

Los vectores del nuevo management

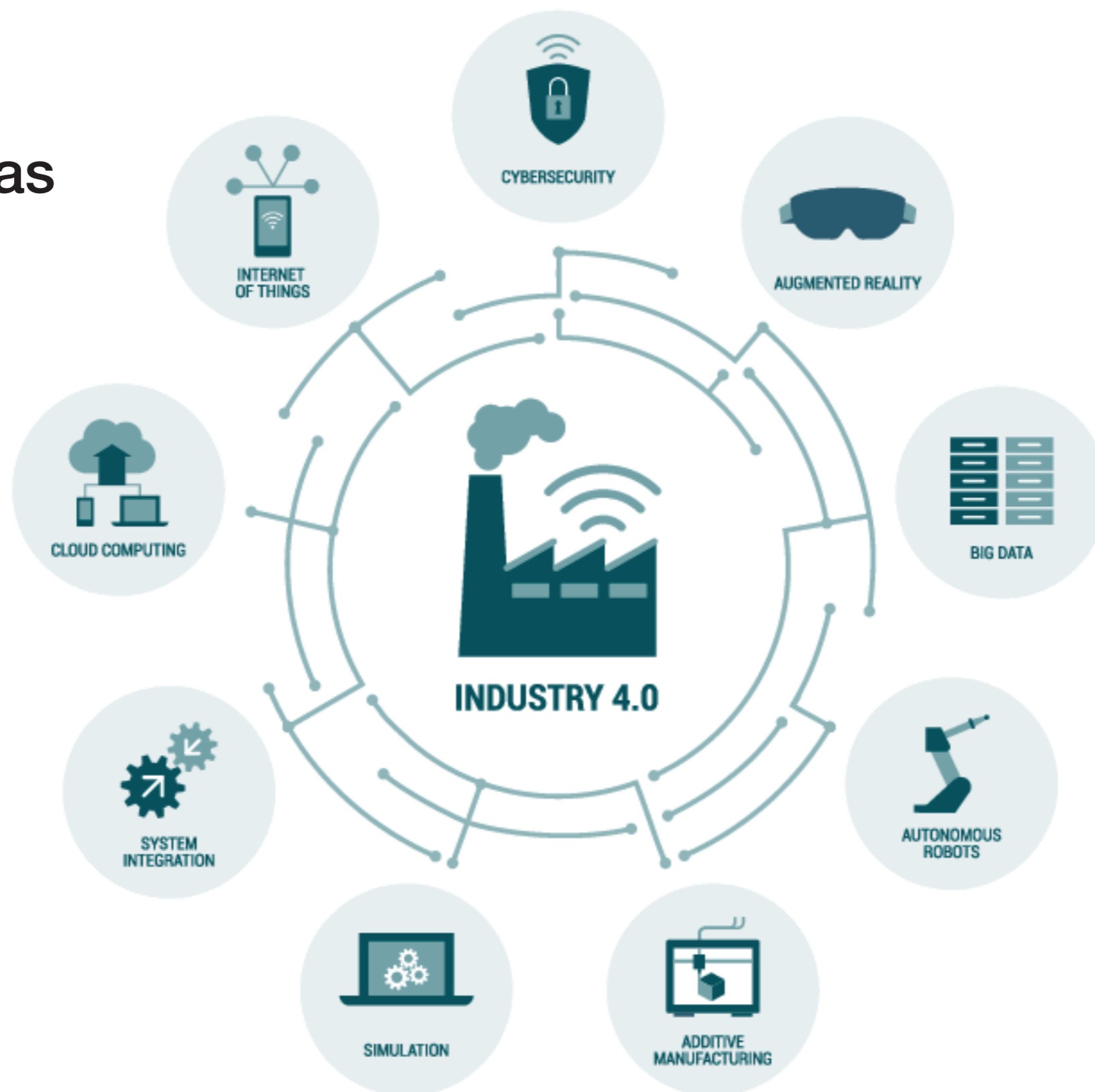
XAVIER MARCET


@XavierMarcet



leadtochange

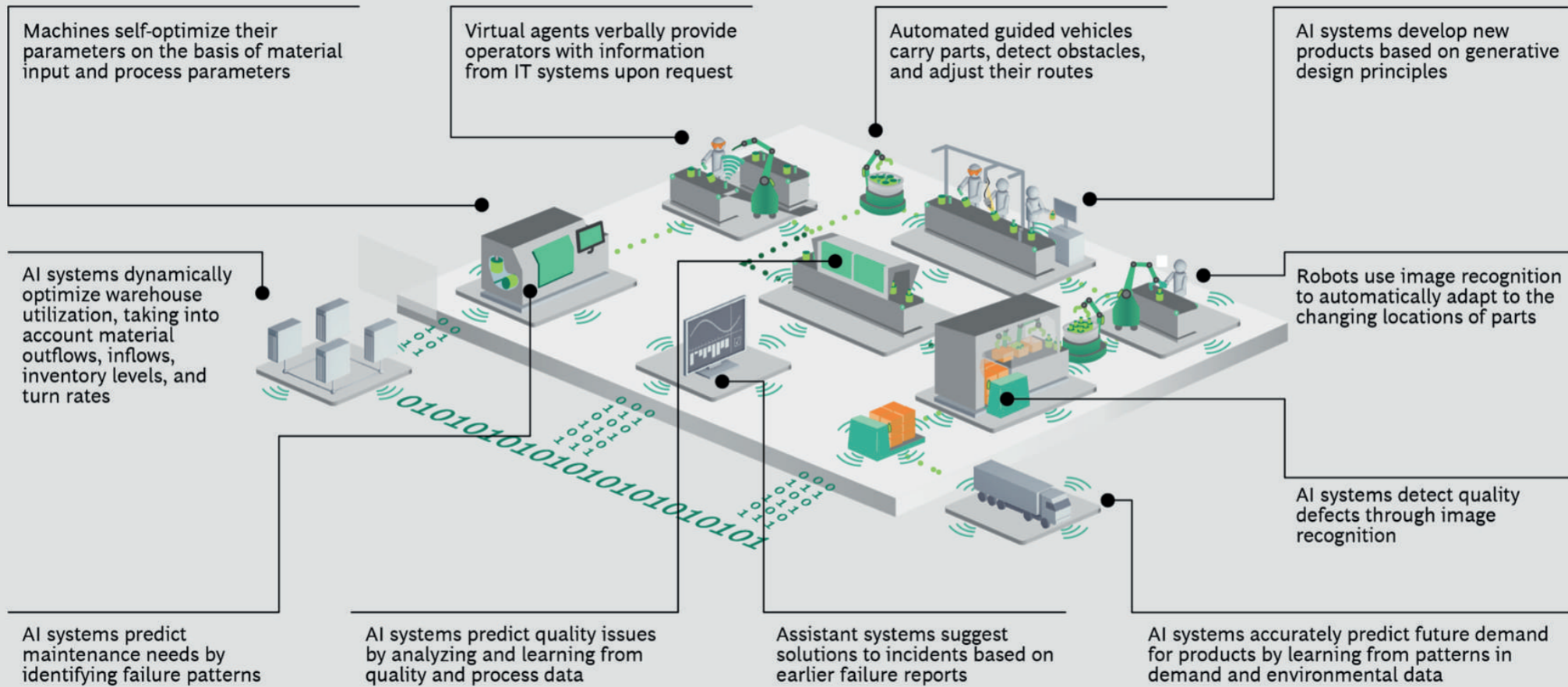
Mapa de tecnologías





La inteligencia artificial nutrida con el Big Data, y el Big Data nutrido con la IOT cambiarán la forma de tomar decisiones y generarán una nueva forma de entender el management

EXHIBIT 2 | AI Will Be Ubiquitous in the Factory of the Future



Source: BCG Global AI Survey, February–March 2018; BCG analysis.

Será el management de la gestión de la complejidad

- Siglo XX – siglo de la complicación
- Siglo XXI – siglo de la complejidad

A cuántos más datos,

Más necesidad de entender el contexto
(pensamiento sistémico)

Más necesidad de pensamiento crítico

Más necesidad de síntesis



¿Cómo aumentar las competencias de las personas gracias a la inteligencia artificial ?

¿Cómo promover la suma de inteligencias ?

