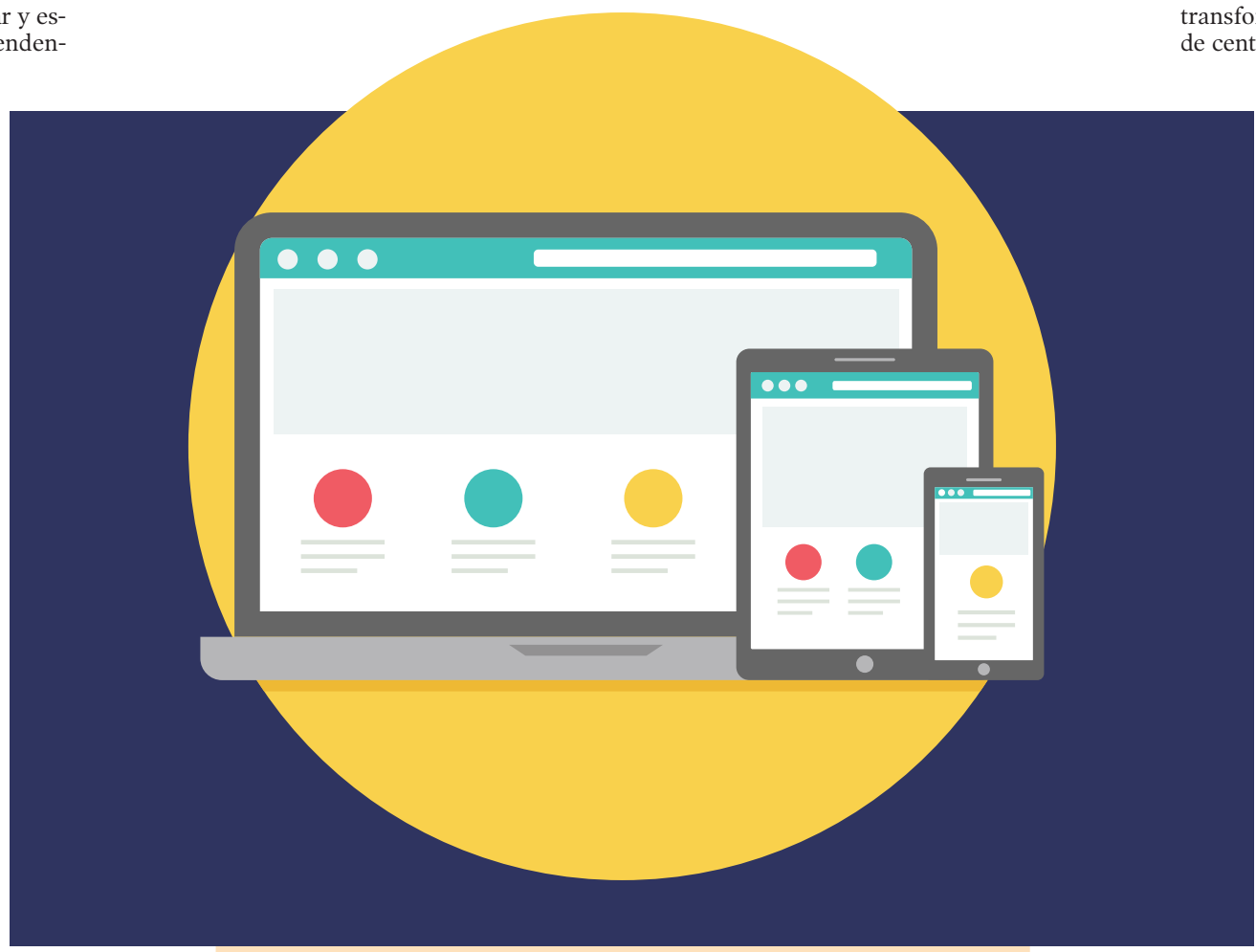
economíanegocios

Para empezar, es vital conocer de dónde se parte y si el personal está preparado. Tras esto llega la fase en la que ejecutar planes de acción definidos previamente y, después, la optimización, que consiste en plasmar de qué modo se puede mejorar la organización en un plazo más largo

Todo es economía

por Juan Martínez de Salinas*



Transformación digital corporativa

Desde hace tiempo, se habla de la necesaria transformación digital de las empresas para evolucionar y estar al día en las nuevas tendencias. Se trata de saber sacar el máximo partido a las nuevas tecnologías que nos faciliten nuestro trabajo.

