



LAS FUENTES DE ECONOMÍA

Por Carlos Alberto Mejía C.
Consultor /Gerente

Un imperativo de la competitividad empresarial es la búsqueda de economías en los distintos frentes de la organización. En cada empresa existen diferentes oportunidades para generar economías, por lo cual en este documento solo hablaremos en forma genérica, a cada empresario le corresponderá el reto de decidir dónde están sus oportunidades.

Comencemos por decir que existen 6 tipos básicos de economías: 1. Las fundamentadas en el volumen, 2. Las que se originan en el alcance, 3. Las que provienen de la productividad, 4. Las que se obtienen por estrategia, 5. Las que surgen de la innovación y el desarrollo tecnológico y 6. Las que crea el uso de las tecnologías de información. Veamos brevemente cada una de ellas:

1. Economías que dependen del volumen

En este caso hablamos de temas relacionados con la escala de producción y/o con la dilución de la infraestructura disponible. **Las escalas significan que al agregar volúmenes crecientes de producción se obtienen costos unitarios proporcionalmente cada vez menores.** Existen ciertos procesos industriales o comerciales donde sólo se justifica trabajar en gran escala para obtener precios razonables, el reducir la escala trae como consecuencia un elevamiento insostenible en los costos de producción. Este tipo de circunstancia se presenta, por ejemplo, en ciertas industrias químicas o en algunos artículos de comercio.

La dilución de costos se refiere a lograr emplear la misma infraestructura para fabricar mayores volúmenes de producción, con lo cual los costos fijos se disminuyen por cada unidad producida y mientras más se produzca, más dilución se obtiene.

2. Economías que se originan en el alcance

Este tipo de economías se producen generalmente por efectos comerciales, tales como la profundización de relaciones con el cliente, lo cual produce el efecto sinérgico de más productos con el mismo cliente. Otra situación semejante se presenta, por ejemplo, al ofrecer, en condiciones ventajosas, el cambio de una versión anterior por la nueva versión de un producto que se ha mejorado o al cual se ha innovado en alguna de sus características. **Esta estrategia prolonga la "vida útil del cliente" por el efecto de la recompra, ya que, generalmente, es más económico este "gasto promocional" que la creación de un nuevo cliente.**

Las estrategias financieras de descuentos por volumen o descuentos por pronto pago, en sí mismas tienen el contenido de economías de alcance y pueden ser herramientas poderosas para mayores ventas o ventas con mejor flujo de caja.

Los programas de fidelización de clientes, donde se ofrecen beneficios adicionales por las compras sucesivas, producen también economías de alcance al prolongar la relación con el cliente y evitar el influjo de la competencia con sus propias ofertas.

3. Economías que provienen de la productividad

Se trata en este caso de procesos de diseño sistemático o de mejoramiento continuo, que permiten reducciones significativas en uso de recursos físicos, tecnológicos, humanos y de capital (menores inversiones en infraestructura) empleados en la fabricación de un producto, reducción en tiempos de proceso (mayor productividad) o usos alternativos de la infraestructura disponible (optimización de capacidad instalada).

Muchos son los beneficios de actuar sobre los elementos generadores de mayor productividad, los cuales frecuentemente se obtienen por aplicación del conocimiento actual, el uso de mayor conocimiento o el empleo de nuevo conocimiento.

4. Economías que surgen de la estrategia

En este caso nos referimos a soluciones empresariales que se desarrollan con cambios en el modelo de negocios, como sería el caso de pasar de un esquema de ventas de producto a la oferta de servicios de arrendamiento con el mismo producto, por ejemplo. Estos mejoramientos suceden, cada vez más, con la intervención de otros, es decir, las llamadas alianzas estratégicas las cuales tienen como finalidad integraciones verticales (desde la producción de la materia prima hasta el producto final) o las integraciones horizontales (las cuales incluyen los servicios adicionales de financiación, distribución o servicios complementarios compatibles con el producto central).

También estrategias del tipo contratación de servicios de outsourcing, donde encontramos soluciones de mejor calidad y costo que las que somos capaces de proveer directamente, con lo cual integramos nuestra cadena de valor en redes de valor de mayor contenido y especificación, permitiéndonos la concentración en el negocio fundamental.

5. Economías que surgen de la innovación y el desarrollo tecnológico

Una poderosa fuente de economías se encuentra en el uso de innovaciones tecnológicas (nuevos equipos, procesos mejorados, materias primas con mejor especificación, etc.) las cuales, por sí mismas, generan reducciones significativas de costos, al punto de volver obsoletos ciertos procesos productivos tradicionales que quedan fuera de mercado por no ser competitivos.

Una circunstancia complementaria al uso de nuevas tecnologías es la presencia de productos sustitutos, definidos como aquellos que tienen diferente contenido pero cumplen con la misma función y aún superan en especificación al producto anterior.

Muchos son los ejemplos de productos que salen del mercado ante la presencia de sustitutos tecnológicos que capturan la atención de la clientela.



6. Economías por el uso de las tecnologías de información

Por otro lado, está el uso de las tecnologías de información (software, hardware, comunicaciones) las cuales son poderosas herramientas de procesamiento de información, programación y control de procesos productivos, desarrollo de conocimiento, generación de relaciones con los clientes, aplicaciones gerenciales, sistemas de calidad y productividad, administración de bases de datos, integración y prestación de servicios de soporte y comunicaciones de amplia cobertura y velocidad. **Baste mencionar el caso de las inmensas posibilidades del Internet para los desarrollos comerciales.**

Conclusión

Como se aprecia, las fuentes de economía son diversas y variadas y constituyen, por sí mismas, una importante estrategia de mejoramiento interno o externo y de elevamiento de la productividad. Vale la pena que cada empresa haga su propio inventario sobre dónde están las fuentes propias de economía y las vuelva parte de su programa de trabajo.

Planning S.A.

Copyright © Planning S.A. Todos los derechos reservados.

Acerca de Planning

Si desea conocer más sobre este tema, [pulse aquí](#)

Planning S.A. es una empresa privada colombiana que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrolla y comercializa modelos de planificación y evaluación de la gestión, dirigidos a satisfacer las necesidades de la dirección superior.

Servicios

Si desea conocer más sobre nuestros servicios de asesoría y sistemas de inteligencia, pulse en cualquiera de los links:

▪ [Consultoría](#) ▪ [Sistema de Inteligencia Monitor](#) ▪ [Sistema de Inteligencia Planner](#) ▪ [Otras publicaciones](#)

Recomienda a un amigo

Si usted desea que alguien más reciba esta publicación, [pulse aquí](#), para entrar a la página de referidos.



Si quiere cancelar su suscripción, [pulse aquí](#), y será removido de nuestra base de datos.

www.planning.com.co