

LA INFORMACIÓN COMO FACTOR PRODUCTIVO

LA TEORÍA ECONÓMICA CONVENCIONAL DEFINÍA LA EXISTENCIA DE MERCADOS DE FACTORES ARTICULADOS EN TRABAJO, TIERRA (O RECURSOS NATURALES EN GENERAL) Y CAPITAL. La operación de los mercados de factores, en esa visión, define las funciones de producción óptimas sobre la premisa de la maximización de la utilidad o la igualdad del costo marginal de los factores al ingreso marginal. (10)

Sin embargo, en los análisis usuales no se incorporó dentro de los mercados de factores a la información. (11)

En muchas ocasiones se asumió que la información era simplemente un costo más de transacción dentro de la operación de los otros mercados.

Sin embargo, la configuración de la economía moderna ha convertido a la información en otro factor productivo, al menos por un par de razones.

La primera tiene que ver directamente con la densidad de información o conocimiento, contenidos

en cada bien o servicio. La productividad del trabajo ya no deriva sólo de la intensidad del uso del capital sino de la información asociada al proceso productivo existente, entendido en un sentido amplio.

Un trabajador que labora en una empresa con un sistema de información gerencial desarrollado, con un sistema de información de mercados robusto, con un sistema de información laboral adecuado, va a convertirse en un trabajador más productivo que otro con sus mismos atributos individuales pero que labore en una unidad económica en la que no se aprovechan esas ventajas de la información.

Aunque pudiera existir la tentación de subsumir el concepto información dentro del factor capital, en realidad se ha vuelto tan importante que debe valorársele de manera independiente.

La otra razón por la cuál la información se convierte en un factor productivo tiene que ver directamente con las decisiones de operación de los mercados. Los sistemas

de precios son, en realidad, mecanismos de información.

En la economía clásica, los precios se conocían acudiendo directamente a los mercados a realizar transacciones. En los sistemas modernos, existe toda una tecnología que nos permite tener acceso a ellos.

Si los precios son los datos que inducen la asignación de los recursos, será factible que alguien que tenga un sistema de acceso a la información de precios más completo, tenga instrumentos que le permitan tomar decisiones de asignación de recursos más cercanas al óptimo.

Quien carezca de los sistemas para conocer la formación de precios en los mercados en los que opera tomará decisiones de asignación que tendrán mayor probabilidad de error y por lo tanto tendrá un costo de oportunidad.

Los ejemplos que se pueden poner respecto al uso de los sistemas de información para la toma de decisiones son múltiples. Cuando se

revelan los datos que trimestralmente reportan las empresas en los mercados de capitales, los inversionistas que tienen la capacidad para acceder de manera inmediata al conocimiento de esos resultados pueden determinar de manera casi instantánea el probable comportamiento de los precios del título correspondiente y sobre esa base se pueden tomar decisiones.

Quien tenga que esperar horas o un día entero para obtener la información que se hace pública a través de sistemas de información que distribuyen ésta en tiempo real, pagará un costo por el hecho de no haber podido tener la información rápidamente.

Sin embargo, la función de la información trasciende la operación de los mercados financieros y tiene que ver también de modo directo con el aparato productivo.

Los modernos sistemas de manufactura (just in time) operan con niveles de inventarios muy bajos, por lo que la entrega puntual y oportuna de los insumos se con-

vierte en un factor determinante para dar continuidad al proceso. Una información incorrecta respecto a los pedidos de materias primas, o bien, un pedido que se genera a destiempo puede implicar la paralización por minutos u horas de líneas de producción, con los costos que ello implica.

Hay algunos ejemplos muy vivos del uso de la información en las decisiones de producción y distribución.

La empresa de confección *Zara* ha sido uno de los fenómenos empresariales más impactantes del mundo en las últimas décadas. La corporación española se define a sí misma, no como una empresa de ropa o de moda sino como una empresa de logística.

De hecho, la logística como un todo, tiene como columna vertebral los sistemas de información.

En el caso de *Zara*, la información se convierte en la materia prima más importante del proceso productivo. Bajo la premisa de que la moda es un producto perecedero,

los sistemas de operación de esta empresa le conceden a la recolección de datos, respecto a las preferencias del consumidor, un papel protagónico.

Cada compra realizada en las tiendas es registrada y con ella se va procesando un perfil del gusto de los consumidores en determinado mercado. En la medida que se detectan o confirman patrones, se desencadena un proceso de producción para poder colocar, en el muy

EN LA ECONOMÍA CLÁSICA, LOS PRECIOS SE CONOCÍAN ACUDIENDO DIRECTAMENTE A LOS MERCADOS A REALIZAR TRANSACCIONES. EN LOS SISTEMAS MODERNOS, EXISTE TODA UNA TECNOLOGÍA QUE NOS PERMITE TENER ACCESO A ELLOS.

corto plazo, una mayor cantidad de los productos por los cuáles los clientes han mostrado sus preferencias.

La información llega de inmediato a las plantas y las prendas se procesan en función de los datos que se reciben. La entrega se hace de inmediato con objeto de evitar que el cambiante gusto de los consumidores vaya a hacer obsoletas las prendas que están mostradas en los anaqueles.

El crecimiento del corporativo *Inditex*, cuyo buque insignia es la marca *Zara*, es uno de los mejores ejemplos de cómo la información se convierte en los sistemas de mercado que hoy tenemos, en un factor productivo que aporta tanto valor como el trabajo o el capital. (12) Otro de los casos de obligada referencia respecto al uso de la información como un factor productivo es el caso de *WalMart*. La cadena de supermercados más grande del mundo se convirtió en responsable de buena parte del crecimiento de

la productividad de la economía norteamericana durante la década de los noventa. La razón fue la automatización de los sistemas de abasto y entrega a las tiendas al menudeo.

Cada transacción realizada en cada tienda del corporativo *WalMart* se envía a través de sistemas satelitales a las oficinas centrales. Así se registra el movimiento y con ello se desencadena un proceso motivado por la información pues después de cierto número de ventas se genera automáticamente un pedido al proveedor correspondiente.

La cadena de información se extiende desde el consumidor hasta el proveedor, pasando por el distribuidor. En el caso de una empresa del tamaño de *WalMart*, además, se obtiene información respecto a los proveedores que ofrecen los costos más bajos en una red que abarca prácticamente todo el mundo.

El volumen, la oportunidad y la precisión de la información con la que opera el negocio de ventas al

menudeo se convierte así en la clave de la rentabilidad y el crecimiento de *WalMart*, que en el caso de México se ha transformado por mucho en la cadena comercial más importante del país, aunque de hecho lo es del mundo entero. (13)

**LA INFORMACIÓN SE
CONVIERTE EN LOS SISTEMAS DE MERCADO
QUE HOY TENEMOS, EN
UN FACTOR PRODUCTIVO
QUE APORTA
TANTO VALOR COMO
EL TRABAJO O EL CAPITAL.**