La transformación digital la podríamos definir como «la reinvención o adaptación de una empresa que innova los métodos de trabajo de sus personas, sus procesos productivos, estructura de negocio y sistemas de gestión tradicionales hacia la utilización de la tecnología digital con su integración para ser más productiva y eficiente».

De la misma forma, el 'big data' está directamente relacionado con esto y se trata de saber gestionar la globalidad de datos que tiene una compañía y poderlos interpretar de forma objetiva, tras un exhaustivo análisis previo. Esto nos dará un informe completo de un proceso, persona o departamento y saber su trayectoria. Es decir, tener la información globalizada pero ordenada en función de la necesidad de cada organización, algo que facilitará la toma de decisiones estratégicas.

No podemos olvidar que la transformación digital de las empresas sin la evolución previa de sus personas es una carcasa bonita carente de estructura, contenido y sin esencia que no permitirá llegar a nuestros segmentos prioritarios.

Por dónde empezar

Muchas organizaciones se plantean: ¿por dónde debemos comenzar esa transformación digital? Para empezar, es vital no olvidar de dónde se parte; es decir, conocer cuál es vuestro punto de partida. Se debe comenzar por analizar si se dispone de los recursos y del talento necesario dentro de la empresa para acometer esa transformación digital. A veces, se dispone de ambos pero falta preparar y formar a las personas de la empresa. Se debe hacer énfasis en cambiar la cultura corporativa estratégica, involucrando a todas las áreas de la organización, desde la dirección hasta el departamento de gestión de las personas. Habrá que poner a nuestro usuario interno y externo en el centro de todo. Nos debemos preguntar qué necesitan y cómo se lo podemos facilitar.

Esta primera fase de preparación corporativa es la parte en la que se debe trabajar antes de pasar a ejecutar nada.

La segunda fase consiste en ejecutar los planes concretos de actuación que se hayan definido previamente. Esos planes deben estar priorizados dentro de la empresa. Esta fase debe centrarse en tres grandes focos: desarrollo del talento, creación de una cultura digital y finalmente gestión de la tecnología. Es bueno tener un cronograma de ejecución de cada uno de estos focos e ir acometiendo y controlando cada paso.

La última fase es la de optimización; es decir, plasmar de qué forma se puede mejorar la organización a un plazo más largo. Esto se hace poniendo nuestra visión global en tratar de imaginar cómo debería ser la empresa en un futuro. Ir un paso más allá, sin olvidar tener en cuenta la evaluación previa de los cambios acometidos en la fase de ejecución de la estrategia corporativa de transformación digital. Se trata de centrarnos en dibujar nuevas formas de mejorar nuestros servicios y productos desde el prisma de nuestros clientes, nuevos enfoques de la visión corporativa y potenciar más el talento digital interno.

> **Se debe comenzar por analizar si se dispone de los recursos y del talento necesario dentro de la empresa para acometer esa transformación digital**

Paralelamente, dentro de esa labor evangelizadora se deben tener detectadas las personas de la organización que, por su carácter proactivo, capacidad creativa y carisma de líder, pueden ser los verdaderos impulsores del cambio corporativo. Muchas veces, nuestro talento corporativo lo tiene escondido porque su empresa no le permite desarrollarlo con metodologías y procesos prácticos.

El nuevo gestor del talento en las empresas debe ser un creador, escultor y diseñador de trajes a medida, para la diversidad de personas que tiene que conectar, para conseguir que se integren con emoción y motivación por seguir aportando. Para que esto ocurra, es necesario que todas nuestras personas se sientan parte importante de la empresa, independientemente de qué rol ocupen.

Hace tiempo que el café para todos dejo de funcionar en la gestión estratégica de las personas. Una correcta gestión del talento permitirá la adaptación posible a las necesidades reales de cada persona dentro de las posibilidades corporativas, para conseguir que esté lo más a gusto posible y, así, desempeñé su trabajo de una forma más efectiva. Debemos recordar que tener a nuestras personas contentas repercute directamente en que sean los principales embajadores de la marca corporativa.

Especialista en gestión y desarrollo de las personas. Autor del blog www.elblogderrhh.com y creador de la app de empleabilidad www.guideyourtalent.com