

## BELÉN SOTO

GENERAL MANAGER, GENERAL ELECTRIC  
HEALTHCARE DIGITAL ICA IBERIA

De izda. a dcha.: Alfonso Jiménez, Belén Soto y Eduardo Pitto, director comercial de Cigna España, firma patrocinadora del último Observatorio Colón celebrado en Madrid.

## “La transformación digital requiere de un espíritu startup”

Sobre la base de esta afirmación, Belén Soto analiza en la presente conversación junto a **Alfonso Jiménez**, socio director de **PeopleMatters**, el mundo que viene como consecuencia del cambio tecnológico, la necesidad de adaptación por parte de las empresas y sus líderes, y cómo General Electric está acometiendo dicha transformación para continuar a la vanguardia en la nueva era digital.

### ¿Qué supone para General Electric la nueva revolución “industrial” consecuencia del impacto de Internet y las nuevas tecnologías?

Sin duda, es una auténtica oportunidad. Lo cierto es que somos una compañía que puede presumir de haber estado íntimamente ligada a la innovación a lo largo de sus más de 100 años de historia. De hecho, la innovación siempre ha sido parte de nuestro ADN. Pero, al mismo tiempo, supone un gran reto y una

responsabilidad en cuanto que debemos ser capaces de continuar adaptándonos y, sobre todo, anticipándonos a las tendencias del mercado, que a día de hoy te diría que es casi un imposible.

### ¿Cómo una empresa como General Electric está afrontando y acometiendo la transformación digital?

Desde 3 ángulos diferentes y complementarios. Por un lado, volviendo a los orígenes de lo que es la compañía, a su naturaleza industrial. En otras palabras, poniendo el foco en nuestras capacidades industriales, fabricando equipamiento –cada vez con mayor *software* de cara a obtener y gestionar cantidades ingentes de datos– y alta tecnología, algo que nos gusta denominar “brilliant machines”.

Por otro, y centrándonos más en el plano cultural, a través de importantes dosis de creatividad y, fundamentalmente, de toda una cultura de asunción de riesgos con el fin de tomar decisiones, ser proactivos y tratar de adelantarnos. El riesgo no existe y por ello trabajamos sobre la base de una metodología llamada “FastWorks” para volver a ser, de alguna manera, una *startup* o, al menos, para que el espíritu *startup* predomine en la organización y que sus empleados no se acomoden y tengan ese espíritu emprendedor en todas y cada una de las cosas que hacemos.

Y por último, abrazando de lleno la tecnología, la era de la gestión del dato que nos viene. En este sentido, desde GE se hizo una apuesta muy fuerte por desarrollar un centro global de *software* que a día de hoy cuenta con más de 400 profesionales trabajando en Inteligencia Aplicada, *Analytics*, *Big Data*, y en poder desarrollar soluciones que estén dentro de dicha era del dato.

### ¿Qué consejos daría a los gestores de Recursos Humanos y a los líderes de empresa de cara a asumir la velocidad del cambio, muchas veces más rápida que nuestra capacidad de adaptación?

Pensando en los gestores de Recursos Humanos, que estén, por encima de todo, cerca del negocio, que entiendan lo que está sucediendo en el mercado, y que se conviertan en asesores y colaboradores dentro de la organización. Y en lo que respecta a los líderes, que escuchen mucho a los clientes, que estén todo el día “en la calle”, porque el cambio es verdaderamente vertiginoso y el mundo es ya eminentemente global.

Asimismo, es imprescindible que protejan el talento diverso, y es que hemos de interiorizar el hecho de que el conocimiento puede proceder de cualquier punto de la organización, de cualquier persona sin importar su edad, raza o sexo. Así pues, ser capaces de aprovechar ese talento, protegerlo, cuidarlo, retenerlo y mirarlo –y hacerlo en entornos colaborativos–, va a ser clave, porque al final en esta revolución las personas tienen mucho que decir.

“**Recursos Humanos ha de estar muy cerca del Negocio, y el Negocio, muy cerca de los clientes y de las tendencias. El mundo es global y hay que estar al día, es fundamental**”



***Existe un sentimiento generalizado en el tejido empresarial de que se encuentra muy cerca lo que algunos denominan el tsunami tecnológico, un hecho que me hace ser optimista en cuanto que va a movilizar a los líderes a trabajar en la dirección acertada***



Y sin olvidar todo lo anterior, es de vital importancia que abracen las nuevas tecnologías, que embeban de los entornos digitales, que estén presentes en redes sociales... En definitiva, que no haya resistencia, que haya permeabilidad y convertirse así en miembros activos y partícipes de esta revolución.

**¿Están las empresas españolas preparadas y, sobre todo, dispuestas a implementar nuevos modelos de negocio de base tecnológica?**

Creo que existe un sentimiento generalizado en el tejido empresarial de que se encuentra muy cerca lo que algunos denominan el *tsunami* tecnológico. Ciertamente es que una cosa es tener esa convicción y otra muy distinta es estar inmerso en el “cambio” que ello puede conllevar, pero el hecho de ser conscientes de que hay un reto por delante me hace ser optimista en cuanto que, de alguna manera, va a movilizar a los líderes a trabajar en la dirección acertada.

**¿Cree que la tecnología que trae consigo esta nueva ola hará “redescubrir” el valor de nuestra industria?**

En mi opinión, más que la tecnología en sí, serán su mejor gestión –con un mejor aprovechamiento de los datos– y el desarrollo de nuevos modelos de negocio los elementos que verdaderamente pongan en valor nuestra industria. Ello nos va a permitir, sin lugar a dudas, estar más cerca de nuestros clientes y dar un salto cualitativo con mayúsculas.

**Haciendo uso del título de su ponencia en el reciente Observatorio Colón de PeopleMatters, ¿cómo prepararnos para competir en el siglo XXI, en el mercado 4.0?**

Estar preparados para competir va a exigir, sobre todo, ser capaces de generar equipos de alto rendimiento, con talento diverso como anteriormente comentaba, creativos, dispuestos a probar cosas nuevas, dispuestos a equivocarse, y como también decía, estar muy cerca de lo que está sucediendo en el mercado. De la misma manera, tendremos que ser muy flexibles y ser capaces de adaptarnos. Va a ser tremendamente complicado, porque o te anticipas o la ola es posible que te cubra.

**¿Podemos decir que adaptarse garantiza el éxito? ¿Quién formará parte del “mundo que viene”?**

Desde luego, adaptarse es una necesidad, pero yo diría que no es una garantía de éxito como sí lo puede ser vislumbrar, crear y definir tu propio futuro.

Con respecto al mundo que viene, es posible que quien lo lidere ni siquiera exista hoy. No obstante, estoy convencida de que formarán parte de él industrias que sean nativas digitales, compañías que hayan nacido ya con la concepción de un mundo completamente abierto e inclusivo, y organizaciones que fomenten la creación de entornos y plataformas colaborativas, porque lo que sí sabemos es que será un mundo en el que uno, por sí solo, no podrá sobrevivir.