

Dossier de prensa

Nuevas tendencias del liderazgo en una era post-digital – Hay Group

11 de junio 2015

Más de 2.000 seminarios y conferencias para directivos en:

conferenZias.com

Inicio Bolsa de Trabajo Noticias Nuevos Empleo

Acceso Usuarios Acceso Centros

conferenZias.com 10 años

La primera web de información para directivos

BUSCAR

[Seminarios y Conferencias](#) / [Noticias](#) / Noticias

Portada

Noticias

RSS

Las tendencias del liderazgo en la era post-digital

TAGS: Empleo empresa Liderazgo Directivos



15/06/2015 - [Sonia Pascual](#)



0

[Tweet](#)

Compartir

1

[in](#) [Compartir](#)

[Enviar a un amigo](#)

"El auge digital ha sido un regalo maravilloso para las organizaciones

porqué las ha hecho más colaborativas"



Con esta reflexión, Germán Nicolás, Director General de Hay Group para el Sur de Europa, presentó la jornada "Nuevas tendencias del liderazgo en una era post-digital", organizada por Hay Group, con la colaboración de LinkedIn, Google for Work, ISDI, ORH y AEDIPE.

"A medida que las sociedades se vuelven más on line se hacen más colaborativas, y a medida que eso sucede sus estructuras van transformándose; la figura del jefe va siendo menos relevante, y las organizaciones pasan de la pirámide a la matriz y de la matriz a la organización en red", comentó. En su opinión, el liderazgo se ha vuelto transparente, y por ello, "son los propios líderes los que van a regular su conducta" y apostar más por el autocontrol y la confianza.

Hay Group ha identificado seis megatendencias que están impactando en las organizaciones con gran fuerza. Es por ello que, desde hoy y durante la próxima década, es necesario un gran cambio en el liderazgo para poder contrarrestar los efectos negativos y hacer uso de los beneficios que estas megatendencias traen consigo en una era post-digital. Georg Vielmetter, Director Europeo de Hay Group y autor del libro "Leadership 2030", ha presentado estas megatendencias:

1. Globalización 2.0
2. Crisis medioambiental
3. Individualización
4. Cambio demográfico (diversidad intergeneracional en las empresas)
5. Convergencia tecnológica
6. Digitalización.

Entre las consecuencias de esta última, está la brecha digital entre los millennials y las generaciones

anteriores en la publicidad; "lo que antes era privado en una organización ahora es público al instante; por ello, las personas tienen que ser íntegras y éticas porque su comportamiento impacta en la reputación de su compañía". En definitiva, las empresas van a tener que:

- Saber gestionar la diversidad cultural y generacional
- Ser capaces de establecer lazos a través del trabajo virtual
- Aprender a liderar a unos empleados más individualistas y menos leales a la empresa.

"La fidelidad al manager va a ser mucho más importante que la lealtad a la empresa". Por otra parte, según Vielmetter, "el poder se está desplazando de los jefes a todos los empleados, y hay un cambio de poder a favor de los nativos digitales".

Sarah Harmon, Country Manager de LinkedIn para España y Portugal, opina que "en la era digital, la inteligencia emocional es la que marca la diferencia en una organización". Aunque nos encontramos en una sociedad absolutamente tecnológica, "no disminuye la importancia que tienen las emociones". Recomienda a las empresas fomentar las competencias emocionales en sus organizaciones porque "la inteligencia emocional tiene un ROI, se traduce en engagement, lealtad, orgullo de pertenencia, resiliencia... y no es muy costoso". Lo verdaderamente importante es el CEO, "si él no tiene inteligencia emocional, no hay engagement".

Opina lo mismo Nacho de Pinedo, Optimista Digital, Emprendedor y Business Angel, cuando afirma que "aplicando modelos de liderazgo digital aumentamos el engagement de las compañías". En su opinión, "no puede haber una transformación digital, si no hay un liderazgo digital". Para que esa transformación se produzca -entre otros muchos aspectos de la compañía- hay que cambiar su cultura y organigrama.

Respecto al talento, afirma que "talento digital es escaso; que talento y mercado deben ir de la mano", y que las empresas deben formar a toda su plantilla y no sólo a determinados colectivos como se venía haciendo. Se ha referido también a la aparición de nuevas áreas de conocimiento en el ámbito digital, lo que ha provocado de forma inmediata la existencia de nuevos perfiles profesionales, que ahora "nos toca definir". "Sólo aquellas organizaciones que se adapten al nuevo entorno digital sobrevivirán".

Eric Pelletier, Director Global de Strategic Workforce Planning, ha hablado del "Efecto Bagel", o cómo la digitalización está afectando al trabajo y el empleo. En su opinión, puede que mueran las empresas tal y como las conocemos; "las premisas que rigen las compañías van a cambiar

radicalmente". Cree, por ejemplo, que las compañías tendrán un núcleo de personas muy reducido y un extenso conjunto de colaboradores externos para necesidades concretas.

Isaac Hernández, Country Manager de Google for Work para España y Portugal, ha compartido la cultura de innovación de esta compañía; porque "creemos en la innovación como la única herramienta para mantener la supervivencia de una empresa en esta nueva era". La innovación tiene dos patas: la tecnología y el talento. "En Google creemos en la persona, y se apuesta por valores como la libertad del empleado y la transparencia. El papel del manager es quitar obstáculos para que cada persona pueda sacar lo mejor de sí mismo". En su opinión, "la mayor parte del talento que las compañías necesitan para transformarse está en su propia organización".

Fuente: [Gabinete de Comunicación](#) de AEDIPE Centro y Hay Group



[Tweet](#)

Compartir



[in](#) Compartir



Enviar a un amigo

Escribe tu opinión

Nombre:

Correo:

* Tu email no se mostrará en la página.

