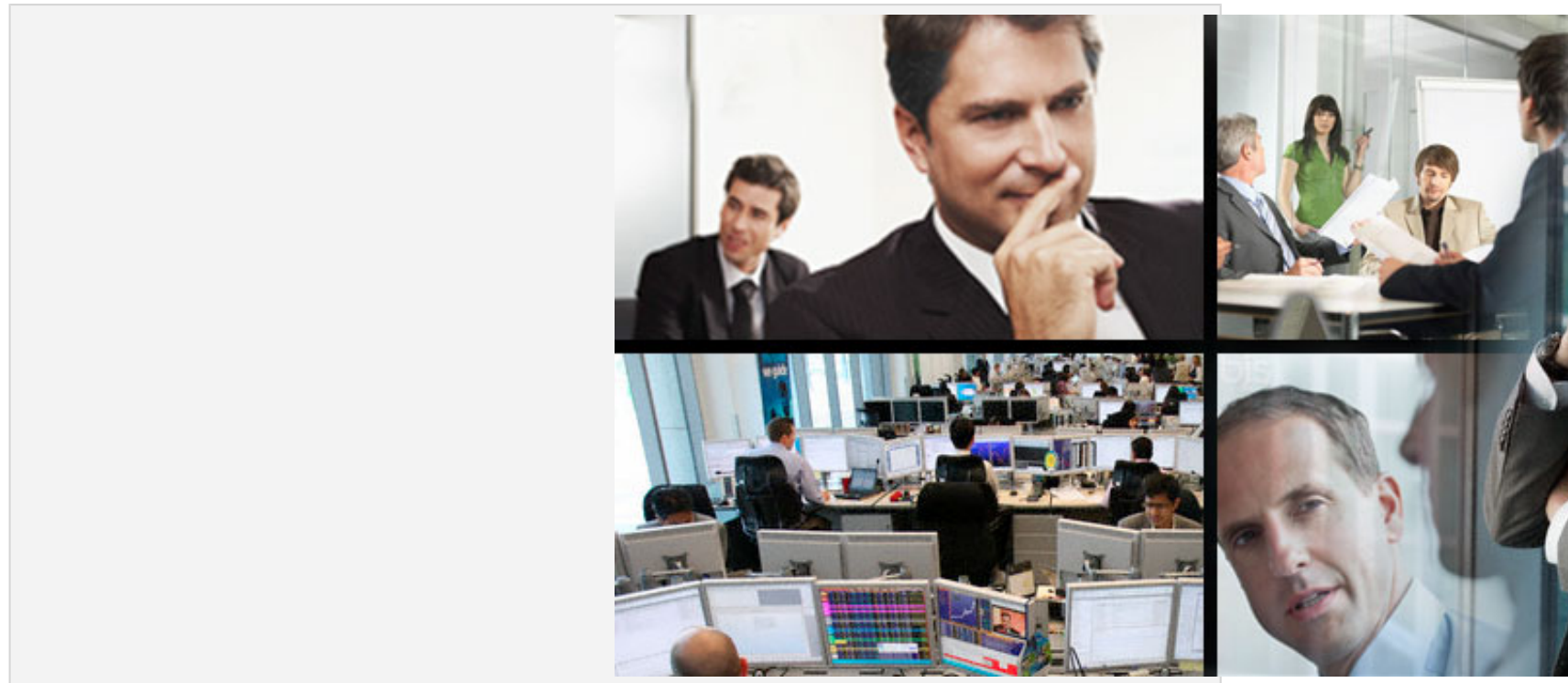


¿Cómo hacen las grandes empresas para desarrollar “empleados emprendedores”?

Para dejar atrás la idea de que las personas con proyectos no tienen lugar en las multinacionales y que siempre deben lanzarse por su cuenta, un grupo de CEO reveló cómo promueven el surgimiento de iniciativas en sus firmas. ¿Qué programas implementan Microsoft, 3M, IBM, MercadoLibre y Los Grobo?



