



RAFAEL MARCO PALACIOS
Consejero delegado de Primer Grupo

Cooperación entre empresas, clave para el éxito en la gestión

La cooperación entre grandes compañías ha sido una estrategia desechada por los profesionales de la gestión empresarial durante muchos años. Sin embargo, este concepto ha reportado enormes beneficios para los que han sabido utilizarlo adecuadamente. Los acuerdos de cooperación son una alternativa estratégica cada vez más popular entre las empresas.

El término cooperación entre empresas podría definirse en un sentido amplio como un acuerdo entre dos o más empresas que, actuando conjuntamente, logran un objetivo que de modo individualizado no habrían sido capaces de alcanzar.

La cooperación empresarial debe integrar las siguientes característi-

cas: objetivos comunes, puesta en común de recursos, independencia jurídica y competencia (la cooperación no sustituye la competitividad de las empresas sino que la incrementa mediante la creación de sinergias).

Una de las principales razones para la cooperación empresarial se encuentra en el endurecimiento de la competencia en los sectores más maduros, como puede ser el inmobiliario. Este tipo de sectores se caracteriza por un estancamiento de la demanda, necesitando nuevas fórmulas (por ejemplo la cooperación) como alternativas para agrandar el tamaño del mercado, logrando así mayores posibilidades de ventas y por consiguiente de beneficios.

Una de las iniciativas más impor-

tantes que ha surgido en este sentido es la plataforma MLS (Multiple Listing Service) que consiste en una bolsa inmobiliaria común que permite la cooperación entre oficinas y agentes de las redes pertenecientes a este sistema. Una de las mayores ventajas que ofrece el MLS es el ajuste del precio de la vivienda al contar con un aumento de la oferta.

El MLS supone la creación de un marco estable para el sector inmobiliario lo que propiciará una "normalización" del precio de la vivienda en nuestro país al disponer de una regulación y control de los precios. El compartir propiedades supone tanto una homogeneización de los precios como de la forma de trabajo, acercándose a una mayor profesionalización.

Otra de las ventajas fundamentales de este tipo de acuerdos reside en la posibilidad de ofrecer una mayor estructura con una menor inversión. Así, tanto el empresario como el cliente pueden disponer de una amplia red que le ofrecerá un gran abanico de opciones al mejor precio.

Una última consecuencia de los acuerdos empresariales es que propician una mayor transparencia en el sector en el que se desarrollan.

El MLS lleva funcionando en Estados Unidos desde los años 40 y actualmente el 90% de las transacciones inmobiliarias de este país se realizan a través de este sistema. En España, funciona desde 2002 y ha ido creciendo paulatinamente tanto en cuanto al número de redes que la componen como de transacciones compartidas.

En definitiva, se extiende con rapidez entre nuestros directivos y empresas la "cultura de cooperación" entre diferentes empresas ya que se ha convertido en una de las claves para el éxito empresarial.