

Nuevo Management

Reconceptualización empresarial, innovación y cambio personal

Reciclar las fábricas

El acortamiento de los ciclos de vida de los productos (bienes) plantea nuevos retos a las empresas industriales.

A nivel mundial se está incrementando notablemente el gasto en investigación y en desarrollo (I+D), especialmente por la emergencia de los países más poblados como los del BRICS (Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica), pero se está incrementando más aún la mentalidad emprendedora y la mentalidad innovadora que representan los mayores cambios en nuestra forma de vida y en el progreso de la especie humana.

Este incremento de la innovación, junto con el abaratamiento de las iniciativas empresariales derivadas de las enormes posibilidades de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC), hace que gran parte de los productos industriales (bienes) tengan un ciclo de vida muy corto.

Un caso actual, conocido popularmente, lo constituye las bombillas con tecnología LED (light-emitting diode: 'diodo emisor de luz'). Las bombillas LED consumen entre 5 y 6 veces menos que las incandescentes. Las de bajo consumo consumen algo menos de la tercera parte que las normales. Las incandescentes duran unas 1.000 horas, las de bajo consumo unas 3.000 horas y las LED unas 40.000 horas. La tecnología LED es una tecnología social ya que ha permitido extender la luz a zonas pobres, debido a su bajísimo consumo que posibilita su utilización con paneles solares muy baratos.

Precisamente esta mayor duración que las tecnologías anteriores, supone una gran dificultad empresarial. Si tenemos en cuenta dos posibles estrategias básicas nos daremos cuenta de ello.

La primera estrategia consistiría en ajustar el precio a los costes de producción, de esta manera venderemos más y aceleraremos la transición de las bombillas incandescentes (normales) y de las fluorescentes a las de tecnología LED, pero una vez saturado el mercado, la mayoría de nuestras ventas serán para reponer las bombillas que ya no funcionen, por lo que venderemos menos. Esta estrategia nos obligaría a aumentar nuestra capacidad de producción invirtiendo grandes sumas de dinero en fábricas y en contratar personal que, cuando

saturemos el mercado, tendremos que despedir con los problemas que ello supone.

La estrategia contraria sería mantener precios altos para vender menos y prolongar el negocio. Tenemos la ventaja de tener que invertir menos en fábricas y en personal, así como de tener un mayor margen de beneficio. El único inconveniente consiste en tener un menor volumen de negocio.

Por otro lado, lo que haga la competencia nos permite acercarnos más a una estrategia o a la contraria.

Una vez se alcance cierto nivel de saturación del mercado, tendremos que disminuir la producción y despedir operarios, pero además ¿qué hacemos con las fábricas que ya no necesitamos?

Podemos vender las fábricas por poco dinero o reciclarlas para venderlas por más dinero o para fabricar otros productos. Podemos realizar una amortización acelerada, si nos lo permiten las siempre desfasadas leyes y debemos tener en cuenta las trabas legales -contables, desinversión, EREs, etc.- que desaconsejan que se fabrique en Europa. Son decisiones complejas que adquieren una mayor complejidad por los cambios en el mercado producidos por la competencia o por productos sustitutivos. Igual que la tecnología LED está haciendo desaparecer a la tecnología incandescente y a los fluorescentes, en cualquier momento puede aparecer otra tecnología que elimine la LED porque así es el progreso.

El reciclaje, el cambio continuo, la sostenibilidad, la innovación y el progreso, son principios de la Nueva Conciencia, del Nuevo Orden Mundial (no conspirativo) y del **Nuevo Management**; es decir, de los modelos de la actual Era de la información.



@NuevoManagement



nm@nuevomanagement.com