



Ni Dios te va a dar un duro... ¿Y ahora qué?

» Ideas2.0 | Por Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña

AlejandroSuarez.es

Sé que suena cruel y que a algunos les parecerá una provocación, pero hay que hacerse a la idea. Si se lleva meses paseando un Business plan por varios despachos, acudiendo a eventos y reuniones y no se recibe una respuesta clara, se tiene un problema. Pero no hay que preocuparse. La solución pasa por aceptar el momento y adaptarse. Es el momento de valorar fríamente qué se puede hacer y de ser prácticos. ¿Para quién es bueno el momento?

En mi opinión la gran zona media, la mayoritaria del tejido empresarial, tecnológico y emprendedor, es la más afectada. Los grandes proyectos de tecnología con modelos validados, números emergentes, y cierto éxito siempre tiran adelante. En cambio, los proyectos de tipo medio tendrán que demostrar que pueden crecer y subsistir sin fondos, que hay ingenio y que están "a punto de dar el salto". A nivel de Startups creo que estamos volviendo a un escenario de 10 años atrás. Hoy la regla vuelve a ser: **"no me cuentes qué quieres hacer, da los primeros pasos y enséñamelos"**.

En este momento es más importante que nunca demostrar que eres emprendedor y poner en marcha, con los medios de los que se disponga, el modelo de negocio de forma sostenida. **Hoy tiene más valor que vea que estás haciendo y no lo que me dices que podrías hacer.** Estamos inmersos en un contexto económico en el que si no se avanza te queda-

rás atrás. Hay que adaptarse al medio.

ES MOMENTO de tomar decisiones. Hoy en día existen varias opciones para el emprendedor. La primera es ACEPTARLO relativamente rápido, sin perder el tiempo y dando vueltas a cosas macro que no se encuentran en nuestra mano solucionar. Lamentarse no acerca el éxito a tu empresa, así que hay que procurar no quemarse y no perder el tiempo deambulando por ahí sin sentido.

Hay que decidir si es el momento de tirarse a la piscina, de realizar uno mismo esa primera inversión inicial y poner el negocio en marcha, esperando que pasen 10 o 12 meses y nuestro negocio se haya situado entre los primeros cuando se abra el grifo nuevamente. Otra opción es optar por el paraguas de un gran grupo,

buscar un socio industrial que permita crecer el negocio y que empiece a funcionar y minimizar costes. Ésta puede ser una buena solución inicial de guerrilla.

Pero también se puede aceptar que si la situación personal (gastos, hipoteca, familia...) no lo permite, a lo mejor es el momento de plegar alas, adaptarse al medio y "aparcar" unos años la idea de emprender.

A lo mejor, si no se encuentra financiamiento es momento de ser conservador y buscarse o seguir en el trabajo actual. Si se opta por esta última opción, aprovechemos el tiempo en madurar nuestro concepto, idea y proyecto. Se tiene unos años perfectos para ganar experiencia y formarse. Ser conservador, con la que está cayendo fuera, no es tampoco una derrota y me parece una opción tan realista y válida como cualquier otra.



• CEO Ocio Networks



Notimex >

Jorge Villalobos
Presidente del Consejo Mexicano de Filantropía

“En estos años se evolucionó en el concepto de la filantropía a la responsabilidad social. Aunque falta aún que llegue más allá de las empresas, no ha permeado a los medios de comunicación”

La responsabilidad social empresarial ha crecido en los últimos 11 años en México hasta sumar un total de 572 empresas que cumplen con los estándares requeridos, dijo el presidente del Centro Mexicano de Filantropía (Cemefi), Jorge Villalobos.

Al participar en el Foro de Responsabilidad Social Empresarial España-México que se realiza en Madrid, España, explicó que cada vez hay más sensibilidad y convencimiento de que la innovación y el talento empresarial mucho pueden hacer por acciones sociales en México.

Ante representantes institucionales, empresariales y académicos reunidos en Casa de América, Jorge Villalobos, recaló que fue en el año 2000 cuando se hizo el primer encuentro con empresas para avanzar en acciones sociales desde el empresariado mexicano.

“En estos años se evolucionó en el concepto de la filantropía a la responsabilidad social. Aunque falta aún que llegue más allá de las empresas, no ha permeado a los medios de comunicación”, destacó.

Villalobos aseguró que cada vez es mayor la conciencia de que hacer responsabilidad “no

EN MÉXICO en once años se han sumado 572 empresas a la práctica de acciones de responsabilidad social empresarial

Aumenta en las empresas la responsabilidad social

120 INDICADORES evalúan la responsabilidad social de las organizaciones

se trata de sólo hacer donativos, sino que es nueva visión de cómo llevar a la empresa. Ir más allá de los objetivos inmediatos de la empresa, no es solamente generar utilidades”.

Expuso que Cemefi y otros grupos han consensuado un total de 120 indicadores en diferentes ámbitos que se evalúan sobre responsabilidad social, y los que cumplen pueden ostentar un distintivo para identificar el compromiso de la firma.

Villalobos aclaró que de las 572 empresas, pocas son españolas y entre ellas las principales multinacionales, como Banco Santander, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA), Telefónica, Eumex, Gas Natural Fenosa, entre otras de diferentes sectores.

El promotor de la responsabilidad social empresarial explicó que el reto común de México y España en esta materia es el involucramiento de las pequeñas y medianas empresas, lo que se puede hacer con las diferentes redes que se han comenzado a crear.

También agregó que, por ejemplo, el evento Fórum Empresa, el cual reúne a 19 países de América Latina, trabaja en muchos proyectos orientados a las personas con menos recursos, principalmente el combate a la pobreza, lo que es una necesidad en toda la región.

130

PYMES tienen el distintivo de empresas socialmente responsables

