



¿Y PARA QUÉ SIRVE LA PRODUCTIVIDAD?

Nº 1508

DOCUMENTOS PLANNING®

Por: Carlos Alberto Mejía Cañas
Consultor / Gerente

¿Por qué es importante la productividad?

Muchos autores han definido la productividad como el factor de desempeño de máxima excelencia empresarial, para favorecer el logro de la competitividad en el corto y el largo plazo, bajo el supuesto de que la calidad de lo producido o atendido sea también apropiada.

La productividad, genéricamente, se define como el incremento en la relación entre el resultado obtenido y el insumo utilizado, lo cual es un verdadero reto para cualquier empresa productora de bienes o servicios. La ingeniería, en los más diversos campos de actividad económica, ha demostrado que siempre existen formas distintas para producir un resultado, con mayores o menores costos y esfuerzos. Es la imaginación y la investigación la que permiten crear diferentes formas de hacer las cosas, unas más eficaces y otras no tanto. De hecho, la evolución de la ciencia y la humanidad surgen del progreso continuo en la productividad

Lamentablemente las personas, en general, se acostumbran a lo que saben y a como lo hacen y esto les niega la posibilidad de encontrar

nuevas y diversas soluciones, las cuales pueden ser mejores en términos del uso de los recursos empleados o de la cantidad resultante de los bienes producidos o los servicios atendidos.

Cuando hemos generado una solución y es satisfactoria en términos de mercado, tratamos mentalmente de aferrarnos a ella, lo cual, frecuentemente, condiciona la mente a reflexionar sobre nuevas soluciones con principios de valor comparables o mejorados.

¿Y para qué sirve la productividad?

Más productividad significa más capacidad de generar resultados incrementales, nuevas diferenciaciones o modelos alternativos que satisfagan la evolución de los gustos y la preferencia de los consumidores. Como también, más productividad, significa mayor rentabilidad por el mejor uso de esa capacidad y por reducir el costo unitario de lo producido o atendido. De hecho, detrás de una ganancia significativa en la productividad hay un cambio en la cultura y las costumbres de las personas y las empresas.

Si bien todos reconocemos las ventajas de la productividad, en la práctica,



pocas empresas trabajan formalmente en mejorarla en forma continua y sistemática en el corto y en el largo plazo. Algunas lo hacen ocasionalmente y otras, casi nunca.

La gran mayoría de las empresas trabaja en el mejoramiento y realce de sus productos o servicios actuales, más que en la transformación de sus procesos para elevar su productividad, sin caer en cuenta que al elevar la productividad se pueden crear las condiciones para el desarrollo de nuevos productos, nuevas variedades de producto, novedades o verdaderas invenciones, frente al contenido de valor de los productos actuales.

Curiosamente es el “poder” de la competencia, a través del lanzamiento de productos sustitutos o alternativos, o también los cambios en el entorno o en el mercado, los que fuerzan a las empresas a buscar nuevas soluciones de productividad. Al percibir el deterioro en sus ventas, en márgenes de negocios o en su rentabilidad empresarial, se crea la necesaria condición para reaccionar.

¿Cómo medir la productividad?

No siempre es fácil medir la productividad. Hay una gran diferencia cuando estamos hablando de producciones físicas tangibles y verificables en lo producido y lo utilizado, frente a servicios cuyo contenido es esencialmente intangible. Mientras más tangible es el bien o servicio, es más fácil entender y medir

la productividad (resultado obtenido / recurso utilizado).

Las mayores complejidades surgen de las actividades empresariales de carácter intelectual, es decir, las labores que dependen, como recurso disponible, de la capacidad intelectual de las personas, tales como su conocimiento y habilidades. Si el recurso disponible es “el cerebro”, ¿cómo sabemos si está mejorando su productividad? En este caso no es tan fácil saber cuál es la “producción adecuada” y cuál el “uso del recurso disponible empleado”, para calificar la productividad del conocimiento como razonable o mejorada, competitiva y rentable.

Con el tiempo y la experiencia las empresas del conocimiento, cuyo recurso son empleados generadores de soluciones o avances en el propio conocimiento, van generando ciertos estándares de desempeño en la “producción” del mismo, sin embargo, estos estándares suponen que los empleados tienen la misma “capacidad instalada” para producir ese conocimiento y eso, como se sabe, no es así.

En los próximos años la ciencia tendrá más avances para poder medir la productividad del conocimiento.

Lo cierto es que la productividad, en cualquier campo de desempeño, es un reto a la imaginación, por un lado, y, por el otro, invita a evitar la zona de



comodidad que significa aferrarse a los paradigmas anteriores.

Trabajar en el mejoramiento de la productividad debería ser parte de la cultura y las costumbres de los países, las regiones, las empresas, las comunidades y las personas. De hecho, el estado y las organizaciones podrían, como algunos lo hacen, realizar patrocinios y campañas para generar esa conciencia sobre el valor universal de la productividad como motor del desarrollo y el progreso.

Ahora, no se es productivo por el solo deseo de serlo, la productividad exigen disciplina, constancia e imaginación, cualidades que no siempre están presentes en la actitud cotidiana. Sería un buen punto de partida inculcar en

los jóvenes, desde su período de formación, el valor de la productividad como un valor superior y sin igual, que es capaz de transformar su vida productiva, sea en lo físico o en lo intelectual.

En muchos campos de la actividad humana, los recursos disponibles cada vez serán más escasos y las necesidades de soluciones eficaces también serán mayores, habrá más personas demandando nuevas, ampliadas o diversas soluciones. Sólo la productividad generará oportunidades para encontrar opciones estables y con la posibilidad de dar continuidad hacia el futuro.

No es mala idea pensar en ser más productivos.

Planning Agosto de 2015

Si desea conocer más sobre este tema, en Planning ofrecemos una consultoría sobre [Valor agregado eficiencia y productividad](#) que se adapta a las necesidades de su empresa.

Acerca de Planning

Planning es una empresa privada colombiana creada en 1997, que proporciona servicios especializados de consultoría e investigación, elabora publicaciones sobre estrategia y desarrollo 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 vínculos:

- ✓ [Competitividad y Estrategia](#)
- ✓ [Mercadeo Eficaz](#)
- ✓ [Valor agregado eficiencia y productividad](#)
- ✓ [Desarrollo de propuestas de valor](#)
- ✓ [Estrategia y Scorecard](#)
- ✓ [Inteligencia de Negocios](#)
- ✓ [Sistema Planner](#) - Costos, rentabilidad y gestión
- ✓ [Sistema Monitor](#) - Competitividad, estrategia y riesgo



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



Información de contacto: Para contactarse con nosotros [pulse aquí](#), escribanos a info@planning.com.co o llámenos al teléfono (574) 4120600 en Medellín.

Síguenos en:

