

Comparte tu pasión



Gwenaelle Gerard, de ProActive Strategies, superó múltiples obstáculos para instalar la responsabilidad social entre empresas como Cemex y Femsa.

Originaria de Bretaña, región noroeste de Francia,

Gwenaelle Gerard llegó a México siete años atrás para estudiar la maestría en Administración de Empresas en el Tecnológico de Monterrey, campus Guadalajara. El país la cautivó, le dio empleo y una oportunidad de desarrollarse profesionalmente. Y lo más importante: la posibilidad de construir un patrimonio acorde con sus ideales.

“Me convencí rápidamente de quedarme en el país porque apenas salí de la maestría me

ofrecieron trabajo en la Ciudad de México”, recuerda la emprendedora. “Aquel empleo fue como directora de Auditoría Interna para un corporativo. El problema que me tocó resolver fue la alta rotación de personal, derivada del maltrato a los empleados”.

Gwenaelle investigó las causas de este fenómeno y descubrió que el obstáculo para mejorar la situación radicaba en los altos mandos. “Lo sorprendente es que los ejecutivos creían que eso estaba bien. Tras meses de esfuerzos por erradicar las malas prácticas, decidí que iniciaría mi propio despacho de asesoría en auditoría interna, ProActive Strategies, que ha sido el eje de mi búsqueda de realización como empresaria”.

Al platicarle a un amigo sus

inquietudes, él la ayudó a descubrir e interesarse en el tema de responsabilidad social. “Me sumergí en un mar de bibliografía. Y al darme cuenta que es una especialidad enfocada en generar buen clima laboral y una mejor relación con el ambiente, decidí formar parte de los profesionales que difunden esta cultura”, dice convencida.

De profesionista a empresaria

Una vez que Gwenaelle dejó su empleo, comenzó la capitalización, desarrollo, dirección y operación de ProActive Strategies al lado de su esposo, Nicolás Blondel. Pero no fue fácil transformar esta pasión profesional en un negocio. ▽



GWENAELE GERARD
PROACTIVE STRATEGIES

“Las acciones de las empresas también deben contribuir a hacer de éste un mundo mejor”.

Los clientes tardaron entre seis meses y un año en llegar, lo que dificultó el arranque del emprendimiento. “A los tres meses ya estábamos preocupados, pues el dinero se acababa. Por lo que exploramos otro camino a fin de generar ingresos complementarios. Y como éramos franceses en tierras de habla hispana, se nos hizo fácil dar clases de francés”, recuerda la emprendedora.

Así que para capitalizarse fundaron S-Peak, una academia de idiomas que hoy da servicio a marcas como Viadeo, Santander, Grupo Bimbo, Bolsa Mexicana de Valores y Banco de México, entre otros. Actualmente Nicolás se ocupa de S-Peak, mientras ella se enfoca en la asesoría.

En cuestión de dos años, su negocio de asesoría ya contaba con una cartera de clientes y contactos conformada por más de 50 pequeñas y medianas empresas (Pymes), además de grandes marcas como Cemex. Igualmente, pronto se integró como miembro de la Delegación Mexicana para el desarrollo de la norma ISO 26000.

“El problema”, aclara Gwenaelle, “es que la gente me recomendaba a mí y no a mi marca, lo que me hizo zambullirme en la parte de la operación diaria”. Y mientras veía crecer a su esposo como empresario, ella funcionaba aún como operativa, cargando con la mayor parte del trabajo.

Consciente de ello, la emprendedora tuvo que recapitular para

saber por qué no mejoraba esta situación. Durante unas vacaciones reformuló su modelo de negocio. El resultado fue una plataforma Web que funciona como medio de comunicación y foro social: “el portal ResponSable.net, la primera comunidad virtual especializada en este tema en América Latina”, explica.

Social y responsable

El desarrollo de ResponSable.net ha catapultado la labor de Gwenaelle y le ha abierto nuevas puertas. Una de los cambios radicales que experimentó fue el hecho de contar con más tiempo para dedicarse a la planeación estratégica, gracias a que tiene una

marca que engloba servicios de asesoría y añade otro paquete de productos y servicios.

Durante el 1er Foro Franco-Mexicano de Responsabilidad Social celebrado en febrero del año pasado, aprovechó para lanzar el concepto ante la audiencia. “Tuvimos una gran ovación”, dice. “Esto sirvió para que nos percibieran diferente. Hasta ese momento éramos asesores; ahora nuestra misión es difundir la responsabilidad social en todo Iberoamérica”.

La plataforma, que también funciona como el primer *social media* especializado en el tema de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), busca ser la mayor referencia para descubrir, intercambiar y compartir información útil.

ResponSable.net ofrece soluciones integrales que incluyen *benchmarking*—on line y presencial, con un club de conferencistas llamado *LideRS*—, capacitación, servicios de comunicación y afiliación, que están disponibles para grandes corporativos, Pymes, universidades, instituciones de gobierno y organizaciones de la

MÚLTIPLES OPORTUNIDADES EN RSE

Jorge Aguirre Torres, director general de Green Momentum México, considera que hay varias oportunidades para emprender en el tema de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Sobre todo en el área de consultoría, porque existen condiciones nuevas que favorecen la aceptación de esta cultura.

