

XI Edición de las Jornadas AUSAPE

La Sociedad Digital a examen

El pasado día 26 de noviembre tuvo lugar en Madrid, en el Carlos Sainz Center, la XI Edición de las Jornadas AUSAPE. El evento se centró en profundizar sobre las implicaciones que tiene, y tendrá, la llamada “Cultura 2.0” dentro del ámbito personal y empresarial, y cómo está ya afectando al modo en el que las personas y empresas interactúan con entorno. Para ayudarnos en estos objetivos contamos con la presencia de Antoni Gutiérrez-Rubí y de Jaime Izquierdo, así como la visión más pragmática que vino de la mano de SAP y OpenText.

El Carlos Sainz Center de Madrid fue el lugar elegido para la celebración de esta XI Edición de las Jornadas AUSAPE, un evento pensado para profundizar sobre todo tipo de temas de actualidad relacionados con las TICs o la gestión empresarial, pero fuera del ámbito que nos ocupa en el quehacer diario.

En la edición de este año, tomamos el pulso a las nuevas formas de comunicación que ya se están imponiendo y que están desembocando en importantes cambios que marcarán el presente y el futuro de todos nosotros.

La inauguración de este evento vino de la mano de José Juan Novás, Presidente de AUSAPE. En ella presentó los objetivos marcados para esta edición al tiempo que animaba a los asistentes a participar en la próxima Asamblea

General de AUSAPE, que se celebrará a finales del próximo mes de enero de 2010.

Sociedad Digital

Antoni Gutiérrez-Rubí tomó la palabra en primer lugar, con una presentación cuyo principal objetivo era el de crear dudas e inquietudes para animar a dar el primer paso en la Red. Nos habló sobre el importante paso que se está dando a la hora de evolucionar desde una Sociedad Industrial a la denominada Sociedad Digital o Sociedad en Red, basada en las nuevas formas de comunicación, y en las nuevas maneras de entender el mundo y de relaciones: “... el mundo ya no está dividido entre grandes y pequeños, sino entre lentos y rápidos. Los grandes paquidermos ya no tienen la ventaja”.

Nos habló sobre tremenda revolución que se está produciendo durante los últimos años y los cambios de los que somos testigos. Google nació hace apenas 11 años, los blogs hace tan solo 8 años, hace 7 años no escribíamos SMS, hace 4 años no existían ni Facebook ni YouTube, Twitter tiene alrededor de 2 años...” *Mientras estamos hablando hay alrededor de 4,5 millones de descargas integras de Youtube”*.

Hoy en día tenemos la intuición de ser infinitos. Es probable que en los próximos 20 años multiplemos por dos toda la información que tenemos en estos momentos en el mundo. Nuestra Sociedad Industrial está abocada a la contención, la reducción o la evolución pero la Sociedad Digital no tiene esos límites.

Todos estos cambios, en el ámbito de la empresa, abarcan aquellos aspectos relacionados con los modelos de organización y de comunicación, en el concepto de valor y la gestión del talento.

Esta Sociedad 2.0 es una sociedad “líquida”, que provoca nuevos atributos para términos como el valor (no es lo mismo que precio), la ocupación (no es lo mismo que el trabajo) y las habilidades, que no son lo mismo que las profesiones. Pone en jaque la palabra “poder”, alejándola de conceptos como la fortaleza, las propiedades o la estructura, y la acerca hacia términos como la agilidad, la creatividad o el trabajo en comunidad.

Existen toda una serie de nuevos actores (ciudadanos conectados, activistas, “influencers”) que requiere de cambios importantes en las empresas e instituciones: una nueva cultura en la comunicación, un nuevo modelo de organización y la necesidad de poner el foco en el talento y en la creación de contenidos.

Esta Sociedad Digital deja a las personas en el centro de valor, dando relevancia al contenido digital por encima de la realidad del emisor. Yo soy quien dicen que soy.



Antoni Gutiérrez-Rubí, asesor de comunicación y consultor político.

Gutiérrez-Rubí también nos habló sobre las tendencias que vendrán en muy poco tiempo, transformaciones tecnológicas que fusionarán definitivamente la telefonía y la computación, la “nube” como centro neurálgico de almacenamiento de nuestra información, la “fabricación personal” (crear cosas en nuestra propia casa), la traducción on-line inmediata y fluida, la realidad aumentada o la incorporación de la información a nuestro propio cuerpo.

