

A grandes problemas, colaboración y alianzas

“¡Que viene el Coco! ¿Estás preparad@?”. Así se titulaba un artículo que escribí en el 2014, sobre cómo la economía basada en un uso intensivo del conocimiento, estaba generando nuevos modelos de gestión y de actuación en las empresas. En él, quedaba patente que comunicar y cooperar serían claves para conseguir nuevos objetivos. Y ya en el 2014, concluía con un mensaje que se ha ido haciendo presente en nuestros días.

Sin necesidad de analizar la multitud de datos al que hacía referencia en aquel artículo y que lo avalan, ya hoy en día nadie duda de que el conocimiento es una vía crucial para generar valor añadido y aumentar la competitividad económica, tanto de un país como de cualquier tipo de organización, y un reto al que nos enfrentamos, por ser necesario desarrollar una sociedad y una economía del conocimiento.

Eran muchos los ‘Cocos’ que identificaba como claves para alcanzar este fin: conocimiento, competitividad, comunicación, conectividad, coherencia, compromiso, confiar, compartir, cooperar, conseguir, copiar, conversar, colaborar, construir, co-crear y un larguísimo etcétera. Pero, ¿y esto qué quiere decir? En mi opinión, que ya estamos viviendo el cambio y que debemos sumarnos, tomar ventaja, adaptarnos y no resistirnos al mismo. Significa que modelos de gestión y de actuación en los que se había establecido el hermetismo, la falta de transparencia, el aislamiento a la hora de desarrollar iniciativas, el miedo a lo diferente y a los diferentes, debe dejar paso a una nueva forma de desarrollo económico y social, más sostenible.

Modelos de gestión basados en el hermetismo y el aislamiento deben dejar paso a nuevas formas

Empiezan a verse iniciativas prometedoras de empresas que son capaces de transformar este reto en oportunidad. Un ejemplo de ello en el sector es la firma Chep, que acaba de lanzar en España y de forma progresiva al resto de Europa, Airshared, una plataforma digital creada precisamente con el objetivo de potenciar la cultura de colaboración. Esta plataforma facilitará la gestión online

de los proyectos de transporte colaborativo, que actualmente ya tienen en marcha con más de 200 de sus clientes. Es un claro ejemplo de cómo modelos de colaboración generan, además de valor añadido al cliente y fidelización, eficiencia en costes e innovación, también posicionamiento y liderazgo, tanto de ellos como de sus clientes, a la hora de buscar soluciones que dan respuesta a los retos actuales de cambio climático. Además, este tipo de iniciativas dan soluciones para los nuevos retos/oportunidades que presenta la economía circular.

Otro ejemplo reciente es el acuerdo alcanzado por FedEx, DHL Express y UPS (todos miembros de la Blockchain in Transport Alliance) para colaborar en el desarrollo y puesta en práctica del normativa y entornos que hagan viable, incluso obligatoria la aplicación de la tecnología blockchain. Se trata de una alianza que impulsará su aplicación en la industria y con ello reforzará la seguridad y la eficiencia en toda la cadena de suministro.

No todo el mundo ha sabido ver el objetivo real y necesario de la colaboración entre organizaciones

Pero por otra parte, y lamentablemente, no todo el mundo ha sabido ver el objetivo real y necesario de la colaboración entre organizaciones. Recientemente, hemos visto casos de colaboración o alianzas entre empresas con un propósito totalmente contrario.

Solo entre marzo y abril leíamos tres casos impactantes. Permítanme recordarlos brevemente. El primero de ellos sobre la multa millonaria de la UE, que podría llegar al 10% de sus ingresos, a Daimler, Volkswagen y BMW al ser acusadas de un complot para frenar las innovaciones anticontaminación. En segundo lugar, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha interpuesto una sanción de 57,7 millones de euros a las principales empresas de tabaco, Philip Morris, Altadis, JT Internacional Iberia y a la distribuidora Logista, por el supuesto intercambio de información confidencial sobre la venta de cigarrillos. Por último, y también la CNMC, multaba con 118 millones a 15 empresas y 14 de sus directivos, por repartirse concursos públicos de obras ferroviarias. Además, en este caso, proponía por primera vez, prohibir la contratación con la Administración Pública a las empresas implicadas: Elecnor, Siemens, Indra, Isolux, Inabensa (Abengoa), Alstom, Telice, Comsa, Neopul (Sacyr), Eym (OHL), Citracc y las filiales de ACS Cobra, Semi, Cymi y Electren.

Las malas prácticas de algunos generan desconfianza ante nuevos modelos de alianzas

Tres ejemplos, que junto con otros como la famosa ‘uberización’, que amenaza llegar más temprano que tarde al sector, han provocado que, no solamente se hayan visto penalizadas directamente con sanciones, sino que también hayan penalizado indirectamente al resto de organizaciones, al generar desconfianza ante nuevos modelos de alianzas.

Aun así, confío en que sigamos trabajando para conseguir generar nuevos modelos de colaboración que nos ayuden a avanzar más rápido y a construir en positivo. De hecho, no debemos olvidar que son 17 los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) que la ONU ha identificado como claves, que cada país ha asumido y que como organizaciones nos corresponde también integrar en nuestra estrategia de negocio. Uno de esos objetivos, el ODS 17, es el de “Alianza para la consecución de los objetivos”, al mismo nivel que el ODS 8 “Trabajo Decente y Crecimiento Económico” o el ODS 13 “Acción por el Clima”.

A nadie se le escapa que la colaboración y las alianzas son claves para abordar los grandes problemas. Aunque todos lo conozcamos, a veces conviene recordarnos el mantra de “si caminas solo, irás más rápido, pero si caminas acompañado, llegarás más lejos”.