamos?	135
La importancia del saludo	138
Relaciones horizontales en la oficina.	139
¿Y, ahora, cómo me visto?	141
¿Virtual o presencial?	144
Ventajas de la virtualidad	144
Desventajas de la virtualidad	148
El lujo de lo presencial	151
Reconectando con nuestros <i>stakeholders</i>	155
Mantén viva tu red de contactos.	158
<i>Networking</i> no invasivo: cuida tu red	160
<i>Overdelivery</i> para fidelizar al cliente	160

CAPÍTULO 5

LA NUEVA CULTURA DEL <i>NETWORKING</i>	165
El valor de las relaciones públicas 3.0.	165
<i>Networking</i> como estilo de vida	166
Conectar y posicionar contactos	169
¿Cómo son ahora las reuniones presenciales?	171
Los eventos de <i>networking</i> de hoy	174
Eventos híbridos	178
Microeventos	182
<i>Elevator pitch</i> : ¡cuéntame algo sobre ti!	186
<i>Small talk</i> : contenido para conectar.	187
El corazón del <i>networking</i> es la conversación	190
<i>Networking</i> para introvertidos, tímidos y abrumados.	193

Los detalles marcan la diferencia	196
De una base de datos a una red de contactos	204
No hay inalcanzables	205
¡Tome asiento!	206

CAPÍTULO 6

RESILIENCIA, EMPATÍA Y SOLIDARIDAD

EN TIEMPOS DE CRISIS	209
--------------------------------	-----

AGRADECIMIENTOS	215
---------------------------	-----

REFERENCIAS	217
-----------------------	-----

INTRODUCCIÓN

Una de las cosas que más me apasionan es generar vínculos entre las personas, conectarlas y hacer que las cosas sucedan. Siempre he sido sociable y extrovertida; mi esencia es el relacionamiento. Si bien me gustan los espacios para estar conmigo misma, necesito el encuentro «en vivo y en directo». ¿Y quién no?

Cuando llegó marzo del 2020 —y con ello la época de distanciamiento físico—, sentí que el mundo me ponía a prueba. Mi negocio —las relaciones públicas—, como muchos, sufrió un golpe importante. ¡Relaciones públicas a distancia! Al principio, me parecía imposible y ponía resistencia al cambio, pero recordé que «ningún mar en calma hizo experto a un mariner».

Era una situación completamente nueva: quedaron en pausa las reuniones presenciales, los eventos, comer con amigos, compartir la sobremesa después de la cena, los abrazos, el ruido de la calle... Pensé que perdería la cercanía con el otro,

algo primordial en mi ámbito, pero me sorprendió todo lo que fuimos capaces de lograr.

Es en la adversidad donde uno construye relaciones valiosas, positivas; donde se nos da la oportunidad de ayudar a los demás y entonces el vínculo se hace más fuerte aún. El mundo nos alejó de lo físico, pero nos introdujo en las infinitas posibilidades de lo digital. Sin duda, en este periodo aprendimos a ser mejores personas, a evaluar el balance entre la vida personal y profesional, y a darnos cuenta del valor de las relaciones interpersonales y de la conectividad. Comencé a investigar cómo generamos relaciones y vínculos a través de las pantallas, cómo socializamos en las plataformas digitales y cómo experimentamos nuevas formas de expresar nuestros sentimientos, ideas y emociones. Es así como fui redescubriendo que las relaciones y los vínculos en el mundo de los negocios cambiaron, cambian y seguirán cambiando.

Quedé fascinada por todo lo que iba descubriendo. Cada vez tenía más y más información, desde avances tecnológicos hasta fenómenos que nunca habíamos pensado (como, por ejemplo, el valor del minuto o la pérdida de la privacidad en las reuniones virtuales), y por eso me decidí a escribir este libro.