Enviar

Uso de cookies

Este sitio web utiliza cookies para que usted tenga la mejor experiencia de usuario. Si continúa navegando está dando su consentimiento para la aceptación de las mencionadas cookies y la aceptación de nuestra [política de privacidad](#).

ACEPTAR



Observatorio de Recursos Humanos

NAVIGATE



HOME > INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

El instinto de la colaboración

0

By Cristina Fragua on 12 junio, 2015

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA ORH



Colaborar es un instinto que en el entorno digital se convierte en mandamiento. Germán Nicolás, director general de **Hay Group** para el Sur de Europa, ha sido certero en la apertura de la jornada “Las nuevas tendencias del liderazgo en una era post-digital”, organizada conjuntamente por Hay Group y **Asociación Centro de Recursos Humanos** y que ha contado también con la colaboración de ORH-Observatorio de RR.HH.

EL REINADO DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

“La digitalización no disminuye la importancia de las emociones en nuestras organizaciones porque son ellas las que provocan el engagement”. Georg Vielmetter, director general de Hay Group para el sur de Europa, ha visitado Madrid para participar en la jornada.

Ante más de los 200 profesionales que han asistido al evento este directivo internacional ha explicado las megatendencias que están transformando el futuro del liderazgo, haciendo especial referencia a las competencias emocionales como un must to have para el desarrollo organizativo y su impacto en el negocio.

“Cuál es el indicador de valor de un empleado, el talento o la capacidad de aprender?”, ha preguntado en voz alta. “El coeficiente de inteligencia no es un indicador de éxito porque viene dado; pero la inteligencia emocional se puede aprender”, y en este proceso el individuo es donde demuestra su

capacidad para avanzar y para comprometerse con un proyecto y consigo mismo.

LA ECONOMÍA DE LAS RELACIONES

Tras Georg ha intervenido [Sarah Harmon](#), country manager de LinkedIn para España y Portugal, sorprendiendo a todos con la sinceridad de su emocionalidad. Por ejemplo, ha afirmado que “en LinkedIn celebramos las emociones porque generan engagement y éste potencia la inteligencia emocional”, razón por la cual cree firmemente en la existencia de la llamada “economía de las relaciones”, que en las redes sociales reporta engagement y beneficios para las marcas.

Muy interesante ha sido su reflexión en torno al CEO y su liderazgo en la transformación digital: ¿Cómo hacer a tu CEO más social? –se ha preguntado-. No son nativos digitales y tienen sensación de pérdida de control en este nuevo entorno”, por eso necesitan ver la oportunidad que para el negocio tiene la digitalización. En su opinión, ésta tiene una triple traducción_

1. Acorta el ciclo de venta, ya que es más fácil llegar al cliente.
2. Aumenta la competitividad de la organización porque genera más confianza en ella.
3. Atrae el mejor talento para tu empresa, no el genérico sino el que necesita.

LA EMPRESA AL SERVICIO DEL MERCADO, NO DEL ORGANIGRAMA

Para emprender un proceso de transformación digital primero hay que entender en qué consiste y después saber en qué podemos apoyarnos para llevarlo a efecto. [Nacho de Pinedo](#), director general del ISDI, ha sido claro al respecto: Primero, diciendo que “el modelo de transformación digital es cambiar las formas de hacer, no implementar plataformas digitales”. Segundo, recordando que “sin un liderazgo claro no puede haber cambio”. Y tercero, apostando por un “plan estratégico de transformación digital que incluya también a toda la cadena de valor (proveedores, distribución, clientes, empleados...)”, teniendo muy claro que “la empresa ha de estar al servicio del mercado, no del organigrama”.

EL ESTÍMULO DE LA LEY EXPONENCIAL

Ha cerrado la jornada [Isaac Hernández](#), country manager de Google for Works para España y Portugal, intentando desmitificar las rutinas de gestión de su compañía y haciéndolas entender simplemente como las adecuadas para el modelo de negocio y la cultura de la organización.

Su punto de partida es claro: “Ahora todo se rige por ley exponencial y por ello hemos de mantenernos en modo start up, con innovación

permanente". ¿Cómo? La innovación tiene dos pilares en Google: personas y tecnología, y en el primero, crean cultura de innovación a través de la misión, la transparencia y la voz.

- Misión, con un elevado nivel de consistencia sobre el valor de las personas y en la que queda claro que es responsabilidad del manager quitar obstáculos para dar libertad al empleado.
- Transparencia, con procesos de gestión de personas inclusivos y colaborativos. Por ejemplo, en el área de contratación la decisión no reside en el manager exclusivamente sino en un comité integrado por personas de diversas áreas, niveles y países, entre los que también está el manager y puede que también un empleado del entrevistado.
- Voz, con herramientas que permitan escuchar al empleado y canalizar sus aportaciones de abajo arriba. Un departamento de people analytics identifica, analiza y cruza KPI's de RR.HH. y de negocio.

✉ Correo electrónico



2

🖨 Imprimir

in Share

🐦 Tweet

Share 1

Pin it

🔖 TAGS: Asociación Centro de Recursos Humanos Colaboración digitalización Germán Nicolás Hay Group Isaac Hernández Nacho de Pinedo RRSS Sarah Harmon TIC

Related Stories

Esta web utiliza cookies propias y de terceros para mejorar nuestros servicios, obtener datos estadísticos y mostrarle publicidad relacionada con sus preferencias. Si continua navegando, consideramos que acepta su uso. Puede cambiar la configuración u obtener más información



Aquí



INICIO

Cabeceras

Ediciones

[Inicio](#) / [Empresas](#) / Las 6 megatendencias del liderazgo en la era post-digital

Georg Vielmetter: “Las empresas van a tener que aprender a liderar a unos empleados más individualistas y menos leales a la empresa”

Las 6 megatendencias del liderazgo en la era post-digital

“El auge digital ha sido un regalo maravilloso para las organizaciones porque las ha hecho más colaborativas”.
Con esta reflexión, Germán Nicolás, Director General de



Hay Group para el Sur de Europa, ha presentado la jornada “Nuevas tendencias del liderazgo en una era post-digital, organizada por Hay Group, con la colaboración de LinkedIn, Google for Work, ISDI, ORH y la Asociación Centro de Dirección de Personas.

