



Sonia Casquero, de AGP Viajes, Alejandro Román de Asuem Consultores y Silvia Melero, de la Gioconda Novias intercambian tarjetas. :: SUR

Networking: empresas que ligan

Aje promueve el contacto entre emprendedores para favorecer negocios



GEMA MARTÍNEZ

gemamar@diariosur.es

Intercambian tarjetas, se ponen cara, conocen lo que hace cada cual y establecen redes de colaboración en base a las sinergias

MÁLAGA. Belén Gaspar, de la agencia de comunicación Pasedeprensa ha contactado con Silvia Melero, de la Gioconda Novias, una empresa malagueña interesada en buscar herramientas promocionales y que por eso mismo también ha solicitado conocer a Damián García, de Visual Free, que ofrece 'coste cero' a sus anunciantes, a los que les devuelve en servicios el desembolso que realizan para publicitarse en sus grandes pantallas lead.

A su vez, Damián García ha cruzado inquietudes e intereses con Paloma Gómez, de la agencia creativa Lima-Limón, y con Ignacio del Valle, de Bypass Comunicación, una agencia también creativa que en su página web (bypasscom.net) formula un principio que vale su peso en oro, más porque en ella tra-

bajan cuatro hombres: «En Bypass no hay horarios, hay compromisos de entrega. Fomentamos el teletrabajo y creemos en la interdependencia. También nos exigimos conciliar la vida profesional con la familiar para no criar hijos traumatizados ni psicópatas».

Presentación e intercambio

Las presentaciones se repiten -«Hola, soy Christian de Regus»; el intercambio de tarjetas no cesa y las conversaciones entre unos y otros, agrupados en tríos o en parejas sube el nivel de ruido en el salón de la segunda planta de la antigua sede de la Diputación Provincial de Málaga, en la plaza de la Marina, que la Sopde ha cedido a la Asociación de Jóvenes Emprendedores (AJE) para que promueva este intercambio empresarial a través de una propuesta que se presenta bajo el sugerente título de «¿Hacemos un trato?», y que tal y como explica uno de los técnicos es networking directo, puro y duro.

Aquí se trata de ligar, empresarialmente hablando, es decir buscar, valorar, seleccionar, seducir, contactar, iniciar una relación profesional y compartir intereses. Para ello a cada participante se le entrega un listado con el nombre, el sector y un breve resumen del trabajo del resto de participantes, todos empresarios.

Una vez ojeado el listado, se elige a las firmas con las que interesa intercambiar información, bien

porque se le pueda ofrecer servicios, bien porque se necesiten sus servicios o simplemente por la conveniencia de establecer una línea de colaboración.

Por eso mismo ha contactado Visual Free con Lima-Limón o con Bypass y también por eso ha acudido a esta jornada, que dura unas dos horas, Christian Rasmusson, sueco y en cuya tarjeta de visita

LAS FRASES

**Christian Rasmusson
General Manager de Regus**

«Aquí amplío el abanico de mis contactos, para luego poder ofrecer servicios a mis clientes»

**Silvia Melero
La Gioconda Novias**

«He contactado con empresas que me puedan interesar para la difusión de mi negocio»

**Belén Gaspar
Pasedeprensa**

«Este tipo de encuentros son fundamentales porque te llevas un montón de nuevos conocidos»

pone 'general manager' y que en realidad busca ampliar su red de contactos para a la vez poder ofrecerlos a sus clientes: «Soy gerente de un centro de negocios en Málaga. Tengo 44 oficinas, lo que se traduce en 44 empresas. Muchos de mis clientes son extranjeros y no tienen contactos, así que yo asumo ese papel» dice: «Aquí amplío el abanico de servicios para después poder ofrecerlos a mis clientes».

Un café juntos

«Lo bueno de este tipo de encuentros es que conoces a gente a la que puedes vender tu producto y que a su vez necesita tu producto», dice Alejandro Román, de Asuem Consultores, una empresa especializada en la formación en comunicación personal y oratoria. Román habla con Sonia Casquero, de la agencia de viajes AGP y que resalta que este tipo de encuentros permite poner cara a las empresas: «Te permito que, cuando lo necesites, puedas contratar con alguien que ya conoces y con quien te has tomado un café. Todo es mucho menos frío».

Este tipo de encuentros son fundamentales, afirma Belén Gaspar, que también ha contactado con Alejandro Román, con otra empresa de formación y con una asesoría familiar. «La primera vez te puedes encontrar un poco perdida, pero luego te vas a tu casa con un montón de tarjetas de gente a la que antes no conocías de nada y con la que puedes seguir contactando», añade.



VIENEN CURVAS
ANA BARREALES

TOCA SER PRINCESA DEL PUEBLO

En campaña electoral toca ser pueblo llano y eso es casi peor que las promesas incumplidas.

En esta campaña triunfan las 'no promesas': «No vamos a instaurar el copago, no recortaremos en Sanidad ni en Educación... Los candidatos repiten el argumentario aprendido. Es como si el 'on' se activara en presencia de un potencial votante y no digamos ya si se trata de un periodista. Lo de combinar populismo y elecciones lo explotan hasta las televisiones. Telecinco encargó una encuesta antes de las últimas generales que situaba Belén Esteban como tercera fuerza política.

Esta semana el ministro Wert vino a Málaga a hacer un poco de ruido en torno al proyecto para convertir la Aduana en una subse del Museo del Prado. Oficialmente iba a visitar las obras. En realidad, parecía claro que el PSOE lo denunciara y que la junta electoral lo prohibiera en plena campaña. Da igual. Se trata de lograr una foto y un titular que diga que se le impone silencio al ministro. Es decir, misión cumplida.

Los ejemplos son muy variados: el fichaje de Juan José Cortés como asesor del grupo municipal popular en el Ayuntamiento de Sevilla, o Griñan, que se presenta como principal interesado en que salga a la luz el escándalo de los ERE (un poco tarde para investigar); Chaves diciendo que el PP quiere hacer que los españoles de izquierdas sean de derechas. Otro muy bueno: el spot prohibido de la reforma laboral, ese con una música relajante de fondo, como la del anuncio de ¿A qué huelen las nubes?, que luego resultaba ser de salvaslips. Pues el vídeo, lo mismo: diciendo que la reforma laboral es buenísima para los trabajadores y que va a crear mucho empleo estable.

Y luego esta el viejo truco del «no voy a...» Lo utilizaba Arenas, cuando criticaba el «uso electoralista» del subsidio agrario por parte del PSOE -eso que antiguamente llamaban los populares 'voto cautivo' y recientemente 'pitas, pitas'- y decía: «No voy a caer en la indignidad de pedir el voto a cambio del PER...» Que tendría un pase si se lo dijese a un amiguete, pero si se lo cuenta a los periodistas... Y luego nos quejaremos de Belén Esteban.

En twitter: @AnaBarreales