



Lo digital está en boca de todos:

[Talento digital](#), transformación digital, estrategia digital, cultura digital, [liderazgo digital](#), competencias digitales...

Pero ¿a qué nos referimos con lo de “digital”? Si has nacido antes de los 90 lo verás con mucha claridad. Si tienes menos de 30 años te costará más.

¿Sabes el cuento aquel verdad? Dice que son dos peces jóvenes que van nadando juntos y que se cruzan con un pez maduro. Éste, al pasar, les saluda y les dice: - ¿Qué tal muchachos?, está agradable el agua esta mañana, ¿verdad? Siguen nadando. Al cabo de unos minutos uno de los peces jóvenes le dice a su compañero: “Oye, ¿qué es el agua?”.

Si de bebé ya jugabas con una Nintendo eres un pez joven. Si no, eres el pez que ve el agua, es decir, que ve lo digital. Lo ves porque lo viste venir y quedarse y transformar tu vida.

El mundo de hoy es digital y comenzó a serlo en los años 90. Lo digital -es lo primero que hemos de saber- es la última de las revoluciones de la humanidad. En mi opinión es la revolución lograda tras la intentona fallida de los hippies de los 60 y 70 que desde las barricadas parisienses o desde las comunas californianas quisieron cambiar el mundo. Esta, la digital fue en sus orígenes una revolución tramada y desplegada por la siguiente generación de jóvenes: los hermanos pequeños de los hippies. También desde California como sus hermanos mayores, pero no desde las barricadas sino desde sus garajes.

¿Y quienes eran esta gente?: Allen y Gates por una parte y Jobs por otra. También Berners-Lee el padre de la www, Bezos el de Amazon, Page el de Google, Zuckerberg el de Facebook y Vinton Cerf el inventor de los protocolos TCP/IP y de la arquitectura de Internet. Por citar solo a los siete magníficos. **Treinta años más tarde el mundo es lo que imaginaron esta gente y radicalmente distinto del que soñaban sus hermanos mayores hippies.**

En Human Performance venimos leyendo desde hace tiempo lo que se publica sobre lo digital y RRHH y publicamos de vez en cuando algún artículo hablando de ello y lo que es más interesante, trabajando con nuestros clientes sobre los retos que lo digital plantea.

En este post queremos comentar algo de lo que hemos leído en los últimos meses sobre el tema y queremos ayudar a aclarar algunas ideas. Hemos leído estudios de consultoras globales, brochures de pequeñas consultoras, publicaciones de instituciones como el World Economic Forum, el Global Center for Digital Business Information, la OIT y alguna cosa más incluidos sesudos artículos académicos.

A continuación, algunos datos y varias reflexiones que nos suscita dicha lectura.

1. La mayoría de las empresas van un paso por detrás de la sociedad en lo que a digitalización se refiere. **Cualquiera de nosotros que es ya un usuario avanzado de lo digital en lo cotidiano** (alguien que usa con soltura las redes sociales, compra en Amazon y se divierte eligiendo en Netflix etc.) podemos tener la sensación de que **retrocedemos en el tiempo cuando entramos en nuestro lugar de trabajo** y comprobamos que no existe red digital interna alguna para relacionarnos, que no podemos acceder a servicios internos con un clic de nuestro móvil (formación, por ejemplo) o que el acceso a la información importante para nuestro trabajo llega de manera lenta y farragosa.
2. **Lo digital ha cambiado la manera de hacer negocio de ciertas empresas y otras muchas nacieron como digitales en plena era digital.** Quien no haya empezado a cambiar, o avanzado en el cambio, o no haya nacido ya con el ADN digital simplemente no existirá en poco tiempo.
3. Lo digital responde, en el fondo, a una idea muy simple: **la tecnología hace posible que la relación con nuestros clientes sea más estrecha, inmediata, rápida e interactiva.** Implica orientar a toda la organización (su estrategia, su estructura, sus procesos, su cultura) hacia esa nueva forma de relacionarse en cada uno de los *touch points* o momentos clave de la experiencia del cliente. Las empresas emergentes digitales ya llevan este modo de concebir su negocio en su ADN, repetimos.
4. **Esta transformación exige transformar nuestra razón de ser en RRHH.** La tecnología hace posible que la relación con nuestro cliente (que son nuestros empleados) sea más estrecha, inmediata, rápida e interactiva y **nuestra misión es ahora más que nunca lograr que su experiencia en los momentos clave de su vida con nosotros sea excelente.**
5. La potencia de nuestros sistemas actuales de gestión de la información para sacar conocimiento de ella se mejora exponencialmente con las posibilidades del **análisis de Big Data aplicadas a las métricas de Talento.** Hoy podemos saber sobre nuestros clientes internos muchísimo más que antes y podemos responderles de manera individual diferenciada y personalizada.
6. **Lo digital está conformando un nuevo perfil competencial y unas nuevas necesidades de formación y desarrollo.** ¿Qué competencias tenemos que ayudar a

desarrollar? Según el World Economic Forum el retrato robot del best performer hoy y en los próximos años será el de una persona:

- Hábil para analizar información y extraer significado y utilidad de ella
- Que acoge con gusto lo nuevo e innova
- Que aprende con facilidad
- Que no se arredra ante problemas complejos (con mucha información)
- Que es relacional y que se mueve con soltura en la diversidad.

7. **Todo ello está creando no solo un nuevo perfil humano sino nuevos profesionales** que no existían hace apenas unos años. Nos referimos a profesionales como los Chief Marketing Technologist, los Branded Content Specialist, los Copywriter, los E-commerce Analyst Specialist, los Big Data Analyst, los 3D Printing Specialist, los Cyber Security techs, los Open Data Specialist, los Inbound Marketing, los Specialist y Digital Media Planner etc. o como demonios se acaben diciendo en nuestro ámbito. Lo que nos debe preocupar al respecto, creo, son dos cosas:

- primero que **a esta gente no la conocemos** lo suficiente para valorarlos, reconocerlos, retribuirlos o desarrollarlos adecuadamente
- y segundo: que sean lo que sean, **no tenemos suficientes.**

8. La Comisión europea anticipa en sus publicaciones sobre el tema **una carencia de talento para ocupar ... ¡más de 800.000 posiciones en el mundo de lo digital** en los próximos dos años en Europa!

9. Y para finalizar una buena noticia que hay que saber aprovechar. Una gran mayoría de los altos ejecutivos (el C-Suite) piensan que el éxito en la transformación digital está en que la Cultura y los Valores predominantes en esta no se conviertan en una barrera sino en un factor de impulso. Si tenemos en cuenta ahora lo dicho en el punto 1 nos daremos cuenta de que se trata de dos cosas:

- Primero, de no destruir lo que tenemos, es decir de **aprovechar a nuestro favor las conductas y valores con los que la gente viene ya a la empresa**
- **y segundo, de añadirles el “toque” propio de la Compañía.**

10. Todo lo anterior parece fácil, pero no lo es tanto.

Desde **Human Performance** podemos ampliarte esta información y, si lo consideras oportuno, compartir contigo ideas y experiencias sobre este tema. [Ponte en contacto con nosotros](#) y nuestro equipo profesional te atenderá encantado.

Si te ha gustado esta entrada, y deseas recibir todos nuestros artículos cómodamente en tu email, te invitamos a [suscribirte a nuestro blog](#)



[Ignacio Pérez](#)

Director de Consultoría en Human Performance.

Te invito a visitar mi [perfil completo](#).