

Liderando en positivo

Entrevista a Rosa García

Enero 2014
www.liderandoenpositivo.com



“Los profesionales solo tienen capacidad de florecer cuando los dejamos elegir aquello que realmente les gusta”

Entrevista a Rosa García, Presidenta de Siemens

Licenciada en Ciencias Matemáticas por la Universidad Autónoma de Madrid, lleva más de veinte años dedicada a la industria de Tecnologías de la Información. A lo largo de su carrera profesional ha trabajado en Microsoft Ibérica desempeñando distintos cargos hasta colaborar directamente con el CEO y presidente, Steve Ballmer, en calidad de directora de Proyectos Estratégicos Corporativos y asumir en 2002 España la máxima responsabilidad de Microsoft Ibérica como presidenta de la compañía. El 1 de octubre de 2011, se incorpora a Siemens como presidenta y Consejera en España. Durante este tiempo ha implantado una nueva estrategia focalizada en situar a la compañía como una de las mejores empresas para trabajar; alcanzar un mayor acercamiento a los clientes, la mayor innovación en la búsqueda de nuevo negocio; simplificación de procesos y una mejora de la reputación. El 30 de septiembre de 2013 fue nombrada miembro del Consejo de Administración de Acerinox en calidad de Consejera Independiente y es miembro del Consejo de Administración de Bolsas y Mercados Españoles (BME). Ha sido miembro del Consejo de Administración de Banesto hasta su fusión con Banco Santander en abril de 2013.



Rosa García, Presidenta de Mayoral

Sra. García, a lo largo de su trayectoria profesional ha tenido la posibilidad de liderar equipos multiculturales en diferentes compañías de referencia para el sector tecnológico. Según su experiencia, ¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta un líder en el actual entorno de cambios constantes y rápido desarrollo de las nuevas tecnologías?

El principal reto al que tenemos que enfrentarnos es a ser capaz de rodearnos de los colaboradores adecuados, los mejores. En general actualmente con un desarrollo tan cambiante y una realidad tan compleja, el líder no puede tener todas las respuestas y tiene que ser capaz de liderar a través de las preguntas. Para conseguir un liderazgo eficaz, es imprescindible que el talento que nos rodea sea el mejor y se encuentre en una cultura donde decir la verdad y el estar dispuesto a tomar riesgos esté bien visto. Las equivocaciones deben permitirse, en lugar de ser ocultadas hay que elevarlas y estudiarlas para así no volver a caer en el mismo error.

Siemens ha sido nombrada, por segundo año, como la empresa de bienes de capital más sostenible respecto al Índice de Sostenibilidad Dow Jones (DJSI). ¿Cuál cree que es la posición de España en materia de sostenibilidad y consumo sostenible? ¿Qué pueden hacer los líderes institucionales para mejorar esta situación?

El término de sostenibilidad va más allá del concepto de Ecología o del hecho de dejar una huella de carbono disminuida. Tiene que ver con la sostenibilidad económica que busca ser capaz de perdurar en el tiempo; con la sostenibilidad social que se refiere a qué hacer y cómo actuar para que la sociedad que dejamos a nuestro alrededor sea más sana y equilibrada; y con la sostenibilidad medioambiental que tiene como objetivo dejar un mundo mejor y menos contaminado a nuestros hijos. En cuanto a la sostenibilidad económica, es necesario focalizarse en el cliente y aportar un valor real, para que así sea posible que paguen por tu valor. La constancia en el estudio del cliente es muy importante, y partiendo de él, debemos cambiar a su ritmo con el objetivo de avanzar hacia adelante y aportar más valor a la empresa. Los jóvenes son quienes van a ser un reflejo claro de la sociedad. Darles valor a nivel laboral, aunque no sea la táctica más eficaz a la hora de ver tu cuenta de resultados, es lo que la empresa debe hacer para contribuir a sanear la sociedad y fomentar su éxito para el futuro. La sostenibilidad medioambiental también depende de los negocios. Una empresa industrial, aunque sea puramente por la preocupación económica, debe tener el menor gasto energético posible. El precio del kilovatio es igual para todos y sus ventajas son: menor gasto de energía y una posterior huella de CO₂ mucho más reducida. Es la energía más limpia y rentable.

El principal reto al que tenemos que enfrentarnos es a ser capaz de rodearnos de los colaboradores adecuados, los mejores

La innovación es la clave para el desarrollo de tecnologías ecológicas y sostenibles. ¿Qué deben hacer los líderes empresariales para evitar la tentación de reducir sus presupuestos en I+D dado el actual contexto económico?

La empresa que deja de invertir tiene fecha de caducidad. Las tecnologías de la información han traído una crudeza tremenda a la economía. Ahora los consumidores son capaces de identificar funcionalidad y precio, deciden cual es el mejor producto para ellos con un margen de error cercano a cero. A la situación se suma la transparencia, todos los clientes hablan de ti y no solamente de tus productos sino también de cómo les sirves y de la calidad a largo plazo de tus productos. Para poder seguir avanzando en este contexto, hay que ser lo mejor en algo, el más rápido, el más barato o el de mejor tecnología. Ser el mejor en algo significa que tienes que estar constantemente innovando, porque tus competidores te estudian, en muy pocos meses son capaces de copiar lo que estás haciendo hoy. Hay que estar siempre pensando en cómo lanzar un producto hoy y cómo hacer algo para que en tres o cuatro meses siga estando por delante de la competencia.

