

LA ERA DE LOS CONECTORES: EMPRESA, MARKETING E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Vivir como expatriado trabajando en una tecnológica en Silicon Valley es, en esencia, vivir en el mañana. Durante años, mi vida tuvo el ritmo frenético de Palo Alto y San Francisco, un ecosistema donde la innovación no es algo que simplemente ocurre, sino una disciplina que se persigue con una curiosidad casi obsesiva.

Sin embargo, en agosto de 2022 decidí que era el momento de aplicar ese aprendizaje a un reto con un impacto social profundo: regresé a Europa para contribuir a que la transformación digital acelerara la transición energética en Moeve (antes Cepsa).

Solo tres meses después de mi regreso, en noviembre de 2022, el lanzamiento de ChatGPT cambiaría la historia reciente. Quienes llevábamos años en el sector tecnológico ya conocíamos el potencial de la inteligencia artificial (IA) a través de modelos predictivos y soluciones empresariales robustas. No era una «promesa de laboratorio» surgida de la nada, pero aquel noviembre marcó un hito: su democratización masiva.

La IA rompió las barreras de la especialización técnica para convertirse en una interfaz al alcance de todos. Fue el momento en que la potencia del *machine learning* se encontró con la sencillez del lenguaje humano, iniciando una nueva etapa en la que dejó de ser solo una herramienta para convertirse en nuestro copiloto de innovación.

UN BIG BANG DE OPORTUNIDADES

Lo que estamos viviendo no es una simple actualización de software: es el fenómeno de adopción más explosivo de las últimas décadas. Mientras hitos como internet o la telefonía móvil tardaron años en universalizarse, esta nueva ola alcanzó los 100 millones de usuarios en apenas ocho semanas.

Esta velocidad no es solo una estadística; refleja una nueva era en la que la tecnología más avanzada del planeta habla nuestro idioma.

Para los profesionales de la empresa y el marketing, esto abre un horizonte lleno de posibilidades. La tecnología y la IA han pasado de ser un soporte a convertirse en un multiplicador de impacto real. Ya no se trata de automatizar tareas, sino de potenciar nuestra capacidad estratégica.

El consumidor actual ha elevado el listón: busca marcas que le entiendan incluso antes de saber qué necesita. Estamos en la era de la «magia útil», donde la tecnología nos permite ser más humanos porque nos libera de lo mecánico y nos centra en lo esencial: crear valor y soluciones que mejoren la vida de las personas.

ESTAMOS EN LA ERA DE LA "MAGIA ÚTIL", DONDE LA TECNOLOGÍA NOS PERMITE SER MÁS HUMANOS PORQUE NOS LIBERA DE LO MECÁNICO PARA CENTRARNOS EN CREAR VALOR Y MEJORAR LA VIDA DE LAS PERSONAS



©[Engel Ching]/ Shutterstock

EL AUGUE DE LOS CONECTORES

En este escenario, el éxito ya no nace de áreas especializadas que trabajan de forma aislada. La complejidad del entorno exige un nuevo perfil profesional que podamos definir como el «conector».

Hoy, las empresas más dinámicas han evolucionado hacia modelos de orquestación del talento, donde la verdadera ventaja competitiva reside en la capacidad de integrar mundos.

Ser un conector implica moverse en tres dimensiones complementarias:

1. La brújula del valor de negocio: todo movimiento empresarial debe tener un propósito claro: generar rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo. El conector identifica dónde está el impacto estratégico y sabe escalar una idea hasta convertirla en motor de crecimiento.
2. Empatía con el cliente para construir soluciones relevantes: en un mundo saturado de señales digitales, conectar con la emoción humana es el mayor activo. El conector utiliza los

datos para entender las necesidades reales y diseñar productos y servicios que no solo funcionen, sino que conecten emocionalmente.

3. Aceleradores tecnológicos e IA: el conector entiende la tecnología como su mejor aliada. Domina los entornos digitales y sabe orquestar la IA para generar respuestas en tiempo real. Estos aceleradores son la palanca para crear modelos de negocio más ágiles y eficientes desde el primer día.

LIDERANDO LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DESDE ESIC UNIVERSITY

Esta revolución nos obliga a repensar cómo nos preparamos para los retos que vienen. Como profesional y antiguo alumno, sé que el espíritu de ESIC siempre ha sido estar en la vanguardia, escuchando lo que demanda la empresa.

Por ello, el lanzamiento del nuevo Grado en Marketing + Digital Business de ESIC University responde directamente a una necesidad clave del mercado laboral: la búsqueda de perfiles híbridos capaces de liderar la intersección entre mercado, personas y tecnología.

Este grado no es solo una combinación de disciplinas, sino una evolución natural que consolida años de éxito del Grado en Digital Business. Como profesor y codirector, el objetivo es ir más allá del aula tradicional y fomentar una verdadera transformación personal.

En un entorno donde lo único constante es el cambio, la formación debe ser práctica y aplicada. Por eso, este grado permitirá a los alumnos dominar las tecnologías digitales desde el «hacer», aplicándolas a casos reales desde el inicio. Así, no solo entenderán el futuro, sino que estarán preparados para construirlo.

CONECTANDO JUNTOS EN TIEMPOS HISTÓRICOS

A mis compañeros Alumni, que formáis parte de esta gran familia de ESIC en todo el mundo: lo que tenemos por delante es apasionante. Nos corresponde liderar esta transición en nuestras organizaciones con el rigor y la cercanía que siempre nos han definido.

La era de la IA es una invitación a ampliar nuestras fronteras y a seguir aportando valor con una mirada estratégica.

El aprendizaje es un viaje continuo y, en esta comunidad siempre encontraremos el impulso para seguir creciendo juntos.

Y a quienes estáis a punto de comenzar esta etapa: os espera uno de los desafíos más estimulantes de las últimas décadas. Tenéis la oportunidad de ser la primera generación de líderes nativos en la economía de la tecnología y la IA. No venís solo a estudiar una carrera, sino a prepararos para ser los arquitectos de una nueva forma de entender la empresa. El cambio es nuestra mayor fuente de energía y la mejor razón para reinventarnos. No hay mejor momento que este para dedicarse al marketing y al negocio digital.

En definitiva, la tecnología no es más que el reflejo de nuestra capacidad para imaginar y resolver problemas reales, como la transición energética o la sostenibilidad. El futuro no es algo que esperamos: es lo que estamos construyendo aquí y ahora. Sigamos haciendo historia conectando juntos.



David Villaseca

Partner Artificial Intelligence, World Economic Forum y profesor de ESIC University

THE ERA OF CONNECTORS: BUSINESS, MARKETING AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

The article describes how artificial intelligence, driven by milestones such as ChatGPT, has democratised technology and transformed business and marketing. It highlights the emergence of the "connector" profile, capable of integrating business, customer and technology to generate value. The need for practical training and hybrid profiles is emphasised in order to lead digital transformation and build the future.