



DOCUMENTOS PLANNING

Publicación periódica coleccionable

EL FUTURO DE LOS COSTOS

Por Carlos Alberto Mejía C.
Consultor /Gerente

En la medida en que las economías se integren, los niveles de precios más bajos de los productores más eficientes se trasladarán por toda la geografía, generándose una corriente continua de menores precios de venta con mayor oferta de productos, con buenas especificaciones en términos de calidad y oportunidad de entrega.

Este comentario se siente con gran realismo por parte de muchos productores y comercializadores de bienes o servicios. **En general, la tendencia de los precios, tasas o tarifas en términos reales es a descender, día a día hay mayor número de ofertas de productos equivalentes o sustitutos, con características que cambian continuamente, y períodos de entrega que reducen el tiempo y la distancia en forma considerable.**

Para lograr competir exitosamente en un escenario que se vuelve cada vez más agresivo y desafiante, no basta con simplemente lograr reducir temporalmente los costos de la operación de una institución, de tal forma que se permita, al menos parcialmente, compensar el deterioro de los márgenes y la menor dinámica en los volúmenes. Por el contrario, es necesario desarrollar una estrategia de largo plazo que permita garantizar la producción de bienes o servicios con alta calidad y bajo costo, y simultáneamente elevar la productividad y obtener mejores estándares de eficiencia, tales que se traduzcan en mayores beneficios para los clientes, además de los precios competitivos.

No importa en qué segmento de mercado o qué tipo de servicio ofrezca su compañía, aún siendo una clientela sofisticada o exclusiva, también será altamente sensible a ofertas comparables de menor costo. El precio es una de las variables más potentes para garantizar la competitividad de una compañía y uno de los motivos más fuertes de compra en el mercado. La fidelidad del cliente no es sólo cuestión de atención, servicio y tradición, el precio hace mucho a favor de mantenerla y acrecentarla.

Es hora de construir una estrategia estructurada, fundamentada en el bajo costo, lo cual no significa productos mediocres, por el contrario, para producir con bajo costo se requiere producir con altísima calidad. Buena parte de los costos de una empresa se acumulan por mala calidad en los procesos, las materias primas deficientes, los equipos en mal estado, el mal entrenamiento del personal, los sistemas de distribución no sincronizados, etc.

www.planning.com.co

Calle 33A No.76-141 TEL: (574) 4120600 Fax 4131095 Medellín - Colombia



LA ESTRATEGIA
DEL CONOCIMIENTO

Los bajos costos permiten fijar precios de venta también bajos o, al menos, comparables a los de los competidores más fuertes. **Trabajar con bajos costos es una estrategia de gran calado, un reto a la inteligencia y a la capacidad profesional. Es en sí una cultura, saber hacer las cosas bien, en el tiempo y con el costo más razonables posibles.**

Es frecuente en nuestro medio que cuando se habla de bajar los costos es porque se atraviesa un momento de debilidad en los resultados. Así, se piensa en campañas de reducción de gastos, las cuales se asocian con períodos temporales de restricciones en muchas erogaciones. Generalmente, también, las decisiones de disminución de gastos son hechas en forma indiscriminada, autoritaria, no planeada, sin gran análisis y efectos prácticos de baja significación. Durante estas etapas, se paralizan muchos programas de desarrollo, planes comerciales, y diversas actividades, las cuales se reanudan cuando los resultados mejoran.

Esta conducta no es, por supuesto, una estrategia de bajo costo. Es sólo una táctica de respuesta, que puede producir efectos de cortísimo plazo pero que termina por minar la seguridad del personal sobre cómo debe realmente obrar y es en sí misma una costosa forma de desarrollar diferentes planes y programas. Los frecuentes pare y siga, se convierten en un verdadero atentado para el crecimiento y desarrollo armónico de una organización.

Una estrategia se caracteriza por su permanencia, es una decisión que se toma por anticipado para ser desarrollada en el largo plazo. Hay que trabajar duro, persistir, creer y defender la estrategia para que puedan obtenerse sus frutos. Es una tarea que compromete el pensamiento y la acción de toda la organización. No es resultado de reflexiones impulsivas o de condiciones de coyuntura.

La estrategia de bajos costos tiene por fin la producción de bienes o servicios con especificaciones de calidad al menor costo posible. Este es un esfuerzo empresarial complejo. Requiere tiempo, inversión, excelente tecnología, gran entrenamiento en el personal y, por supuesto, mucho de imaginación e innovación en el estilo de administración.

Bajo costo no es pobreza, ni mal gusto, ni poco importante, es la esencia de la competitividad en muchos sectores económicos. **Es un reto profesional de enormes proporciones, en el fondo significa hacer mejor las cosas que los competidores comparables, en forma más eficiente y productiva. Es una cultura.**

Para lograr excelencia en el manejo de los costos se requiere, entre otras cosas, disponer de excelentes procesos gerenciales, idóneos sistemas de información de costos y medición del desempeño, moderna tecnología, políticas de compras que permitan alianzas con los proveedores, entrenamiento continuo del personal, sistemas electrónicos o telefónicos de distribución de servicios, conciencia de no desperdicio, uso óptimo de los recursos, una excelente planificación de los proyectos y una gran coordinación de las actividades. Pero, lo más importante es una actitud, percibirlo como un reto y trabajar continuamente para lograrlo.

Las empresas que desarrollan una estrategia basada en los costos obtienen grandes recompensas. Existen mayores oportunidades para mejorar su participación en el mercado, dados sus precios, la calidad y la oportunidad de entrega de sus productos. La clientela sentirá gran bienestar al percibir la eficiencia de ese competidor; por sí misma se convierte en una fuente de diferenciación. **El premio que obtiene quien trabaja una estrategia de bajos costos con relación a los de los demás competidores, son márgenes netos mayores ya que se ven incrementados por su eficiencia.** De allí podrán derivarse amplias fortalezas financieras, administrativas, capacidades de inversión y, lo más importante, una gran facilidad para generar soluciones novedosas, dada su alta calificación como productor eficiente de bienes o servicios.

En el escenario que el futuro sugiere, con una fuerte y agresiva competencia nacional e internacional, no es una mala idea trabajar una estrategia de costos. No es una tarea fácil, es un verdadero desafío, hay que tomar decisiones, en ocasiones muy difíciles porque significan romper con muchas costumbres del pasado, pero bien vale la pena.

Independientemente de los mercados que atienda y los productos que disponga en su portafolio, siempre será mejor enfrentar a su competidor si usted lo aventaja por sus costos más bajos, su mayor eficiencia y la comparable calidad de sus productos y servicios. La estrategia de bajo costo significa un buen futuro.

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