13 junio 2015 Publicado : 17:33 (13/06/2015) | **Actualizado:** 09:25 (15/06/2015)



...dades se vuelven más on line se hacen más colaborativas, y a medida que eso sucede sus estructuras van transformándose; la figura del jefe va siendo menos relevante, y las organizaciones pasan de la pirámide a la matriz y de la matriz a la organización en red” ha comentado también Germán Nicolás

Empresas

insolnet

¿Cómo detecto si mi empresa se aproxima a una situación de insolvencia?



Nace Expo Mujer España, la primera gran feria solidaria dedicada a la mujer y a la familia



La consejería de Agricultura abandona a los emprendedores del sector agrario



Asador de Aranda elige el Golfo Pérsico para comenzar su expansión internacional



Bikefriendly estrena nueva web más práctica, social e interactiva

matiz a la organización en red , ha comentado también German Nicolás.

En su opinión, el liderazgo se ha vuelto transparente, y por ello, “son los propios líderes los que van a regular su conducta” y apostar más por el autocontrol y la confianza.

Hay Group ha identificado seis megatendencias que están impactando en las organizaciones con gran fuerza. Es por ello que, desde hoy y durante la próxima década, es necesario un gran cambio en el liderazgo para poder contrarrestar los efectos negativos y hacer uso de los beneficios que estas megatendencias traen consigo en una era post-digital. Georg Vielmetter, Director Europeo de Hay Group y autor del libro "Leadership 2030", ha presentado estas megatendencias: globalización 2.0; crisis medioambiental; individualización; cambio demográfico (diversidad intergeneracional en las empresas); convergencia tecnológica y la digitalización. Entre las consecuencias de esta última, la brecha digital entre los millennials y las generaciones anteriores, y la publicidad; “ lo que antes era privado en una organización ahora es público al instante; por ello, las personas tienen que ser íntegras y éticas porque su comportamiento impacta en la reputación de su compañía”.

En definitiva, las empresas van a tener que saber gestionar la diversidad cultural y generacional; ser capaces de establecer lazos a través del trabajo virtual y aprender a liderar a unos empleados más individualistas y menos leales a la empresa. “La fidelidad al manager va a ser mucho más importante que la lealtad a la empresa”. Por otra parte, según Vielmetter, el poder se está desplazando de los jefes a todos los empleados, y hay un cambio de poder a favor de los nativos digitales”.

Sarah Harmon, Country Manager de LinkedIn para España y Portugal, opina que “en la era digital, la inteligencia emocional es la que marca la diferencia en una



4SUMIDORES EN ACC

Unicaja intentó rechazar una autopsia como justificante de una muerte para no pagar un seguro de vida



Iveco Defence Vehicles suministra camiones militares a las Fuerzas Armadas Españolas



Crédito y Caución premia cinco historias de internacionalización



Grupo Bimbo: Liderazgo e innovación en favor del medio ambiente

Última Hora +

- Empresas **10:39** 22 junio 2015



Xerox garantiza la seguridad de los pagos móviles en el transporte público con un avanzado sistema universal **Actualizada**

- 10:38** 22 junio 2015 El apoyo al emprendimiento y la excelencia de los

organización”. Aunque nos encontramos en una sociedad absolutamente tecnológica, no disminuye la importancia que tienen las emociones”. Recomienda a las empresas fomentar las competencias emocionales en sus organizaciones porque “la inteligencia emocional tiene un ROI”; “se traduce en engagement, lealtad, orgullo de pertenencia, resiliencia... y no es muy costoso”. Lo verdaderamente importante es el CEO; “si él no tiene inteligencia emocional, no hay engagement”.

Opina lo mismo Nacho de Pinedo, Optimista Digital, Emprendedor y Business Angel, cuando afirma que “aplicando modelos de liderazgo digital aumentamos el engagement de las compañías”. En su opinión, “no puede haber una transformación digital, si no hay un liderazgo digital”; para que esa transformación se produzca -entre otros muchos aspectos de la compañía- hay que cambiar su cultura y organigrama.

Respecto al talento, afirma que “talento digital es escaso; que talento y mercado deben ir de la mano”, y que las empresas deben formar a toda su plantilla y no sólo a determinados colectivos como se venía haciendo. Se ha referido también a la aparición de nuevas áreas de conocimiento en el ámbito digital, lo que ha provocado de forma inmediata la existencia de nuevos perfiles profesionales, que ahora “nos toca definir “. “Sólo aquellas organizaciones que se adapten al nuevo entorno digital sobrevivirán”.

Eric Pelletier, Director Global de Strategic Workforce Planning, ha hablado del "Efecto Bagel", o cómo la digitalización está afectando al trabajo y el empleo. En su opinión, puede que mueran las empresas tal y como las conocemos; “las premisas que rigen las compañías van a cambiar radicalmente”. Cree, por ejemplo, que las compañías tendrán un núcleo de personas muy reducido y un extenso conjunto de colaboradores externos para necesidades concretas.

centros tecnológicos de Vigo protagonistas en la clausura de la XIII Conferencia Internacional de APTE **Actualizada**