El propósito es compartir mi experiencia, mis aprendizajes e investigaciones, y, a través de testimonios valiosos de mis entrevistados, contar sobre las tendencias que realmente importan y entender cómo cambiaron las relaciones y los vínculos a raíz de la pandemia. De esta manera, brindarles a los lectores herramientas para poner en práctica lo aprendido.

Lo que sí sabemos ahora es que necesitamos el contacto físico, las reuniones continuas, mirar a los ojos, abrazarnos... ¡Pero en ese entonces no teníamos idea! Hoy debemos aprovechar cada instante, valorar lo que antes era absolutamente cotidiano y tomar conciencia de esas cosas que antes pasábamos por alto

sin darnos cuenta. ¡La vida nos está dando una segunda oportunidad y debemos aprovecharla!

¿Qué significa estar conectados hoy?

Los seres humanos somos seres sociales y sociables por naturaleza. Vivimos interconectados: necesitamos de los demás para construir vínculos sólidos, sentirnos reconocidos, desarrollar sentido de pertenencia y sabernos necesitados e importantes. Incluso en la distancia, frente a una pantalla y a decenas de kilómetros, una conversación profunda o un mensaje sincero nos une mucho más de lo que podemos creer, y nos ayuda a generar conexiones reales con los otros.

Como sabemos, nuestra forma de estar conectados cambió. Con la nueva era digital, y el trabajo remoto e híbrido, la industria de las relaciones públicas está adoptando nuevas herramientas que ponen a prueba nuestra creatividad y la autenticidad de los mensajes que transmitimos.

En un mundo diferente no podemos comportarnos igual que antes y esperar los mismos resultados. Debemos adaptarnos y aprovechar al máximo todas las oportunidades que antes quedaban inexploradas.

Nuestros puntos de contacto son ahora «sin barreras»: podemos acercarnos a cualquier persona en nuestra red, integrarnos en videollamadas o mensajes virtuales, compartir, reír, apoyarnos y unirnos con los demás sin importar la distancia física. ¡Estamos más conectados que nunca!

Entramos al tercer periodo real de evolución. ¡Bienvenido al mundo postaislamiento, bienvenido a las #RelacionesPúblicas3.0!

CAPÍTULO 1

NUEVOS RETOS, NUEVAS OPORTUNIDADES

El mundo está cambiando

El mundo, tal como lo conocíamos, se transformó. Nuestras metas, hábitos y prioridades, desde lo laboral hasta lo privado, cambiaron radicalmente con la explosión de las tecnologías durante el periodo de pandemia. ¡Si lo pensamos, vivimos un gran cambio cultural tan solo en pocas semanas! La vida social se potenció a través de las plataformas digitales: los baños se volvieron consultorios para terapias psicológicas, el comedor pasó a ser aula de clases, los cumpleaños y las bodas se celebraban por Zoom y cambiamos las noches de cine por *delivery* y Netflix.

En lo laboral, los cambios fueron aún más drásticos: las videollamadas se multiplicaron, los viajes de negocios disminuyeron, nuestras casas se convirtieron en oficinas, pasamos del dinero físico a las billeteras virtuales, creció el comercio electrónico... y, por supuesto, el trabajo remoto o *home office* llegó a la mayoría de los hogares, y se instauró el trabajo híbrido.

Los líderes empresariales se dieron cuenta de que no tenían que estar en las oficinas para trabajar con su equipo de manera efectiva. Se elevó la importancia de la transparencia y la empatía entre colegas, el bienestar de los empleados y el equilibrio entre la vida personal y profesional. Ahora vivimos una creciente demanda de mayor libertad debido a la experiencia durante la cuarentena, de ahí la popularidad de los modelos flexibles, que fomentan relaciones basadas en la confianza.

Así comenzó este nuevo tiempo que cambió nuestras vidas y las formas de trabajar, y nos retó a repensarnos, a prepararnos y a encontrar nuevas maneras de mantenernos vigentes, de relacionarnos, de estar activos en el campo laboral y de desarrollar nuevos conocimientos; y de esta manera, poco a poco, seguir aprendiendo. El trayecto continúa...