Finalmente, ofreció una serie de recomendaciones clave para entrar en esta nueva Sociedad Digital de forma exitosa, como la puesta en marcha de una identidad digital que nos permita posicionarnos y crear contenido, el diseño de una estrategia digital para crear el perfil acorde con estas premisas (cómo queremos ser, cuál será nuestra marca social...), adquirir habilidades digitales para generar contenidos y compartirlos en la Red o valorar la Cultura Digital que encontramos en nuestros líderes y organizaciones.

Competencias 2.0

Jaime Izquierdo animó a todos los asistentes a tener una presencia en la Red sin miedos. Para ello puso en marcha una presentación titulada “Adivina quién viene - a visitar tu perfil - esta noche”. Durante su intervención nos habló de la importancia de cuidar la información privada que cada persona desvela en su experiencia digital. La ósmosis (inevitable) entre los perfiles personales y profesionales confirma la necesidad de analizar en detalle y con actitud consciente la información privada que se vuelca a la Red.

Detrás de todas estas redes sociales hay personas con diferentes motivaciones y a las que la presencia en la Red puede pasarles facturas en el plano personal, emocional o profesional. Jaime Izquierdo habló sobre su Lista de Competencias que, gestionadas de forma conveniente, permiten garantizar un adecuado perfil de presencia en la Red.

Todas estas competencias personales tienen su correspondiente relación en el ámbito corporativo, uniéndolas a términos como Estrategia 2.0, CRM, reputación On-line, productividad, gestión del conocimiento, internacionalización, confianza...Y como competencias globales, la constancia y perseverancia.

Todo esto termina confluyendo en el concepto de “Inteligencia Corporativa”: la capacidad de la empresa para conseguir que la gente que utiliza Web 2.0 sea capaz de trasladarlo a la compañía de forma natural.

Puesta en práctica

La última parte de este evento la dedicamos a profundizar en el plano más práctico de estos temas. En primer lugar, José María Sabadell, Chief Operating Officer de SAP Iberia nos habló acerca de la propuesta de SAP en este sentido (“Empresa Transparente”) y su posicionamiento como la novena compañía a nivel mundial que promociona y utiliza las redes sociales. Sabadell compartió con los asistentes toda una serie de datos en cuanto a



Jaime Izquierdo, fundador de Competencias 2.0.



De izquierda a derecha, Jaime Izquierdo, Antoni Gutiérrez-Rubí, José María Sabadell y Christian Menda.

la situación actual, como que el 2% de los gases invernadero son producidos por las TIC dentro de las empresas (más que todas las aerolíneas juntas) o que se está produciendo una importante tendencia hacia la internacionalización de países y organizaciones, con un crecimiento superior al 15%.

Como tendencias y soluciones en este nuevo contexto, habló sobre las diferentes propuestas de SAP en este sentido, que giran en torno a ofrecer toda una gama de soluciones para que la tecnología tenga capacidad para adaptarse a los entornos virtuales, que nos permita consumir productos e infraestructuras en formato de servicios. Pero que a la vez podamos consumirlos de forma conectada para aprovechar cualquier nuevo servicio.

La Jornada concluyó con una interesante mesa redonda, con la participación de los anteriores ponentes, y a la que se unió Christian Menda,

Regional Director Iberia de OpenText, ofreciendo toda su experiencia en la puesta en marcha de soluciones enfocadas a la creación de “redes sociales” en todo tipo de contextos.

En esta mesa redonda se habló sobre la posibilidad de aprovechar las capacidades de los empleados dentro de esta Cultura 2.0, el miedo a la pérdida de control, inevitable en esta nueva realidad, o las fórmulas adecuadas para llevar esta Cultura Digital al contexto empresarial actual, poniendo de manifiesto los retornos que podría producir en términos de influencia, productividad, consolidación y promoción de marca, etc.

Una de las conclusiones finales fue la importancia que puede tener AUSAPE en este nuevo contexto, convirtiéndose en un canal imprescindible y un vehículo de promoción de todas estas iniciativas entre sus empresas asociadas. □