- **10:35 22 junio 2015** Lanzas una app que permite atraer nuevos clientes y medir su satisfacción **Actualizada**
- **09:57 22 junio 2015** EULEN Seguridad cumple 40 años **Actualizada**
- **09:56 22 junio 2015** INCENSE lanza su segunda convocatoria para startups de tecnologías limpias **Actualizada**
- **09:53 22 junio 2015** Banco Popular y Halcón Viajes firman un convenio de colaboración **Actualizada**
- **09:33 22 junio 2015** Volkswagen reúne en Navarra a sus principales clientes de Flotas y Renting **Actualizada**
- **09:22 22 junio 2015** Ser generoso es rentable **Actualizada**
- **09:14 22 junio 2015** Pablo Pineda, primer diplomado europeo con síndrome de Down

Isaac Hernández, Country Manager de Google for Work para España y Portugal, ha compartido la cultura de innovación de esta compañía; porque “creemos en la innovación como la única herramienta para mantener la supervivencia de una empresa en esta nueva era”. La innovación tiene dos patas: la tecnología y el talento. “En Google creemos en la persona, y se apuesta por valores como la libertad del empleado y la transparencia. “El papel del manager es quitar obstáculos para que cada persona pueda sacar lo mejor de sí mismo”. En su opinión, “la mayor parte del talento que las compañías necesitan para transformarse está en su propia organización”.

Actualizada

- **08:55 22 junio 2015** El 90% de las empresas no tienen “salud” en su misión, visión o valores **Actualizada**

OPINIÓN DE NUESTROS LECTORES

Da tu opinión

Nombre*

Email*

Opinión*

Escriba las palabras que

NORMAS DE USO

1. Se debe mantener un lenguaje respetuoso, evitando palabras o contenido abusivo, amenazador u obsceno.

2.

www.economiadehoy.com se reserva el derecho a suprimir o editar comentarios



Beautiful Onboarding Software

TRY IT FREE >

- ✓ NEW HIRE PORTAL
- ✓ W4 & I9 FORMS
- ✓ CUSTOM FORMS



Lunes, 22 Junio, 2015 | Archivo | +72 Recomendar esto en Google

Buscar...



Hosting por dinahosting.



EMPRENDIMIENTO

ESTRATEGIA

FINANZAS

INNOVACIÓN

LIDERAZGO

MARKETING

PROCESOS

RRHH

TECNOLOGÍA

PORTADA

THINK TANK MANAGEMENT

AUTORES INVITADOS

NOTICIAS

VÍDEOS

INCAE

6 Megatendencias del liderazgo en la era post-digital

Germán Nicolás: “El auge digital ha sido un regalo maravilloso para las organizaciones porque las ha hecho más colaborativas”



Georg Vielmetter: “Las empresas van a tener que aprender a liderar a unos empleados más individualistas y menos leales a la empresa”



Sarah Harmon: “En la era digital, la inteligencia emocional es la que marca la diferencia en una organización”



Eric Pelletier: “Puede que mueran las empresas tal y como las conocemos”



Nacho de Pinedo: “Sólo aquellas organizaciones que se adapten al nuevo entorno digital sobrevivirán”

Entradas recientes

- ▶ 6 Megatendencias del liderazgo en la era post-digital
- ▶ De la desaprovechada capacidad de pensar
- ▶ El futuro en 1964 según Isaac Asimov
- ▶ Como organizar bien un evento
- ▶ España registra el mayor incremento interanual de oferta de empleo de Europa durante el primer trimestre del año

Galería multimedia

Buscador de artículos

Por fecha

elige un mes

Por categoría

Artículos

En Google

Por palabra clave

Isaac Hernández: “La mayor parte del talento que las compañías necesitan para transformarse está en su propia organización”.



“El auge digital ha sido un regalo maravilloso para las organizaciones porque las ha hecho más colaborativas”. Con esta reflexión, **Germán Nicolás**, Director General de **Hay Group** para el Sur de Europa, ha presentado la jornada “Nuevas tendencias del liderazgo en una era post-digital, organizada por Hay Group, con la colaboración de LinkedIn, Google for Work, ISDI, ORH y la Asociación Centro de Dirección de Personas. “A medida que las sociedades se vuelven más *on line* se hacen más colaborativas, y a medida que eso sucede sus estructuras van transformándose; la figura del jefe va siendo menos relevante, y las organizaciones pasan de la pirámide a la matriz y de la matriz a la organización en red”, ha comentado.

En su opinión, el liderazgo se ha vuelto transparente, y por ello, “son los propios líderes los que van a regular su conducta” y apostar más por el autocontrol y la confianza.

Hay Group ha identificado seis megatendencias que están impactando en las organizaciones con gran fuerza. Es por ello que, desde hoy y durante la próxima década, es necesario un gran cambio en el liderazgo para poder contrarrestar los efectos negativos y hacer uso de los beneficios que estas megatendencias traen consigo en una era post-digital. **Georg Vielmetter**, Director Europeo de Hay Group y autor del libro “Leadership 2030”, ha presentado estas megatendencias: globalización 2.0; crisis medioambiental; individualización; cambio demográfico (diversidad intergeneracional en las



Etiquetas

apple change
management
cloud computing
coaching
coca
cola cotizalia
creatividad
crisis cultura

empresas); convergencia tecnológica y la digitalización. Entre las consecuencias de esta última, la brecha digital entre los *millennials* y las generaciones anteriores, y la publicidad; “ lo que antes era privado en una organización ahora es público al instante; por ello, las personas tienen que ser íntegras y éticas porque su comportamiento impacta en la reputación de su compañía”.

En definitiva, las empresas van a tener que saber gestionar la diversidad cultural y generacional; ser capaces de establecer lazos a través del trabajo virtual y aprender a liderar a unos empleados más individualistas y menos leales a la empresa. “La fidelidad al manager va a ser mucho más importante que la lealtad a la empresa”. Por otra parte, según **Vielmetter**, el poder se está desplazando de los jefes a todos los empleados, y hay un cambio de poder a favor de los nativos digitales”.