¿Se fortalecen los vínculos a distancia?

Tal como ocurre en el fútbol, que es capaz de unirnos y traspasar fronteras, la pandemia tuvo el mismo efecto con nuestros *stakeholders*¹ y con nuestros clientes. Todos estábamos pasando por situaciones complicadas, que nos planteaban una serie de retos: tener apertura al cambio, estar siempre listos para reinventarnos y abrirnos a nuevas oportunidades.

«Estamos aquí para ayudarlo». Las empresas comenzaron a construir conexiones emocionales genuinas con los clientes a través la empatía; así, se humanizaron las relaciones. El contacto

1 En el ámbito empresarial, *stakeholder* significa 'partes interesadas' y se refiere a todas aquellas personas u organizaciones vinculadas a las actividades y decisiones de una empresa.

con el colega se volvió cercano y constante. Esto mejoró la calidad de los vínculos y nos estrechó con los demás. Centrarse en el cliente siempre fue importante, pero, en esa coyuntura, la consideración fue aún mayor.

Comprender los nuevos desafíos de nuestros *stakeholders*, tener pensamiento creativo, proporcionar soluciones, apoyar y satisfacer necesidades emocionales para garantizar el bienestar de los clientes, y mostrar preocupación por ellos fueron grandes impulsores para construir relaciones sólidas y duraderas.

Las empresas descubrieron que los *stakeholders* respondían favorablemente cuando la comunicación proactiva era auténtica y transparente. La confianza y la lealtad crecieron y las relaciones comenzaron a ser más profundas.

Por ello, hemos salido de esta crisis como una familia más unida y con las relaciones más fortalecidas. ¡Aprovechemos estos buenos hábitos que aprendimos en la pandemia!

Soy embajadora de Meche Correa, una artista apasionada e inspirada por el Perú. Bajo su marca homónima, la diseñadora es creadora de ropa, joyas y objetos que resaltan la tradición artesanal de los pueblos originarios de nuestro país. Trabaja con artesanos de Ayacucho, Cusco, Lambayeque y Cajamarca; su equipo de trabajo está en diferentes ciudades del país. ¿Cómo hizo, entonces, durante la pandemia para mantener los vínculos con ellos? Esto nos cuenta ella:

La tecnología fue indispensable. El celular se convirtió en nuestra principal herramienta de trabajo. Aunque no lo manejábamos con destreza, era nuestra forma de comunicación. Esto hizo que las relaciones se estrecharan y, por eso, se mantienen sólidas hasta el día de hoy. Después de tantos años trabajando juntos, siento que somos una familia; hay

confianza, respeto, admiración y aprendizaje mutuo. Hoy la relación continúa siendo magnífica porque ya estaba establecida, y la tecnología ayudó a que el trabajo siga y los vínculos se fortalezcan. La pandemia me dio la oportunidad de tener tiempo para diseñar más, crear más, y también nos hemos dado cuenta de que al final ese sistema de trabajo nos funcionó, hemos ahorrado tiempo y recursos.

«La pandemia nos trajo sorpresas inesperadas. Una de ellas la viví en una consultoría trabajando un plan de transformación. Como todos andábamos con el estrés a tope, construimos una comunidad para que la gente conecte, se “humanice”, y donde las relaciones se construyan sobre la sinceridad, la transparencia, la empatía y la solidaridad. Volteamos la tortilla convirtiendo la adversidad de la pandemia en algo positivo, y lo más simpático es que hoy es una comunidad de relaciones basadas en la confianza, y esa confianza interna se traslada a los usuarios y a los diferentes *stakeholders*».