Más allá de la tecnología, la gestión del capital humano y de la capacidad de innovación de los profesionales es clave para el futuro de una compañía. ¿Cómo incentivar un entorno en el que se genere un terreno fértil para nuevas ideas?

En general, a los jefes nos han educado haciéndonos pensar que llevamos la razón, de la misma forma que a los colaboradores o a los empleados, cuando entran nuevos, se les inculca que la forma correcta de trabajar es diciendo que sí constantemente. Incentivar un entorno fértil para las nuevas ideas es la parte más complicada porque de esa forma no se innova, la realidad es mucho más complicada que la de que un simple directivo pueda leer. Tenemos que crear un entorno donde sea bienvenido que el colaborador traiga ideas nuevas y sepa, de una forma respetuosa, hacerte ver que lo que acabas de decir es un tremendo error. La segunda cosa que tenemos que hacer es quitar el miedo al error. De cada diez ideas innovadoras, solo dos son buenas. Con ese miedo presente, la gente no tomará riesgos, porque sabe que juega con solo un 20% de posibilidades de éxito, pero entonces no evolucionas. Debemos generalizar la filosofía de que equivocarte no es un problema, hay que saber cuándo parar para minimizar el riesgo y hay que aprender del error para no volver a caer en lo mismo.

Otra área estratégica para el liderazgo corporativo es la formación continua de sus profesionales. ¿Cómo debe manejarse la formación desde el gobierno de la compañía? ¿Qué rol tiene en Siemens?

El primero que tiene que mantener la cultura de formación continua es el líder. Personalmente, cuando tengo una preocupación en la cabeza acudo a mi biblioteca y consulto los últimos libros de liderazgo y cambio, los vuelvo a subrayar y a marcar, de la misma forma que solicito coaching cuando lo necesito para seguir evolucionando como directiva.

Lo segundo que tiene que hacer un líder es analizar las necesidades que puedan surgir en el futuro y cuáles son las capacidades humanas que tiene en su equipo colaborativo. Además debe buscar los gaps y, a través de ellos localizar en el mercado o internamente, cuáles son los mejores cursos que nos puedan ayudar a cerrar ese gap. Por último, debemos dedicar tiempo e importancia a los empleados, haciéndoles saber que nosotros apreciamos ese esfuerzo extra.

Usted ha sido reconocida en diversas ocasiones con el Premio a la Mujer Directiva del año. ¿Cree que el rol de las mujeres en el ámbito directivo de nuestro país todavía se encuentra en desarrollo? ¿cómo puede mejorarse esa situación?

El principal problema que viven las mujeres dentro de las empresas actualmente, es que todavía tenemos personas que no se dan cuenta de que deberían tener equipos diversos para llegar al éxito. La base del buen funcionamiento está en saber que, económicamente, la diversidad es importante, porque para ser capaz de hacer unos productos que resuenen en la sociedad debemos contar con un retrato exacto de la ella, que tiene personas con discapacidades, más de un 50% de mujeres e incluso personalidades de distintas nacionalidades. Darse cuenta de que tener mujeres dentro de los equipos favorece a la empresa, es el primer paso para tener la vista transparente, fijándose en el talento de la persona y no en su el género o su apariencia. Las mujeres de las nuevas generaciones se están incorporando al mercado laboral a la misma velocidad que los hombres. Esa mirada transparente en busca de diversidad constante por parte de los nuevos ejecutivos hará que se equiparen muy rápidamente los roles.

El futuro del liderazgo español se encuentra en estos momentos formándose en universidades de primer orden como son las de nuestro país. ¿Qué mensaje podría transmitirle usted a los jóvenes líderes que hoy luchan por abrirse camino en España?

Uno debe trabajar donde tenga su pasión. Los profesionales solo tienen capacidad de florecer cuando los dejamos elegir aquello que realmente les gusta, porque en general nos gusta lo que se nos da bien. Lo más difícil es buscar qué es realmente aquello que les apasiona y a partir de ahí ponerle muchas ganas, muchas horas y mucha dedicación. El éxito no viene gratis, viene a través de muchísimo esfuerzo. Que tomen riesgos y sean honestos y que se diviertan en lo que les gusta.

Incentivar un entorno fértil para las nuevas ideas es la parte más complicada

Contacto

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE DIRECTIVOS Y EJECUTIVOS - CEDE

World Trade Center
Moll de Barcelona, s/n Edificio Sur 3ª planta
08039 Barcelona (Spain)
Tel. +34 93 508 83 20
Fax. +34 93 508 83 21
Correo electrónico: info@directivoscede.com