Sarah Harmon, Country Manager de **LinkedIn** para España y Portugal, opina que “en la era digital, la inteligencia emocional es la que marca la diferencia en una organización”. Aunque nos encontramos en una sociedad absolutamente tecnológica, no disminuye la importancia que tienen las emociones”. Recomienda a las empresas fomentar las competencias emocionales en sus organizaciones porque “la inteligencia emocional tiene un ROI”; “se traduce en engagement, lealtad, orgullo de pertenencia, resiliencia... y no es muy costoso”. Lo verdaderamente importante es el CEO; “si él no tiene inteligencia emocional, no hay engagement”.

Opina lo mismo **Nacho de Pinedo**, Optimista Digital, Emprendedor y Business Angel, cuando afirma que “aplicando modelos de **liderazgo digital** aumentamos el engagement de las compañías”. En su opinión, “no puede haber una transformación digital, si no hay un liderazgo digital”; para que esa transformación se produzca -entre otros muchos aspectos de la compañía- hay que cambiar su cultura y organigrama.

Respecto al talento, afirma que “talento digital es escaso; que talento y mercado deben ir de la mano”, y que las empresas deben formar a toda su plantilla y no sólo a determinados colectivos como se venía haciendo. Se ha referido también a la aparición de nuevas áreas de conocimiento en el ámbito digital, lo que ha provocado de forma inmediata la existencia de nuevos

cultura corporativa
desarrollo de las organizaciones DPO
empleo
empowerment
facebook gartner
gestion del cambio
gestion del talento
google gurus
IBM innovacion
internet keynes
Liderazgo marketing
mix michael porter
microsoft
motivacion
neurociencia
pensamiento lateral
peter drucker
philip kotler
productividad
publicidad
publipost
redes sociales
reseñas retribucion
SEO steve jobs
trabajo twitter
ventas video
warren buffet

perfiles profesionales, que ahora “nos toca definir “. “Sólo aquellas organizaciones que se adapten al nuevo entorno digital sobrevivirán”.

Eric Pelletier, Director Global de **Strategic Workforce Planning**, ha hablado del “Efecto Bagel”, o cómo la digitalización está afectando al trabajo y el empleo. En su opinión, puede que mueran las empresas tal y como las conocemos; “las premisas que rigen las compañías van a cambiar radicalmente”. Cree, por ejemplo, que las compañías tendrán un núcleo de personas muy reducido y un extenso conjunto de colaboradores externos para necesidades concretas.

Isaac Hernández, Country Manager de **Google for Work** para España y Portugal, ha compartido la cultura de innovación de esta compañía; porque “creemos en la innovación como la única herramienta para mantener la supervivencia de una empresa en esta nueva era”. La innovación tiene dos patas: la tecnología y el talento. “En Google creemos en la persona, y se apuesta por valores como la libertad del empleado y la transparencia. “El papel del manager es quitar obstáculos para que cada persona pueda sacar lo mejor de sí mismo”. En su opinión, “la mayor parte del talento que las compañías necesitan para transformarse está en su propia organización”.

Alberto López (391 Artículos)



2 2 0 saves 5

in Share Submit Save Like

Otros artículos del mismo autor

- El futuro en 1964 según Isaac Asimov
- Como organizar bien un evento



Home > Foro RRHH > Las nuevas tendencias del liderazgo en la era post-digital

Las nuevas tendencias del liderazgo en la era post-digital

15 junio 2015

Like { 4 }

Tweet { 6 }

g+1 { 0 }

Share

4

Hace poco se celebró la jornada “Nuevas tendencias del liderazgo en una era post-digital”, organizada por Hay Group con la colaboración de LinkedIn, Google for Work, ISDI, ORH y la Asociación Centro de Dirección de Personas.



Germán Nicolás, Director General de Hay Group para el Sur de Europa, inició el acto con esta reflexión: “El auge digital ha sido un regalo maravilloso

para las organizaciones porque las ha hecho más colaborativas”. Nicolás comentó que “a medida que las sociedades se vuelven más *on line* se hacen más colaborativas, y a medida que eso sucede sus estructuras van transformándose; la figura del jefe va siendo menos relevante, y las organizaciones pasan de la pirámide a la matriz y de la matriz a la organización en red”. En su opinión, el liderazgo se ha vuelto transparente, y por ello, “**son los propios líderes los que van a regular su conducta**” y apostar más por el autocontrol y la confianza.

Hay Group asegura que durante la próxima década será necesario un gran cambio en el liderazgo para contrarrestar los efectos negativos y hacer uso de los beneficios que las seis megatendencias que, según ellos, trae consigo la era post-digital. Estas seis megatendencias son las siguientes, en palabras de Georg Vielmetter, Director Europeo de Hay Group: globalización 2.0; crisis medioambiental; individualización; cambio demográfico (diversidad intergeneracional en las empresas); convergencia tecnológica y la digitalización.

Entre las consecuencias de la digitalización, Vielmetter explica que, por un lado, **hay que reducir la brecha digital entre los millennials y las generaciones anteriores y, por otro, las empresas tienen que tener en cuenta la problemática de la publicidad**: “lo que antes era privado en una organización ahora es público al instante; por ello, las personas tienen que ser íntegras y éticas porque su comportamiento impacta en la reputación de su compañía”.

En definitiva, Hay Group asegura que las empresas van a tener que saber gestionar la diversidad cultural y generacional; ser capaces de establecer lazos a través del trabajo virtual y aprender a liderar a unos empleados más individualistas y menos leales a la empresa. Por otra parte, **el poder se desplazará de los jefes a todos los empleados, y habrá un cambio de poder a favor de los nativos digitales**.

Sarah Harmon, Country Manager de LinkedIn para España y Portugal, afirmó que “aunque nos encontramos en una sociedad absolutamente tecnológica, no disminuye la importancia que tienen las emociones”. Harmon recomendó a las empresas fomentar las competencias emocionales en sus organizaciones porque **“en la era digital, la inteligencia emocional es la que marca la diferencia**”. “La inteligencia emocional tiene un ROI”; “se traduce en engagement, lealtad, orgullo de pertenencia, resiliencia... y no es muy costoso”.

