

Los retos de América Latina: Un talento humano Emprendedor

Bogotá, Colombia – El pasado Abril tuvo lugar en Rio de Janeiro, Brasil, la reunión del World Economic Forum sobre América Latina. De los temas que se discutieron, había una sesión dedicada a la “Innovación” en nuestra región, las dimensiones que se identificaron como más relevantes fueron:

- La tecnología
- Nuevos modelos de negocio
- Venture Capital Nativo
- Entrepreneurship



De los diferentes aspectos que trataron en relación a la dimensión “Entrepreneurship” hay dos que sobresalen, estos son:

Los directivos Latinoamericanos deben impulsar la competencia de “ser emprendedores” dentro de sus equipos.

La cultura de la región no permite que se aprenda de los errores.

Me gustaría llamar la atención sobre la última “Entrepreneurship” y entender los retos que tenemos en materia del talento humano para hacer de los empleados unos “entrepreneur”.

Considero importante primero poner en común que significa la palabra “entrepreneur” o como también se dice “emprendedor”. Según la Real Academia de la Lengua, la palabra “emprendedor” significa: “Que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas”, por lo tanto podemos decir que un emprendedor es una persona decidida, que asume retos, que tiene voluntad para conseguir lo que se propone, es más me atrevería a decir que ser emprendedor es una forma de pensar, sentir y actuar, ya que para poder comprender lo que significa ser emprendedor, es necesario vivirlo, pues sólo así, se tendrá la fuerza necesaria para superar los obstáculos y lograr el propósito definido.

¿No sería conveniente entonces impulsar a cada uno de los miembros de nuestros equipos a que actúen como auténticos emprendedores”? ¿Facilitamos el proceso para que nuestros colaboradores se conviertan en emprendedores?

El formar líderes emprendedores no es una tarea fácil. Potenciar la autonomía, el liderazgo, la toma de decisiones y la voluntad, requiere una cuota inmensa de humildad y ganas (podríamos decir que es voluntad) de ir en contra de una cultura arraigada en América Latina en la cual el error es penalizado y pocas veces se asume como oportunidad de aprendizaje personal y organizacional, “puedes ser innovador, emprendedor, pero no te equivoques”.

Un niño aprende a caminar después de haberse caído mil veces, y no le importa el caerse una y otra vez, ya que sus padres lo alientan a que así suceda; lo impulsan para que lo pruebe una y otra vez, si importar cuantas veces se caiga. Esto le permite al niño tener la “confianza” suficiente para hacerlo y finalmente salir airoso de esa etapa.

Considero que todos tenemos una vena emprendedora, pero cuando llegamos a las organizaciones – no todas y pondré algunos ejemplos más adelante – se nos pide que seamos innovadores, que obtengamos una serie de resultados y que cumplamos los indicadores, si todo esto no viene acompañado por una cultura organizacional que brinda las herramientas para que se dé y de igual forma y más importante aún, si no tenemos líderes dentro de las mismas que construyan y generan la confianza suficiente para que se aprenda de los errores, no será viable que las personas desarrollen la “confianza” necesaria para asumir retos y desafíos en los cuales posiblemente cometan errores, pero que sean capaces de pararse de nuevo y vean los problemas con perspectiva, siendo disciplinados y profesionales.

Las organizaciones deben invertir en una cuota de errores para tener una cultura de alto desempeño y así desarrollar líderes emprendedores. ¿A que me refiero con una cuota de error?. Por ejemplo los ingenieros de google pasan un día a la semana en proyectos secundarios, es decir, dedican un 20% de su tiempo al proyecto que ellos elijan, muchos de ellos invierten el tiempo en arreglar algún producto existente, pero la mayoría lo dedica a desarrollar nuevos productos, Google posteriormente se queda con la propiedad intelectual (es su beneficio) de lo que se cocina en ese 20%. De ese tiempo han salido proyectos muy conocidos por todos como: google news, gmail, google talk, google sky, google translate.. como vemos todas son excelentes ideas que han salido por que las personas estaban haciendo algo con absoluta autonomía y tenían la motivación suficiente y la confianza por parte de la empresa para sacarlo adelante. Estos procesos deben ser implementados de manera paulatina en la organización, para ir generando la consciencia y cultura entre las personas de competencias como la autonomía, responsabilidad, etc.

La lección para los líderes es clara: construya los pilares de la confianza – responsabilidad, autonomía, colaboración e iniciativa – cuando los tiempos son buenos y los logros llegan fácilmente. Esta confianza se debe mantener, pues será el seguro contra las inevitables épocas de crisis que cada vez serán más frecuentes en una economía como la actual.

Tengo la certeza que formando emprendedores a todos los niveles de la organización, con sentido de pertenencia, se logra generar un alto grado de motivación para dar 101 por cien de sus posibilidades, logrando de esta manera el éxito para todos y lo más importante, creando organizaciones sostenibles en el tiempo que apoyen los retos de la región.



[Fernanda García](#) Fernanda García es Country Manager para Colombia en [Pedersen & Partners](#). Antes de incorporarse a la firma, la Sra. Fernanda fue Country Manager para Colombia en otra firma internacional de Executive Search, siendo responsable del desarrollo de negocios de carteras de clientes en sectores como Telecomunicaciones, TI, Bienes de Consumo, Finanzas, Petróleo y Gas, y Servicios. Posee una amplia experiencia en Consultoría de Gestión y de Proyectos tanto en Europa como en América Latina, con fuertes conocimientos en Recursos Humanos, Gestión del Cambio y Procesos de Negocio. Antes de iniciarse en el sector de Executive Search, la Sra. Fernanda fue Gerente de Cuentas Senior en Makeateam, una reconocida firma de consultoría de Recursos Humanos con sede en Madrid, España. También ha adquirido experiencia como Consultor de Gestión del Cambio en Ernst & Young, donde desarrolló esa práctica para Colombia, Perú y Costa Rica.

Pedersen & Partners es una firma internacional líder en Executive Search. Contamos con 56 oficinas propias en 52 países de Europa, Oriente Medio, África, Asia y América. Nuestros valores – Confianza, Relación y Profesionalidad – están presentes en nuestra interacción con clientes y ejecutivos. Más información sobre Pedersen & Partners en www.pedersenandpartners.com

Si usted desea llevar a cabo una entrevista con un representante de Pedersen & Partners o tiene otras peticiones relacionadas con los medios, por favor póngase en contacto con: Diana Danu, Gerente de Marketing y Comunicaciones: diana.danu@pedersenandpartners.com. En caso de peticiones relacionadas con alguna contratación puede ponerse en contacto con Fernanda Garcia: fernanda.garcia@pedersenandpartners.com