

Por qué Jeff Bezos y otros líderes mundiales prefieren hablar al último en las reuniones y qué dice la ciencia al respecto

21/01/2026



Jeff Bezos es uno de los líderes más influyentes del mundo actual, además de uno de los más millonarios. Fundador del gigante **Amazon**, y de la empresa de tecnología espacial **Blue Origin**, entre otras, su visión del mundo y los negocios es tenida en cuenta por millones alrededor del globo.

En un episodio del **podcast de Lex Fridman**, Bezos explicó por qué **prefiere hablar al final de las reuniones** y la filosofía de liderazgo y toma de decisiones detrás de esa decisión.

Bezos dijo que si él habla primero en una reunión, incluso personas muy inteligentes y con opiniones firmes pueden

verse **influenciadas por su postura**. Su presencia y autoridad pueden hacer que los demás cambien de opinión o que **su propia voz silencie debates más honestos**.

“Sé por experiencia que si hablo primero, incluso personas muy inteligentes y con gran criterio en esa reunión pensarán: ‘**Si Jeff piensa eso, tal vez yo no estoy en lo correcto**’”, sostuvo.

Cómo estructura las reuniones Jeff Bezos

Según él mismo contó, deja que todos los demás hablen primero para que sus ideas salgan sin estar influenciadas. Idealmente, sugiere que la persona más junior hable primero y así sucesivamente, para escuchar opiniones “sin filtros”.

Lo hace para promover una **discusión más rica, honesta y diversa**, donde las mejores ideas salgan a la superficie sin que la jerarquía del líder distorsione la conversación.

Qué dice la ciencia sobre las reuniones y el orden de los oradores

La ciencia respalda la idea de que **quien habla primero puede inclinar una decisión colectiva**, incluso sin intención de imponer su punto de vista. Así lo demuestra una investigación publicada en la revista *Science*, que analizó cómo **las opiniones iniciales influyen de manera desproporcionada** en el comportamiento posterior de un grupo.

El [estudio](#), titulado ***Social influence bias: a randomized experiment*** (“*Sesgo de influencia social: un experimento aleatorizado*”) y firmado por Lev Muchnik, Sinan Aral y Sean J. Taylor, se basó en un **experimento aleatorizado a gran**

escala realizado en una plataforma digital donde los usuarios podían votar comentarios. El diseño fue simple pero revelador: algunos contenidos recibieron, de manera artificial y aleatoria, una primera valoración positiva o negativa **antes de ser vistos** por el resto de los participantes.

Los comentarios que recibían una **señal positiva inicial** tendían a acumular más votos favorables con el paso del tiempo, **independientemente de su calidad objetiva**. Según los autores, ese primer empujón generaba un efecto de arrastre que elevaba la puntuación final de esos comentarios en alrededor de un **25%** frente a aquellos que no habían sido manipulados.

El fenómeno, conocido en la literatura académica como *herding* o **comportamiento de rebaño**, muestra cómo una opinión temprana puede actuar como referencia para los demás, condicionando sus decisiones posteriores. En términos más amplios, el trabajo pone en evidencia que **las dinámicas colectivas no siempre reflejan juicios independientes**, sino que están atravesadas por señales iniciales que se amplifican con el tiempo.

Aunque el experimento se desarrolló en un entorno digital, sus conclusiones son extrapolables a otros ámbitos, como reuniones de trabajo, deliberaciones políticas o procesos de toma de decisiones en organizaciones. La investigación aporta respaldo empírico a una intuición largamente debatida: **hablar primero no solo expresa una opinión, también puede moldear todas las que vienen después**.

Fuente: Canal 26