

¿POR QUÉ Y CÓMO DESARROLLAR UN ECOSISTEMA DIGITAL PARA LA MINERÍA?

Por Roberto Mora,
académico en SDU & socio director IMI B2B



“ Los beneficios de un ecosistema digital son para todos y así también los sacrificios. ¿Están todos los actores preparados para ello? El tiempo lo dirá. ”

El futuro de los negocios B2B, incluido la minería, está ligado a la capacidad de diseñar e implementar una transformación digital exhaustiva de las empresas y actores relacionados a la cadena de valor. Adoptando una orientación a los múltiples grupos de interés (*stakeholder orientation*), una respuesta inherente a esta tendencia digital y de pensamiento de alto-orden (sistémico), es el desarrollo de ecosistemas digitales donde diversos actores como: proveedores, reguladores, clientes directos, clientes indirectos, asociaciones gremiales, comunidad, universidades, entre otros, puedan interactuar de forma semicontinua.

El desarrollo de un ecosistema digital para minería depende de tres elementos claves: (1) plataforma digital, (2) complementadores, y (3) mecanismos de co-creación de valor. Primero, la plataforma digital debe ser controlada por un actor que tenga los intereses de la industria minera (como un todo) como prioridad absoluta. Este actor puede ser un privado o ente público que tenga la motivación de vincular a todos los actores de interés, con el objetivo de maximizar los beneficios sociales, económicos y ambientales del ecosistema bajo la lógica del equilibrio de Nash (sí, lo expuesto en la película Mente Brillante).

Segundo, los complementadores deben tener acceso a instancias de interacción con los nodos más fuertes de la red. El desafío es no menor, ya que tanto proveedores como clientes (faenas mineras) -en general- tienen una visión etnocéntrica de la industria. Por lo tanto, otros actores de interés pueden ser, erradamente, excluidos. Lo último destruye el potencial sistémico de desarrollo y desencadena una visión miope del ecosistema, limitándolo a interacciones diádicas.

Tercero, los mecanismos de co-creación de valor deben ser claros para todos los actores. Se debe modularizar la idea de valor-en-uso desde una perspectiva de innovación y una perspectiva de transacción. Por una parte, innovación debe sustentarse en un aprendizaje generativo y no solo adaptativo. Por otra parte, la transacción (proveedor-cliente) debe ser realizada de manera simple y expedita.

Los principales cambios de paradigma de los múltiples grupos de interés: (1) transparencia y resguardo de la propiedad intelectual, (2) privacidad y manejo de datos, (3) capacidad de análisis de datos sofisticada (más allá de los cálculos de rendimientos y control de KPIs), (4) *insights* basados en datos, (5) creatividad en marketing e innovación por sobre comunicación cosmética, (6) foco en oportunidades técnicas, complejas, y específicas por sobre las economías de escala, y (7) trabajar de forma inteligente por sobre trabajar de forma esforzada.

Estos cambios serán lentos y complejos. En la gestión de un ecosistema digital habrá colaboración y competencia, y por ende conflictos. Los beneficios de un ecosistema digital son para todos y así también los sacrificios. ¿Están todos los actores preparados para ello? El tiempo lo dirá.

nme

Nueva Minería y Energía



ROYALTY MINERO BAJO LA LUPA