Nacho de Pinedo, Optimista Digital, Emprendedor y Business Angel, opinó lo mismo: “**no puede haber una transformación digital, si no hay un liderazgo digital**”. Para que esa transformación se produzca hay que cambiar su cultura y organigrama. Respecto al talento, de Pinedo explicó que el “talento digital es escaso” y que, por este motivo, **las empresas deben formar a toda su plantilla y no sólo a determinados colectivos como se venía haciendo**. Se ha referido también a la aparición de nuevas áreas de conocimiento en el ámbito digital. “**Sólo aquellas organizaciones que se adapten al nuevo entorno digital sobrevivirán**”.

RECIENTES

POPULAR

COMENTARIOS



HOY EN EL FORO DE LOS RECURSOS HUMANOS

Hoy en el Foro de los Recursos Humanos en...

22 junio 2015 0



LOS SONIDOS DEL FORO DE LOS RECURSOS HUMANOS

Te recordamos que puedes consultar todos los espacios del FORO...

22 junio 2015 0



EL COMENTARIO SEMANAL DE FRANCISCO GARCÍA CABELLO

Un punto de encuentro ideal. Los oyentes y seguidores...

22 junio 2015 0



Spanish Labour Costs Rise Moderately In First Quarter

INE, the national institute of statistics in Spain, has...

21 junio 2015 0



Alfonso Luengo, Dir. Fundación Tripartita, Da “Detalles” A Las Empresas Y Directivos De Cómo Utilizar Mejor Los Planes De Formación

Recientemente el Foro de los Recursos Humanos fundado y...

21 junio 2015 0

TWEETS

Eric Pelletier, Director Global de Strategic Workforce Planning, ha hablado del "Efecto Bagel", o cómo la digitalización está afectando al trabajo y el empleo. En su opinión, puede que mueran las empresas tal y como las conocemos: "las premisas que rigen las compañías van a cambiar radicalmente". **Pelletier cree que las compañías tendrán un núcleo de personas muy reducido y un extenso conjunto de colaboradores externos para necesidades concretas.**

Por último Isaac Hernández, Country Manager de Google for Work para España y Portugal, explicó que en Google "creemos en la innovación como la única herramienta para mantener la supervivencia de una empresa en esta nueva era". Según Hernández, la innovación tiene dos patas: la tecnología y el talento. "En Google creemos en la persona, y se apuesta por valores como la libertad del empleado y la transparencia". "El papel del manager es quitar obstáculos para que cada persona pueda sacar lo mejor de sí mismo". En su opinión, "la mayor parte del talento que las compañías necesitan para transformarse está en su propia organización".

... o use las teclas ← →

Like { 4 } Tweet { 6 } { 0 } 4

You must be logged in to post a comment [Login](#)

Tweets Seguir

ForoRecursosHumanos @ForoRRHH 11h
 .@aluengo10 , Dir. @F_Tripartita, explica a las empresas cómo mejorar los planes de formación: fororecursoshumanos.com/alfonso-luengo...
pic.twitter.com/DnYHNpHi4Q



Abrir

ForoRecursosHumanos @ForoRRHH 13h
 Concierto laboralista de Madrid en la Gran

ARCHIVADOS RRHH

- ▶ 2015
- ▶ 2014
- ▶ 2013
- ▶ 2012
- ▶ 2011
- ▶ 2010
- ▶ 2009
- ▶ 2008
- ▶ 2007
- ▶ 2006
- ▶ 2005

SUSCRÍBETE A NUESTRO BOLETÍN

Correo Electrónico *

Canal Foro Radio en Directo

Canal Foro Radio

[1/258](#)



Imágenes Foro RRHH



Canal Foro TV RRHH



¿Qué es El Foro de los Recursos Humanos? 10 Años con personas y empresas.



11 años Foro Recursos Humanos- Francisco García Cabello



Resumen Aniversario Foro Recursos Humanos - ESADE 24 Abril 2013

El impulso de la digitalización cambia la forma de gestionar las empresas

La figura del líder es cada vez menos relevante, frente al papel de los empleados

Ana García MADRID.

El mundo entero está siendo testigo de una revolución social y tecnológica que está cambiando no sólo nuestras relaciones personales, sino también las profesionales. Así se demostró ayer en el evento *Nuevas tendencias del liderazgo en una era post-digital*, celebrado en la capital española. Representantes de compañías como Google, Hay Group o LinkedIn dieron algunas de las claves para afrontar los nuevos retos que está trayendo consigo la digitalización.

“El auge digital ha sido un regalo maravilloso para las organizaciones, porque las ha hecho más colaborativas”. Con esta reflexión, Germán Nicolás, director general de Hay Group para el sur de Europa, dio el pistoletazo de salida a esta jornada sobre innovación y liderazgo.

Estos cambios están transformando la estructura de las compañías hasta el punto de que “puede que mueran tal y como las conocemos”, reconoció Eric Pelletier, director global de Strategic Workforce Planning. “Las premisas que rigen las empresas van a cambiar radicalmente, es decir, tendrán un núcleo de personas muy reducido y un extenso conjunto de colaboradores externos para necesidades concretas”, aseguró. Por eso, desde Hay Group defienden que este nuevo paradigma necesita un cambio de liderazgo, para poder contrarrestar los efectos negativos que pueda traer consigo esta transformación.