Carla Olivieri, CEO de Aktiva, Centro de Liderazgo e Innovación

«Para fortalecer las relaciones con los colaboradores de la oficina en los campamentos mineros, se hacían campeonatos de fútbol como parte de nuestros momentos de integración, actividad que quedó suspendida por la pandemia. Entonces, surgieron ideas que venían de juegos del pasado. El reto fue seguir con las actividades, pero respetando los protocolos de bioseguridad. Entonces, se nos ocurrió hacer concursos de hula-hula (juego que consiste en hacer girar un aro de plástico alrededor de la

cintura). Este juego nos permitió moldear nuestro cuerpo, sonreír, mejorar nuestra postura, hasta nuestra autoestima, ¡y mantener el distanciamiento físico!».

Edith Sáenz, jefe corporativo de Recursos Humanos y Administración de la Compañía Minera Lincuna

«Previo a la pandemia, tenía un proyecto con un cliente que vivía en otro país. Pese a que el vínculo inicial fue presencial y el proceso para cerrar el negocio fue virtual, fue fundamental generar la visita cara a cara. Darnos la mano con compromiso, mirarnos a los ojos... Esta es la parte humana del negocio».

Mariano Kazmierski, gerente general de Alsud

«La relación con mis clientes fue perdiendo el continuo contacto *face to face* por la tecnología. Antes íbamos a visitarlos a la oficina, a tomar un café o a almorzar; todo se fue perdiendo por temas como el *compliance*², las presentaciones cada vez más completas y en formatos multimedia. La virtualidad durante la pandemia hizo que la relación se vuelva más personal y continua; entramos en la vida y en los hogares de cada cliente, acercándonos más».

Talía Benavides, ejecutiva comercial de Canal N

«La distancia físicanos unió y fortaleció nuestras relaciones».

Jorge Basadre, socio y cofundador de Enfoca

2 El *compliance* se refiere al cumplimiento de las normas internas y externas establecidas por una empresa, ente público o entidad.

CAMBIEMOS EL CHIP

A raíz de la pandemia, hemos incorporado la expresión «distanciamiento social» en nuestro vocabulario. Pero... ¿de verdad existe el distanciamiento social?

No, no hay distanciamiento social, hay distanciamiento físico.

Hoy, gracias a la conectividad, estamos más comunicados que nunca. Las redes sociales y las plataformas digitales nos permiten estar permanentemente conectados e interactuando de forma inmediata. Ahora, más bien, el contacto y la interrelación son instantáneos: una llamada o un mensaje y estamos todos conectados.

El mercado laboral se abrió al mundo entero

La contratación de talentos sin limitaciones geográficas es una de las mayores oportunidades inesperadas del trabajo remoto. ¡El mercado laboral se abrió al mundo entero! Hoy las empresas tienen la flexibilidad de contratar personas más allá de sus fronteras, lo que deviene en una fuerza laboral más amplia y diversa en su organización, y permite encontrar el mejor talento donde sea que esté para obtener una ventaja competitiva.

El trabajo remoto, llamado también teletrabajo o *home office*, expande las fronteras para que los trabajadores accedan a más y mejores empleos. Y, sin duda, las oportunidades son mayores para quienes tienen habilidades digitales y acceso a mayor conectividad.

Ximena Vega Amat y León, CEO de Claridad Coaching Estratégico, escribió un artículo llamado «La oficina está en ti, marques o no tarjeta». En él cuenta: «Mientras escribo este artículo,

reviso una estrategia de *marketing* para una marca en Bucarest, coordino por chat con mi equipo en Lima y voy en tren de Roma a Napoli. Nunca pensé que tendríamos que atravesar por una pandemia para entender que el trabajo remoto era posible».

El gran aprendizaje es que el trabajo ya no es un lugar al que ir: es una **actividad con un propósito**.

A un clic de distancia

Conversaba con Enrique Durández, gestor de cuentas y exportación de Juvé & Camps, un productor de cava de Cataluña, España, sobre cómo había cambiado el mundo en los dos últimos años. Me contó sobre una campaña que realizaron con éxito en Latinoamérica, el «Juvé Cocktail Challenge», un concurso dirigido a *bartenders* con el objetivo de promover el consumo del cava a través de la coctelería.