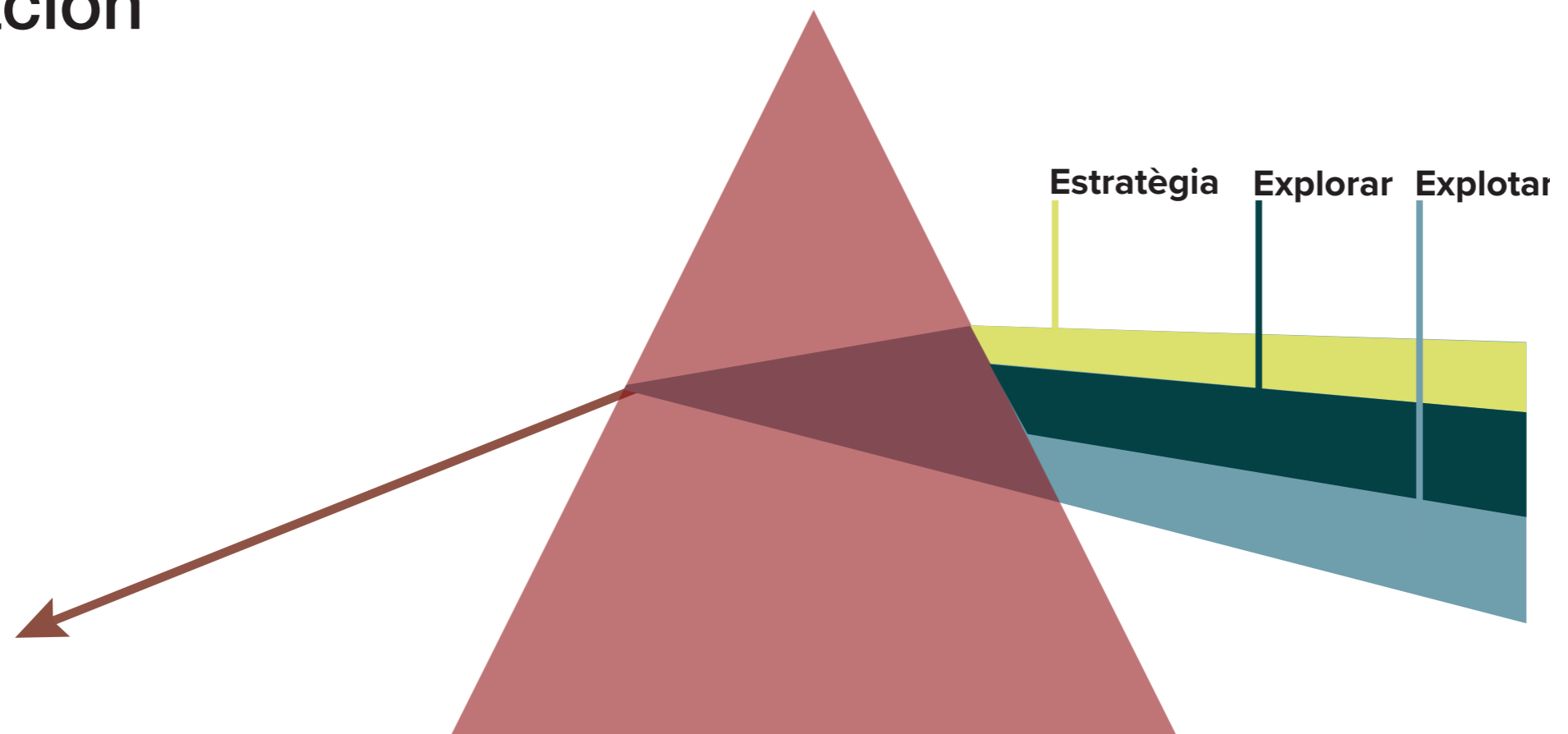
¿Cómo decantar la suma de inteligencias a favor de las personas?

¿Cómo incrementar las competencias de las personas gracias al AI?

Ante la singularity, la multiplicity

Sumar a la actividad precisa y concreta de las máquinas inteligentes, cualidades humanas como la intuición, la empatía, la creatividad, el matiz, la ambigüedad, la capacidad de entender contextos dinámicos.

Más estrategia y menos planificación



La sincronización de capacidades y oportunidades



LT
C

Capacidad de adaptación

La innovación, la transformación digital y la gestión del cambio se mezclan. Hay que hacerlo todo: crear valor diferencial para los clientes desde la innovación, digitalizarse (toda la organización será más o menos una empresa de software en el futuro) y remover las estructuras para poder seguir nuestro clientes a sus propios procesos de transformación.

Ejemplo:
Digital Twins son plataformas que proporciona a las organizaciones la base que necesitan para crear la próxima generación de soluciones entorno a la IoT.

Con este tipo de plataformas las organizaciones pueden crear experiencias escalables y repetibles que ponen en correlación datos de orígenes digitales con el mundo físico.

Transformación digital

No se trata de inyectar tecnología sino cambiar la forma de trabajar de las personas.