Menor lealtad a la empresa

Entre los cambios destaca la figura del líder, que cada vez será menos relevante, tal y como reflejó Nicolás. Pero los propios empleados también están experimentando una renovación en su actitud, una trans-



Los ponentes del evento 'Nuevas tendencias del liderazgo en una era post-digital'. EE

formación para la que las empresas deben estar preparadas, tal y como ha reflejado Georg Vielmetter: “las compañías van a tener que aprender a liderar a unos empleados más individualistas y menos leales a la empresa”. En este sentido Vielmetter reconoció que “el po-

der se está desplazando de los jefes a todos los empleados”.

Otro de los retos que ha traído consigo este nuevo paradigma es la brecha digital entre generaciones, una diversidad cultural que las empresas deberán aprender a gestionar, tal y como explicó Vielmetter.

Por su parte, Isaac Hernández, director general de Google *for work* para España y Portugal, apostó por la innovación como método para garantizar la supervivencia de las empresas en la era digital. “En Google creemos en la persona y se apuesta por valores como la libertad del empleado y la transparencia. El papel del encargado es quitar obstáculos para que cada uno pueda sacar lo mejor de sí mismo”.

Con estas premisas parece claro que el futuro será de “aquellas organizaciones que se adapten al entorno digital”, tal y como reflejó en su ponencia sobre talento el emprendedor y *business angel*, Nacho de Pinedo.

Las redes sociales crean relaciones que tienen un valor económico

“La nueva era digital no ha disminuido la importancia de las emociones en nuestras relaciones profesionales”. Con esta afirmación, Sarah Harmon, directora general de LinkedIn para España y Portugal animó a las empresas a seguir fomentando las competencias emocionales de sus trabajadores con el objetivo de “aumentar la productividad”. Tanto es así que, según Harmón, “las redes sociales están creando relaciones que tienen un valor económico a través de los datos que se publican y que son positivos para el usuario y la empresa”.

@ Más información en www.eleconomista.es



LA FORMACIÓN ACTUAL PARA LA GESTIÓN HUMANA DE HOY

Una manera más actual, abierta y realista de entender el management

equipos&talento.com



hemeroteca

Mayo 2015 nº 114

Buscar

People

home entrevistas reportajes nombramientos el sector empresas de RRHH TV



compromiso RSE.com

LO MÁS LEÍDO DE LA SEMANA

■ noticias

1. 8 Apps para buscar empleo
2. ¿Por qué fallan los planes de recolocación de las empresas?
3. Aprovechar el poder del Big Data para la toma de decisiones en RRHH
4. Empresas internacionales demandan perfiles multilingües en todas las áreas
5. El 40% de los trabajadores cree que el estrés no se aborda de forma correcta
6. El Big Data se cuele en los estudios de opinión de empleados
7. Uno de cada dos cursos de formación se impartirá online
8. España, uno de los países con más casos de explotación laboral
9. Trabajo sanciona a El Corte Inglés por no informar a sus jefes del horario que tenían
10. Aumentan las colocaciones de perfiles tecnológicos

NOTICIAS

Las nuevas tendencias del liderazgo en una era post-digital

Hay Group organiza un evento donde los asistentes podrán descubrir cómo comprometer, unir y motivar a tu equipo en este cambio de panorama



18/05/2015 Hay Group ha identificado seis megatendencias que están impactando en las organizaciones con gran fuerza. Es por ello que, desde hoy y durante la próxima década, es necesario un gran cambio en el liderazgo para poder contrarrestar los efectos negativos y hacer uso de los beneficios que estas megatendencias traen consigo en una era post-digital.

Hay Group (www.haygroup.com/es)

organiza un evento donde los asistentes podrán descubrir cómo comprometer, unir y motivar a tu equipo en este cambio de panorama.

Entre los ponentes encontraremos a Germán Nicolas, director general de Hay Group para el Sur de Europa; Isaac Hernández, Country manager de Google for Work para España y Portugal; Eric Pelletier, director global de Strategic Workforce Planning; Sarah Hamon, Country manager de LinkedIn

PROVEEDORES DE RRHH

Consultoras de Recursos Humanos y de Formación



Consultoría y Selección

Executive Search

Outplacement



Empresas de Trabajo Temporal

Outsourcing

Software de RRHH



Formación: Escuelas de negocio / Universidades

Elearning

Coaching

Outdoor Training



Formación en Idiomas

Optimización costes laborales



Fuerzas de venta

Salud Laboral

Retribución Flexible

Gestión de

openmet

Strategic workforce Planning, Sarah Harmon, Country manager de LinkedIn para España y Portugal; y Georg Vielmetter, director europeo de Hay Group y autor del libro "Leadership 2030".

El evento tendrá lugar el 11 de junio en el Hotel Villa Magna de Madrid.

[Deja tu comentario](#)

Optimizaciones

Relocation

Convenciones

Gestión y Dirección de Contact Centers

Renting

Servicios Jurídicos

Desarrollo Organizacional

Herramientas de RRHH

Wellness Corporate



[entrevistas](#) | [reportajes](#) | [almuerzos](#) | [tribunas](#) | [noticias](#) | [proveedores](#) | [nombramientos](#) | [estudios](#) | [agenda](#) | [libros](#) | [el equipo](#) | [enlaces](#) | [mapa w eb](#)

© 2007 CUSTOMMEDIA S.L. edita EQUIPOS Y TALENTO | [Equipo de redacción](#) | [Contacto](#)

Av. Diagonal, 463 bis 5ª planta, Barcelona 08036 Tel. 93 4195152 Fax. 93 4101755

Lunes, 20 de Julio de 2015

Dirigentesdigital.com

Las claves del éxito empresarial

prospectiva



MERCADOS > ECONOMÍA Y EMPRESAS TECNOLOGÍA PYMES Y EMPRENDEDORES **GESTIÓN Y LIDERAZGO** INNOVACIÓN

IBEX 35 11.525,50 ▲ 0,20% MADRID 1.169,52 ▲ 0,20%  EUR/USD 1,09 ▲ 0,10% PETRÓLEO 56,98 ▼ -0,10%  P.RIESGO 116,20 ▼ -0,02% EURIBOR 0,17 ▲ 0,50%

Las 6 'megatendencias' del liderazgo en la era post-digital

Susana Ortega - 20/07/2015

Compartir:

"A medida que las sociedades se vuelven más online se hacen más colaborativas, y a medida que eso sucede sus estructuras van transformándose: la figura del jefe va siendo menos relevante, y las organizaciones pasan de la pirámide a la matriz y de la matriz a la organización en red", afirma Germán Nicolás, director general de Hay Group para el Sur de Europa.