Hicieron una convocatoria abierta a través de redes sociales en cinco países donde la coctelería se ha ganado su lugar: Perú, Colombia, Ecuador, República Dominicana y Puerto Rico. Participaron cincuenta *bartenders* que mostraron cómo elaboraban sus mejores tragos. Evaluaron el coctel más creativo, la repercusión en redes sociales y seleccionaron a ocho ganadores (una de ellas, amiga mía peruana, Akemi Nemoto, *bartender* del bar Residente del hotel Pullman San Isidro). Los ganadores fueron invitados a Barcelona con actividades importantes, como cursos creativos de coctelería, visita a la cava Juvé & Camps, cata de espumosos y con múltiples oportunidades y experiencias inolvidables para su carrera profesional.

De una forma creativa y original, a través del mundo virtual, lograron posicionar a Juvé & Camps en el segmento de la

coctelería, tener acercamientos con sus *key stakeholders*³, fidelizarlos y convertirlos en nuevos embajadores de la marca. Y todo esto a un clic de distancia.

Así como en el ejemplo, las empresas se han adaptado para hacer negocios de forma virtual e interrelacionarse a través de plataformas digitales. Pese a que este giro, en algunos casos, fue inesperado, las respuestas fueron receptivas, y las experiencias, cada vez mejores, lo que ha permitido un crecimiento de forma exponencial.

Las ventajas de estar a solo un clic de distancia:

- Fortalecemos nuestras relaciones con los grupos de interés y crece nuestra red de contactos.
- A través de las videoconferencias, que nos permiten mantener la eficiencia de nuestro trabajo, tenemos reuniones con mucha facilidad y mayor frecuencia con cualquier país del mundo y, sobre todo, seguimos en contacto permanente con nuestros *stakeholders*.
- Los *webinars* pueden ser significativamente más masivos, más baratos y menos complicados logísticamente que los tradicionales. Lamentablemente, los *webinars* llegaron a su auge, a tal punto de ser descomunales. Hoy no tienen la convocatoria de antes y han perdido impacto y valor; la gente quiere salir, tener reencuentros presenciales. Pero siguen siendo una herramienta importante.
- Los *celebrities* empresariales son más accesibles, pues ya no requieren presencia física.

Así como hay ventajas, también la distancia genera muchos desafíos: ¿cómo hacemos para generar identidad y pertenencia de los

3 *Key stakeholders* se refiere a los grupos de interés clave.

trabajadores con la cultura de la empresa, mantener la conexión personal y la participación en los equipos?, ¿cómo mantenemos la vinculación, la motivación y la ilusión por la empresa? Al fin y al cabo, somos seres sociales y nuestra interacción con nuestro trabajo es a través de dispositivos tecnológicos. No poder compartir un mismo espacio genera también aislamiento emocional.

Estoy convencida de que, cuando se trata de relacionamiento, nada supera la calidez de un apretón de manos o un intercambio de sonrisas. Las interacciones cara a cara son importantes, pero los beneficios de las plataformas digitales superan con creces los inconvenientes y es una tendencia que llegó para quedarse.

«Para nosotros, la pandemia fue una oportunidad. Nos dimos cuenta de que nuestro cliente era digital, y si no lo era, se adecuó rápidamente a la tecnología. En las agencias, hemos conocido gente y la hemos interrelacionado, tanto a nivel de directorios, gerencias y agencias, a través de videollamadas. Nos conectamos de manera rápida y directa con personas que antes nunca nos habían visto. Y hemos llegado a más personas en los últimos dieciocho meses que en los treinta y seis años de creación de Caja Arequipa. Nunca nos hubiésemos imaginado que la pandemia nos diera tantas herramientas y hábitos que nos hacen más eficientes, más humanos y más horizontales».

José Málaga, presidente del directorio de Caja Arequipa

«El lado positivo de la virtualidad es que puedes llegar más rápido a las personas. Somos más accesibles: estamos de clic a clic».

Rodrigo Arróspide, gerente general y managing partner de W Capital SAFI