Para desterrar el prejuicio de que los emprendedores no tienen un lugar en las multinacionales y que siempre deben lanzarse por su cuenta, un grupo de CEO de grandes empresas reveló cómo promueven el comportamiento emprendedor puertas adentro de sus organizaciones.

En el marco del Capítulo Argentino del World Entrepreneurship Forum, un espacio de debate acerca del estado actual y futuro del emprendedorismo -al que entre miércoles y jueves concurrieron más de 400 profesionales- los directivos participantes coincidieron en que el crecimiento y avance en sus compañías se logra a partir de las ideas e iniciativas tanto de sus jóvenes talentos como de aquellas firmas más pequeñas que son sus socios de negocios.

En esta línea, Ignacio Stegmann, presidente de la multinacional 3M para la Argentina y Uruguay, aseguró que “para las grandes compañías, es fundamental el papel de los emprendedores.”

En su opinión, “no hay manera que una empresa importante crezca, se desarrolle y alcance sus objetivos si no es fomentando y desarrollando dentro de su propia organización el espíritu emprendedor, como así también el nacimiento, desarrollo e incluso también la muerte de proyectos de todo tipo.”

Para Stegmann, cuando aparecen iniciativas e ideas que tienen potencial, el rol principal de las grandes organizaciones es contenerlos y expandirlos rápidamente.

Según contó el directivo, en las oficinas y plantas de 3M existe una “regla” por la cual los empleados pueden dedicar el 15% de su tiempo de trabajo a desarrollar ideas que consideran valiosas tanto para la compañía como para ellos. Fue con esta política que, por ejemplo, surgió el famoso “Post-it”.



El panel de empresarios –que formó parte de foro organizado por la Fundación KPMG para la Competitividad- también contó con la

presencia de Guillermo Cascio, presidente y gerente general de IBM Argentina.

Ante los presentes y tras mencionar que en 2011 se cumplirán 100 años de la creación de la compañía, el ejecutivo enfatizó que “tantos desarrollos, una reinención constante y la creación de más de 3.500 patentes anuales sólo es posible gracias a la existencia de emprendedores dentro de la empresa.”

En tanto, Sandra Yachelini, directora general de Microsoft para la Argentina y Uruguay, destacó que “el espíritu emprendedor es una competencia que en la compañía valoramos mucho y, como prueba de esto, a mitad de año tenemos una charla con cada uno de nuestros colaboradores para ayudarlos a desarrollarla.”

“Sumamos gente de alto potencial para que trabaje en determinadas ideas que nos parecen buenas. El emprendedorismo forma parte de nuestros valores, que tienen que ver con dar **feedback** abiertamente, pensar en grande y tener autocrítica”, añadió la número uno de Microsoft en el país.

“Si Buffet pudo, yo también”

A esta altura, no caben dudas que Marcos Galperín lleva el emprendedorismo en la sangre. Al co-fundador y CEO de MercadoLibre se le despertó el “bichito” en la escuela de negocios de la Universidad de Stanford, a donde había sido enviado por YPF –por entonces, su empresa empleadora- para realizar un MBA.

Tras escuchar una ponencia del magnate Warren Buffet, Galperín pensó: “Si él pudo, yo también. Tiene piernas y brazos. Y es humano”.

Así, en marzo de 1999, mientras el joven profesional trabajaba para obtener su diploma, escribió el plan de negocios de MercadoLibre y comenzó a conformar un equipo para ponerlo en ejecución. Las operaciones del sitio se iniciaron en la Argentina en agosto de 1999 y posteriormente se realizó el lanzamiento en otros 11 países.

En el 2009, la plataforma contó con 3 millones de vendedores. Y, según detalla un estudio realizado por la consultora Nielsen, 52.000 personas viven de las ventas que realizan mediante el portal.

Como integrante del panel moderado por la directora del Centro de Entrepreneurship del IAE Business School, Silvia Torres Carbonell, el gestor de la exitosa idea afirmó que “ser emprendedores e innovadores es parte de nuestro ADN.”