LT
C

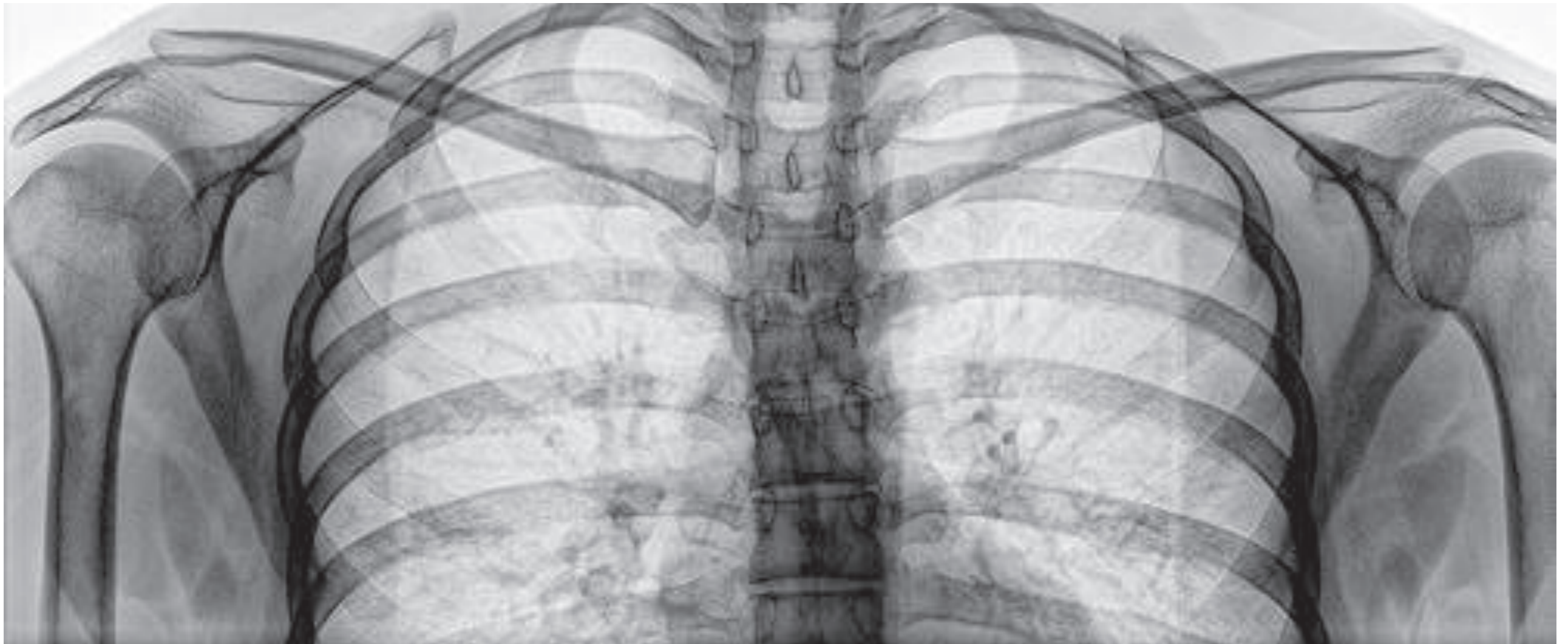


Agilidad

La agilidad lo es todo y hasta es capaz de ganarle el pulso a la dimensión. Sin agilidad las oportunidades se desvanecen y, por este motivo, la desburocratización es un reto urgente al cual debemos enfrentarnos.

Centralidad en el cliente

La pregunta más importante siempre es:
¿qué van a necesitar nuestros clientes que
no nos sepan expresar? Ponerlos en el
centro equivale a tener una organización
flexible, algo fácil de decir pero muy
complicado de llevar a cabo





