

Infoweek online, 26 de Julio de 2011

Interemprendedor: Nuevo motor de la empresa

Un profesional creativo, con liderazgo emprendedor, capaz de proponer y desarrollar iniciativas de negocios, de mejora de procesos y/o productos en su empresa, logra concretar grandes ideas tanto para su organización como para sí mismo. Estamos ante la presencia de un “intraemprendedor”, que agrega enorme valor para la compañía.

Cómo advertir a un intraemprendedor

“Los interemprendedores pueden encontrarse en todo tipo de cargos, operativos, técnicos, profesionales, gerencias. No está asociado al rol”, aclara Paulina Del Río, directora de OnBoarding de SommerGroup, empresa de búsqueda de ejecutivos.

La psicóloga advierte la importancia de detectar estos talentos, de lo contrario significa perder una gran oportunidad.

Hoy las empresas diseñan programas de innovación como concursos de ideas al interior de la organización. Donde se reconoce y premia a las nuevas ideas y luego se arman equipos de trabajo para llevarlas a cabo. “Es un buen espacio para que se muestren y se identifiquen a los más innovadores”, agrega Del Río.

La experta explica que también a través de herramientas tradicionales como las evaluaciones de desempeño, se pueden comenzar a identificar características propias de este perfil:

Descripción del perfil según Paulina Del Río:

- Personas con potencial, y mentes creativas.
- Son profesionales generadores de ideas, iniciativas y oportunidades de negocio dentro de su empresa o presentan innovaciones a los proyectos ya existentes. Asumen riesgos y los convierten en negocios.
- Persistentes, con autoconfianza, auto dirigidos, sistemáticos e independientes.
- Consideran el fracaso como un aprendizaje.
- Piensan a largo plazo; van más rápido y más allá.

Lo que caracteriza al “interemprendedor” es la disposición a pensar distinto, a saltar barreras, un inconformista del status quo. La cualidad básica es la iniciativa. El “intraemprendedor” es todo lo opuesto de la persona que está esperando que se le diga lo que debe hacer y cómo hacerlo. “En general son personas que saben cómo moverse, dispuestas a asumir riesgos y no temen equivocarse. El supuesto a la base es no es necesario ser independiente para convertirte en un emprendedor”, indica la experta.

Como

fomentarlo

Para fomentar el “interemprendimiento”, el directivo debe comenzar creando una cultura emprendedora en su ámbito de responsabilidad más inmediato. Es

decir, una cultura donde se promuevan las ideas y no se castiguen los errores. Debe montar procesos de búsqueda de nuevas iniciativas y la mejor forma de implementarlas.

Respecto a las motivaciones, al “interemprendedor” lo mueve la satisfacción de ver su proyecto hecho realidad. Su principal motor es que la idea se realice y que lidere el proyecto que él mismo gestó, aportando al crecimiento de su empresa.

“Es muy importante mantenerlas motivadas, ya que se trata de personas que no son “reemplazables”, son las que generan mejoras continuas, por lo que perderlas puede tener un alto costo. Una forma de motivarlos (y retenerlos) es a través de ascensos o asignaciones en proyectos relevantes, que lideren proyectos específicos, y también darles compensaciones económicas a través de bonos por esos proyectos. También hay empresas que generan reconocimientos públicos y muestran abiertamente los logros”, señala Paulina Del Río.

Los mejores escenarios para potenciarlos
Estas personas pueden existir en cualquier tipo de compañía, sin embargo las empresas que miran el futuro y que toman conciencia de que en los próximos años el liderazgo tiene que ver con impulsar las renovaciones del propio negocio, son un mejor escenario para que se desarrollen. “Son empresas de mentalidad joven, flexibles, con estructuras horizontales, creativas, que invierten económicamente en retención o destinan fondos para nuevos proyectos. Incluso algunas empresas han incorporado a su estructura organizacional unidades (gerencias, subgerencias), específicamente orientadas a esto”, agrega la psicóloga de SommerGroup.

Algunas empresas también diseñan espacios físicos adecuados para la creatividad (salas abiertas y lúdicas).

La movilidad del mercado y la “reinención permanente”, requiere de personas que estén ideando y proponiendo nuevos proyectos a partir del que ya esté en curso. El desafío entonces está en nuestras manos, ¡estemos alertas a identificar a nuestros interemprendedores y a retenerlos porque son nuestro mayor activo!