



DOCUMENTOS PLANNING

Publicación periódica coleccionable

¿CÓMO INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EMPRESARIAL?

Por Carlos Alberto Mejía C.
Consultor /Gerente

En la economía mundial, caracterizada cada vez por mayores niveles de competencia, se concibe la productividad como una de las más importantes soluciones empresariales para la generación de la riqueza y el crecimiento. Existen cinco frentes, claramente vinculados, los cuales apoyan el elevamiento de la productividad en los negocios. Se pueden encontrar fuentes de mejoramiento de la productividad en aspectos de tipo: operativo, comercial, de uso del capital, del conocimiento y de la innovación, todo lo cual constituye la base del éxito futuro para las compañías. Veamos algunos comentarios sobre cada uno de ellos:

A. La productividad operativa

Se refiere al uso apropiado de los recursos humanos, tecnológicos y físicos empleados en el proceso productivo, para lograr:

1. La generación de **altos estándares de calidad** en los sistemas de producción y distribución y en el servicio postventa, para cada uno de los artículos o servicios entregados al mercado, lo cual se logra mediante un diseño riguroso de los procesos, el uso de materias primas y equipos adecuados, y un personal capacitado y entrenado, quien está motivado para el logro de esos estándares.
2. Sistemas de producción y atención con excelentes especificaciones en términos **de eficiencia y productividad**. La eficiencia se refiere al costo de lo producido y la productividad, a la cantidad. Mientras más bajo costo tengamos, sin pérdida de calidad, más competitivos seremos en el mercado. Por su parte, si elevamos la productividad, estaremos incrementando el retorno por unidad de inversión, ya que con una misma inversión seremos capaces de producir más cantidad. La eficiencia y la productividad mejoran especialmente con el uso de modernas tecnologías que elevan el rendimiento de los procesos productivos o intelectuales.
3. El mercado exige hoy la satisfacción de los clientes, con bienes y/o servicios cuyo **precio de venta sea muy competitivo**. El público se ha volcado hacia una compra más racional y con alta conciencia sobre el precio, como uno de los elementos del valor percibido.

www.planning.com.co

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



LA ESTRATEGIA
DEL CONOCIMIENTO

B. La productividad comercial

Se trata de encauzar los esfuerzos comerciales hacia el logro de dos objetivos fundamentales:

1. Tener más productos vendidos y una base mayor de clientes, de tal manera que a cada momento se incrementen la participación en el mercado (el número de clientes atendidos frente al mercado potencial, es decir, la penetración de mercados) y el número de productos suministrados a cada cliente (la profundidad en la relación con el cliente).

2. La fidelización de los clientes es una de las preocupaciones más fuertes en términos del desarrollo de un mercadeo eficaz: ¿cómo lograr que la satisfacción de las necesidades del cliente hoy, se convierta en un proceso continuo de satisfacción de hacia el futuro, volviendo la relación de ocasional a permanente?. Para todos es claro que es más caro el costo de adquisición de un nuevo cliente que la atención de un cliente tradicional. Los programas sobre “cliente frecuente y cliente consentido” son de mutuo beneficio para la empresa productora y para el consumidor.

C. La productividad del capital

No basta ser eficiente y productivo en las operaciones o en la comercialización de los productos de la empresa, detrás de esos esfuerzos está el uso del capital. Todas las inmobilizaciones de dinero que la empresa realice en activos de diferente orden significan uso de fondos y costo de capital. Obviamente, mientras más costo financiero se tenga y no se genere en contraprestación mayor eficiencia y productividad comercial y operativa, la productividad global de la empresa, medida por la generación de valor, disminuirá. Frecuentemente en las compañías, muchos de los empleados no son conscientes del costo de capital y toman decisiones que consultan más lo operativo o lo comercial, pero sin ser precavidos sobre las implicaciones que tienen esas acciones desde el punto de vista del uso de fondos y del costo del capital.

D. La productividad del conocimiento

Las organizaciones requieren tener conocimiento para elevar su productividad: nuevas tecnologías, materia primas alternativas, procesos cambiantes, desarrollo de habilidades, innovaciones de producto, cambios en la cultura, alteraciones en las condiciones de mercado, modificaciones en los hábitos de compra, fenómenos políticos y sociales, etc., son muchos de los campos en los cuales es necesario mantenerse al día para generar conocimiento y volverlo una opción de mayor competitividad empresarial. Para ello se requiere que el conocimiento sea productivo y llegue a toda la organización. **En nuestras empresas se crean repositorios del conocimiento y se asumen conductas aisladas, lo que impide que el conocimiento fluya.** Las iniciativas sobre la gerencia del conocimiento, las mediciones del capital intelectual, el análisis de competencias, el coaching y el empoderamiento van en la dirección de extender el uso del conocimiento y desarrollar, en forma óptima, las habilidades de las personas.

E. La productividad en la innovación

www.planning.com.co

En este caso nos referimos a la dinámica del mercado y de la competencia en el campo de la innovación: el estudio permanente de las condiciones del mercado, la evolución en las tendencias, en los competidores, en nuevas tecnologías, en sustitutos tecnológicos, en nuevos productos, etc., son la base para un proceso continuo de innovación. La innovación asegura la vigencia de la empresa en el mercado y evita que se pierdan los esfuerzos anteriores sobre productividad, eficiencia, calidad y fidelización. Las fuentes frecuentes de innovación se encuentran en los productos, en los procesos o en la propia organización.

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