Y aconsejó a los presentes: “Es importante asumir los errores y aprender de ellos, incluso celebrarlos. Como así también animarse a tomar riesgos.”

De acuerdo a la visión de Galperín (a la derecha en la foto), “existen dos tipos de personas. Las que ven el mundo de una manera, la aceptan y se adaptan, y otras que quieren cambiarlo, porque no les gusta o porque ven allí una oportunidad. Este último es el espíritu que funda empresas y el que tiene que estar siempre en las organizaciones.”



"Algo genético"

"El emprendedurismo es algo genético", dijo convencido Gustavo Grobocopatel, CEO de Los Grobo Agropecuaria y otro de los empresarios participantes del panel.

En base a su experiencia, Grobocopatel (a la izquierda en la foto superior) señaló que si bien el sector agrícola es tradicionalmente conservador, compuesto por gente que vive en el interior del país con ciertas características culturales y está formado, en su gran mayoría, por empresas familiares, en la actualidad es en el que más emprendedores hay.

"En el campo hay miles, en distintos niveles de consolidación y con una enorme capacidad de innovación, que no está no en los productos que se crean sino en la forma en que se hacen. Están formando una especie de nueva clase. Y en este sentido, lo importante es querer transformar, contaminar", destacó el CEO de Los Grobo.

Qué hacen las empresas para desarrollar emprendedores

La directora general de Microsoft aseguró invertir el 25% de su tiempo en encontrar propuestas de valor y contó que suele oficiar de mentora de profesionales internos que tengan potencial y quieran crecer en la compañía.

"Además, desarrollamos un programa para fomentar a emprendedores de software, a los que les permitimos disminuir considerablemente sus barreras de acceso a los servidores y al software como para que puedan hacer desarrollos y venderlos en el mercado interno o exportarlos. Este tipo de iniciativas, a su vez, alimenta el crecimiento de nuestro negocio. Hasta el momento, ya se acogieron más de 600 empresas", añadió la ejecutiva.

En el caso de 3M, y con el objetivo de incrementar el emprendedorismo interno, Stegmann señaló que en 2009 le solicitaron al personal ideas para cambiar los procesos de la compañía.

"Los empleados generaron 66 iniciativas. Hoy estamos trabajando sobre nueve de ellas e involucrándolos en las implementaciones, ya que esto posibilita que la gente se comprometa con las nuevas ideas, porque es muy difícil desarrollar el espíritu emprendedor sobre las de otros", prosiguió el presidente de la multinacional.

A su turno, Cascio comentó que en IBM están realizando un *workshop* junto a la Universidad Austral para desarrollar el espíritu emprendedor entre sus asociados de negocios, con el fin que puedan armarse un orden y un modelo de organización y convertirse así en mejores empresarios.

El directivo hizo hincapié también en las millonarias inversiones que, año a año, la multinacional destina al área de Investigación y Desarrollo con el objetivo de potenciar innovaciones y descubrimientos. “Esto es un claro ejemplo de que existe espíritu emprendedor aun en una corporación”, comentó.

Y, respecto a las acciones externas, recordó: “El año pasado desarrollamos junto a otras tres compañías un programa llamado Mentores. Estuvo destinado a empresas que estuvieran en su estadio inicial, a las que se les realizaba una evaluación de su plan de negocios y su modelo de organización.”

En la propuesta se anotaron alrededor de 500 empresas de todo el país y las ganadoras recibieron horas de consultoría y desarrollo por parte de las de las empresas organizadoras. “Dado el éxito que tuvo la convocatoria, estamos pensando en reeditarla este año”, anticipó Cascio.

Consultado al respecto, el CEO de Los Grobo no se quedó atrás y manifestó que, en la compañía que preside, crearon una serie de proyectos, que van desde ayuda financiera hasta capacitación, para ayudar al desarrollo de los 5.000 proveedores de productos y servicios con los que cuentan “porque si ellos no son competitivos, nuestra empresa tampoco lo es.”

Cecilia Novoa
© iProfesional.com