- **Nuevos perfiles ejecutivos.** Las últimas generaciones de emprendedores y directivos de áreas traen una educación que comprende bien el concepto de RSE.
- **Sustentabilidad como necesidad.** Para que una empresa cumpla con los estatutos internacionales y las reglas del comercio actual, debe aprender a hacer de un tema de responsabilidad algo rentable y apto para su industria.
- **Ejemplos de corporativos.** Muchas grandes firmas están fomentando esta forma de desarrollo empresarial, por lo que es posible que las Pymes copien sus modelos o aspiren a igualarlos.
- **Exigencia del mercado.** No sólo los empresarios y nuevos emprendedores están adoptando esta cultura, sino también los consumidores: una compañía que no es socialmente responsable, es susceptible de perderse de un mercado creciente.
- **Alternativas a medida.** No todos los negocios necesitan solventar las mismas necesidades. Así que la especialización en consultoría de este tipo es fundamental para atraer a cierto tipo de empresas emergentes.


4 MOMENTOS CLAVE

- **Adiós a la era como empleada.**
"Tras meses de esfuerzos por erradicar las malas prácticas, renuncié como directora de Auditoría Interna de un corporativo y decidí que iniciaría mi propio despacho de asesoría".
- **Generación de ingresos.** "Como el negocio arrancaba muy lento, mi esposo y yo comenzamos a dar clases de idiomas y fundamos S-Peak, con el fin de capitalizarnos".
- **Explorando el tema de RSE.** "La asesoría me consumía y parecía un autoempleo. Para darle un *refresh*, desarrollé un portal Web que proyectara mi marca: ResponSable.net".
- **Proyección como emprendedora.** "La idea es que mi negocio sea rentable y sólido para que no me involucre tanto en la parte operativa, sino en la estratégica".

sociedad civil. La ventaja es que cuenta con toda la cartera de clientes de ProActive Strategies.

Cuando iniciaron, dos personas manejaban el sitio; hoy ya son ocho. Y a un año de haber lanzado el concepto, han obtenido resultados alentadores: más de 50,000 páginas vistas y hasta 4,500 envíos de newsletters quincenales tan sólo en 2011. Ahora están organizando una estrategia agresiva en redes sociales, además de eventos donde se piensa hacer un *networking* más intenso.

En el club de LideRS, espacio de *benchmarking* y capacitación para directores y gerentes de Responsabilidad Social de grandes compañías, cuentan ya con nombres como Femsa, Walmart, Danone e Intel, entre otros.

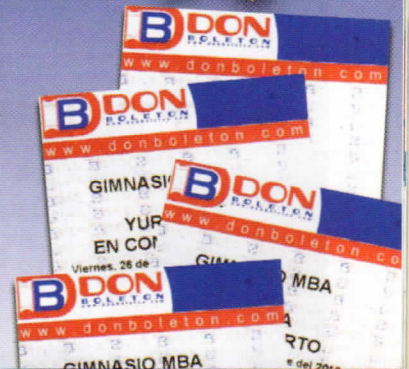
Pero Gwenaelle aún no está conforme con los logros: quiere más. "La idea es que mi negocio sea lo suficientemente rentable y sólido como para que cada vez me dedique menos a la parte operativa. Mientras que la finalidad de todo este esfuerzo es que existan más empresas involucradas en hacer de éste un mundo mejor", concluye la emprendedora. 



Franquicias Disponibles en toda la República

Empresa de servicio de boletos electrónicos para el sector del entretenimiento, que proporciona control en el boletaje y su cobro.

- ✓ Excelentes utilidades
- ✓ Franquicias Llave en Mano y nuevas franquicias
- ✓ Financiamiento disponible
- ✓ Marca reconocida
- ✓ Software y tecnología de punta
- ✓ Manejo sencillo
- ✓ Bajos costos de operación
- ✓ Incursión en el medio del espectáculo
- ✓ Negocio probado y muy rentable



www.donboleton.com
franquicias@donboleton.com
Tel. 01 (656) 613-0100



Una Franquicia MIDAS es el negocio que buscas!

- La franquicia automotriz #1 en el mundo.
- Más de 50 años de experiencia.
- Más de 3,000 centros de servicio a nivel mundial.
- Garantía de soporte, capacitación y apoyo continuo.
- No se requiere experiencia técnica en el ramo.

#1 en nuestra categoría 2009, 2008, 2007, 2006, 2005, 2004 de acuerdo con ENTREPRENEUR Internacional

MÁS INFORMACIÓN
MIDAS CORPORATIVO MEXICO (MONTERREY)
Tel.: (81) 8378 0464

www.midas.com.mx
franquicias@midas.com.mx