"El auge digital ha sido un regalo maravilloso para las organizaciones porque las ha hecho más colaborativas". Con esta reflexión,



Dd

Nicolás presentó recientemente la jornada "Nuevas tendencias del liderazgo en una era post-digital", organizada por Hay Group, con la colaboración de LinkedIn, Google for Work, ISDI, ORH y la Asociación Centro de Dirección de Personas. "A medida que las sociedades se vuelven más online se hacen más colaborativas, y a medida que eso sucede sus estructuras van transformándose; la figura del jefe va siendo menos relevante, y las organizaciones pasan de la pirámide a la matriz y de la matriz a la organización en red", ha comentado.

En su opinión, el liderazgo se ha vuelto transparente, y por ello, "son los propios líderes los que van a regular su conducta" y apostar

más por el autocontrol y la confianza.

Hay Group ha identificado seis megatendencias que están impactando en las organizaciones con gran fuerza. Es por ello que, "desde hoy y durante la próxima década, es necesario un gran cambio en el liderazgo para poder contrarrestar los efectos negativos y hacer uso de los beneficios que estas megatendencias traen consigo en una era post-digital", explican los organizadores de la jornada.

Georg Vielmetter, director europeo de Hay Group y autor del libro "Leadership 2030", ha presentado estas megatendencias:

- Globalización 2.0.
- Crisis medioambiental.
- Individualización.
- Cambio demográfico (diversidad intergeneracional en las empresas).
- Convergencia tecnológica y la digitalización.

- Entre las consecuencias de esta última, la brecha digital entre los millennials y las generaciones anteriores, y la publicidad.

"Lo que antes era privado en una organización ahora es público al instante; por ello, las personas tienen que ser íntegras y éticas porque su comportamiento impacta en la reputación de su compañía", explica Vielmetter.

En definitiva, las empresas van a tener que saber gestionar la diversidad cultural y generacional; ser capaces de establecer lazos a través del trabajo virtual y aprender a liderar a unos empleados más individualistas y menos leales a la empresa. "La fidelidad al manager va a ser mucho más importante que la lealtad a la empresa". Por otra parte, según Vielmetter, el poder se está desplazando de los jefes a todos los empleados, y hay un cambio de poder a favor de los nativos digitales".

Sarah Harmon, country manager de LinkedIn para España y Portugal, opina que "en la era digital, la inteligencia emocional es la que marca la diferencia en una organización". "Aunque nos encontramos en una sociedad absolutamente tecnológica, no disminuye la importancia que tienen las emociones", añade. Recomienda a las empresas fomentar las competencias emocionales en sus organizaciones porque "la inteligencia emocional tiene un ROI" ; "se traduce en engagement, lealtad, orgullo de pertenencia, resiliencia... y no es muy costoso". Lo verdaderamente importante es el CEO; "si él no tiene inteligencia emocional, no hay engagement".

Opina lo mismo Nacho de Pinedo, optimista digital, emprendedor y Business Angel, cuando afirma que "aplicando modelos de liderazgo digital aumentamos el engagement de las compañías". En su opinión, "no puede haber una transformación digital, si no hay un liderazgo digital"; para que esa transformación se produzca (entre otros muchos aspectos de la compañía) hay que cambiar su cultura y organigrama.

Respecto al talento, afirma que "talento digital es escaso; que talento y mercado deben ir de la mano", y que las empresas deben formar a toda su plantilla y no sólo a determinados colectivos como se venía haciendo. Se ha referido también a la aparición de nuevas áreas de conocimiento en el ámbito digital, lo que ha provocado de forma inmediata la existencia de nuevos perfiles profesionales, que ahora "nos toca definir ". "Sólo aquellas organizaciones que se adapten al nuevo entorno digital sobrevivirán".

Eric Pelletier, director global de Strategic Workforce Planning, ha hablado del "Efecto Bagel", o cómo la digitalización está afectando al trabajo y el empleo. En su opinión, puede que mueran las empresas tal y como las conocemos; "las premisas que rigen las compañías van a cambiar radicalmente". Cree, por ejemplo, que las compañías tendrán un núcleo de personas muy reducido y un extenso conjunto de colaboradores externos para

necesidades concretas.

Isaac Hernández, country manager de Google for Work para España y Portugal, ha compartido la cultura de innovación de esta compañía; porque "creemos en la innovación como la única herramienta para mantener la supervivencia de una empresa en esta nueva era". La innovación tiene dos patas: la tecnología y el talento. "En Google creemos en la persona, y se apuesta por valores como la libertad del empleado y la transparencia". "El papel del manager es quitar obstáculos para que cada persona pueda sacar lo mejor de sí mismo", añade. En su opinión, "la mayor parte del talento que las compañías necesitan para transformarse está en su propia organización".

Su opinión  Valoración  0 votos

Compartir: 

Tu comentario

* Tu Comentario

* Nombre

* E-mail

Página web/blog

Deseo mostrar mi web/blog

Acepto la [Cláusula de Privacidad](#)

Enviar Comentario

Normas de uso

- Esta es la opinión de los internautas, no de [dirigentesdigital.com](#)
- No está permitido verter comentarios contrarios a las leyes españolas o injuriantes.
- Reservado el derecho a eliminar los comentarios que consideremos fuera de tema.