

El Papel del Líder ante la Transformación Digital

Con este título, el pasado jueves 1 de febrero en el auditorio de The Valley DBS, en un ambiente dinámico y distendido y, ante más de 100 personas, José Manuel Casado González, Socio fundador de 2.C Consulting y socio de The Valley Digital Business School, anticipó tendencias y disertó sobre el role que deben jugar los líderes de las organizaciones para abordar la transformación digital.

“No estamos en una época de cambio, sino en un cambio de época” aseguró Casado, “en la que cinco grandes fuerzas (“globalización, demografía y envejecimiento, sociedad, lucha por los recursos energéticos y tecnología) están transformando la forma de vivir, relacionarnos y hacer negocio.

El socio fundador de 2.C Consulting, subrayó “la gran convergencia que se está produciendo por la confluencia de datos (ingeniería de datos, sobre todo mediante *big data, analytics*), personas (redes sociales), dispositivos que incrementan la movilidad -*devices* o *wereables* que lo llaman los anglosajones-, lo que se ha dado en llamar internet de las cosas (*Internet of Things- IoT*) y los sistemas (*cloud*), están haciendo que aparezcan y proliferen los negocios digitales que, básicamente, consisten en el aprovechamiento de las tecnologías digitales para crear nuevos productos, servicios y experiencias de clientes más inteligentes a través de nuevos modelos de operación en las organizaciones”; “esta gran convergencia, -continúo el ponente- está provocando la denominada *densidad digital*, que es el número total de personas, cosas y procesos con conexión persistente en una unidad de actividad social: empresa, mercado, país, planeta...

José Manuel manifestó que “la transformación digital de las compañías se ha convertido en un imperativo de negocio porque, según el Centro de Estudios sobre economía digital MIT Sloan Management, las compañías que alcanzan una mayor madurez digital obtienen, actualmente, más de un 26 por ciento de rentabilidad y un 12 por ciento más de valor de mercado que sus competidores, y, lo hacen sobre todo mediante dos aspectos fundamentales: liderazgo y cultura e inversión en iniciativas digitales”.

“Pero crecer en tecnología no es suficiente, porque uno puede ir en un Ferrari, pero permanecer en el mismo atasco”, aseguró Casado, porque “el punto de partida es pensar en el negocio desde la tecnología, pero sabiendo que, como dijera el gurú en economía digital Don Tapscott, puede que la tecnología abra las puertas, pero no obliga a nadie a atravesarlas.

Durante su intervención, José Manuel enumeró las competencias del líder digital, resaltando “el dominio del lenguaje digital, la generación de entornos de mayor colaboración, el uso de la información y no solo de la tecnología, la voluntad de experimentación y cambio cultural”.