



Cooperación empresarial

2009-09-14

Hace ya mucho tiempo que venimos viendo el proceso de concentración empresarial. La crisis no ha hecho más que acelerarlo, especialmente en el sector financiero. En España tenemos el ejemplo de las Cajas de Ahorros y los muchos “matrimonios” que se van a producir en los próximos meses.

Soy un fervoroso creyente en el [Mundo Naranja](#) por lo que significa en cuanto a trabajar en red con otros profesionales que complementan tus habilidades pero, por supuesto, admito el mundo de las grandes corporaciones. Faltaría más, vengo de una.

Lo que ya no entiendo es el poco nivel de colaboración empresarial que existe entre las PYMES. Conozco, por ejemplo, las ayudas del ICEX a la formación de Consorcios de Exportación pero el uso que las empresas hacen de este recurso es bajísimo. Y en mi sector de procedencia, el editorial, es alarmante. El sector está formado por centenares de medianas, pequeñas y hasta minúsculas empresas que siguen sin buscar sinergias. Y lo mismo ocurre con el de los medios. ¿Cuántos editores de prensa y revistas regionales o especializadas conocemos? Montones. Pero ahora que todos ellos se enfrentan al reto de la digitalización, al impacto de las nuevas tecnologías, del fenómeno de las descargas, los miles de blogs de formación, información y entretenimiento, no veo movimientos de colaboración para hacer frente común y prepararse para el futuro.

En la era de las redes, de la web 2.0, de la información instantánea, debería producirse mayor nivel de cooperación. Siempre se ha dicho eso de que “quien tiene la información, tiene el poder” y quizás por eso algunas empresas no quieren entrar en una dinámica que significa, obligatoriamente, compartir know-how ya que temen darle armas al vecino. Pero en el mundo de la sobreinformación todo está al alcance de un click por lo que compartir información ya no debería ser un problema.

No soy un gurú de la [Social Media](#) pero sí soy defensor y evangelizador sobre el uso de las redes y el networking para aprovechar el tremendo potencial que tienen para, especialmente, una cosa: compartir know-how. Este bajo uso es una prueba más del poco nivel de colaboración que existe entre nuestras empresas.

Un error de estrategia: la unión hace la fuerza y en las actuales circunstancias el tamaño es importante, aunque no se traduzca en concentración desde un punto de vista societario.

David Soler

david.soler@bwconsultores.com