**El cambio corporativo
se basa en el cambio
de las personas**

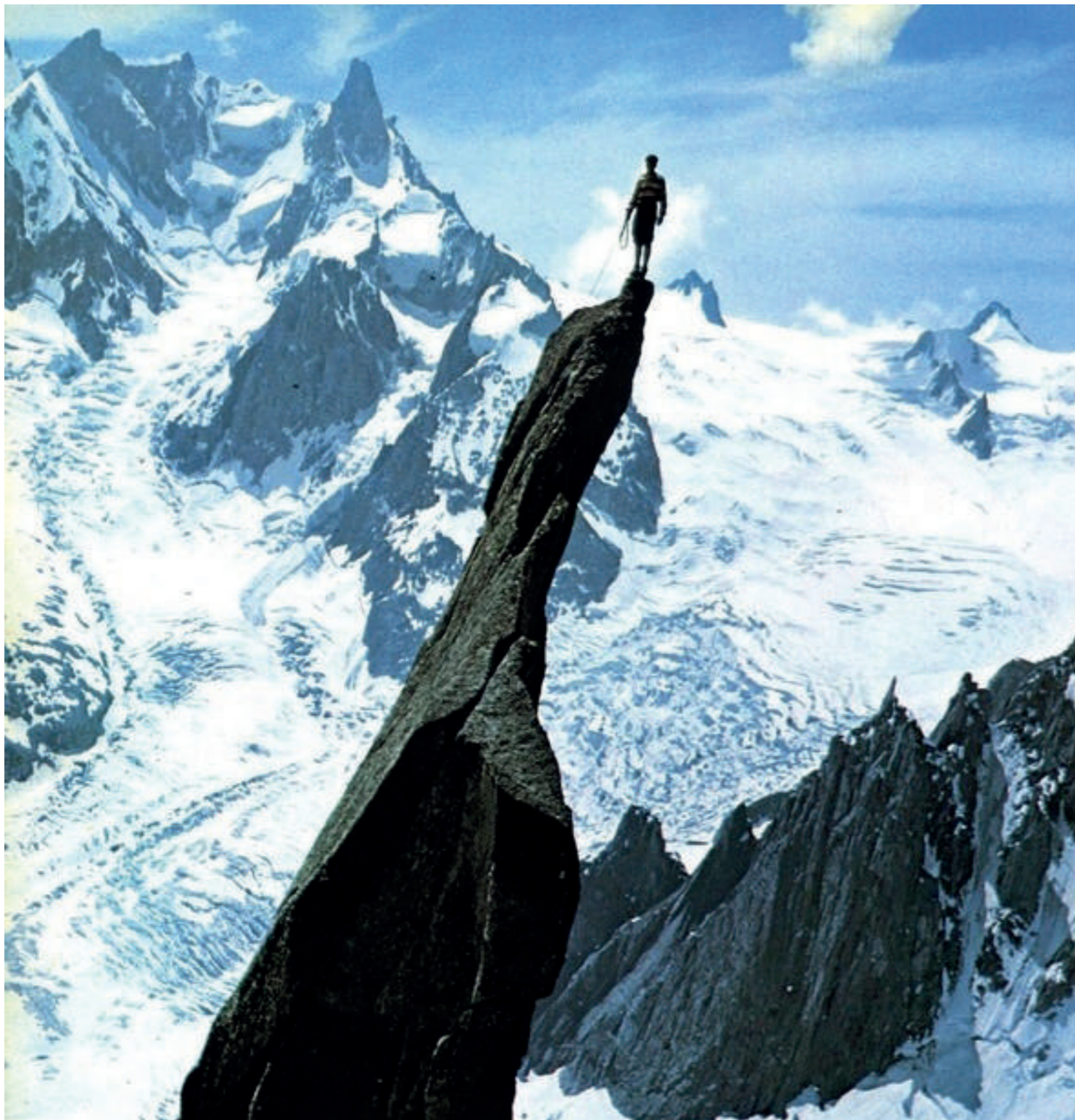


Gestión del talento

La gestión del talento o de las personas que sistemáticamente dan resultados por encima de la media no es lo más complicado en una organización (aunque también deberán esforzarse para adaptarse al cambio digital). Lo verdaderamente difícil es la gestión del no talento y del talento oscilante, dicho de otra manera, de aquellos trabajadores que, por lo general, no saben desaprender ni adaptarse a las nuevas fórmulas.

Líderes que llenan sus agendas de sentido

Los líderes no solamente deben aportar visión, sino que también deben expresar un propósito. El relato de los nuevos líderes se esconde en su agenda: lo que hagan (y no tanto lo que digan) será determinante para demostrar su credibilidad.



Autenticidad

En organizaciones completamente transparentes, la autenticidad es una competencia diferencial, el antídoto contra la mediocridad. Por eso hay que intentar que el gap entre lo que se proclama y lo que se hace sea el menor posible



Empresas con alma

Podemos tener empresas muy digitalizadas y llenas de datos, pero debemos evitar que la tecnología acabe sepultando el alma de las mismas. Y eso se transmite en el respeto, en la empatía y en la lógica humana que hay detrás de cualquier organización. Porque hablamos de comunidades formadas por personas que actúan de un modo muy distinto cuando sienten que son algo más que meras ejecutoras de un negocio. En definitiva, el nuevo management convivirá muchos años con el viejo management de finales del siglo XX (el de los jefes menguantes ante la complejidad), pero se impondrá con naturalidad. El nuevo management será el de las empresas que valen la pena y como nos toca definirlo a nosotros, mejor hacerlo desde las trincheras

Xavier Marcet

@XavierMarcet

LT
C

www.leadtochange.net

