

# De la producción en masa al segmento “tamaño uno”

18 de febrero de 2015

Hace décadas el marketing descubrió la segmentación, no todos los consumidores son iguales ni necesitan la misma oferta. Más recientemente se empezó a trabajar con el llamado “segmento tamaño uno”, buscando satisfacer necesidades individuales.

Últimamente, en base al desarrollo del “Mundo es Plano”, hábilmente descrito por Thomas Friedman el 2005, y de la ampliación de la cobertura de internet y las redes sociales, los individuos y empresas emergentes están creando un nuevo desarrollo de mercado en el que las relaciones de compra-venta de servicios y bienes se empiezan a tranzar por canales no tradicionales, uno-a-uno, de continente-a-continente. Esto abarca servicios de alojamiento no-hoteleros, uso de automóviles, servicios de transporte, laboratorios comunes e impresiones 3D entre otros. Esto se denomina “economía compartida” (sharing economy) o también “economía austera”.



El advenimiento y extensión de este desarrollo ha sido potenciado por la crisis económica del 2008, los altos niveles de desempleo en Europa y el aumento de la conciencia sobre la necesidad de evitar el desperdicio de recursos. Ver, por ejemplo el artículo de Naviradjou y Jaideep Prabhu de Project Syndicate: [El auge de la economía austera](#).

Este desarrollo tiene un especial atractivo para el empoderamiento de los emprendedores, de ciudadanos comunes y corrientes, que empiezan a desarrollar una nueva forma de vida y de generación de ingresos, en un mundo que con el avance de la llamada “tercera revolución industrial”, con la digitalización y la robotización, está amenazando las formas tradicionales de empleo. Ver en **Lampadia (L)**: [Apuntes para la creación de empleo al 2034 \(I\)](#), [Apuntes para la creación de empleo al 2034 \(II\)](#) y [La Tercera Revolución Industrial](#).

Efectivamente, en el mundo que se viene, se estima que la industria ya no será la fuente tradicional de empleo. La tecnología reemplazará muchos oficios de gente de escasa formación y, también, de especialistas de renombre local que tendrían que competir con expertos globales, en actividades que van desde la interpretación de imágenes médicas hasta lecciones de economía en línea.

Ya hemos comentado que, en principio el Perú tiene la suerte de contar con ingentes reservas productivas, en todos los sectores que no hemos sabido desarrollar hasta ahora como: La forestería y sus derivados y la energía. Los yacimientos mineros que si no ponemos en producción relativamente pronto, terminarán con cruces (como en las carreteras por los accidentes mortales) “aquí yace Conga”, “aquí yace Tía María” o “aquí yace el lote 108”. La acuicultura, la multiplicación de la agroindustria, los bionegocios y el turismo.

En el nuevo mundo productivo es posible imaginar a un zapatero de Comas que con inversiones cada vez más asequibles como una Tablet, un escaneador y una impresora 3D (que además podría compartir con otros), pueda hacer zapatillas personalizadas a pedido. Es decir, él tendría en su archivo los scans de los pies de las señoras más ricas de Lima, las cuales podrían llamarlo por la mañana para que les fabrique unas zapatillas ad-hoc para celebrar el cumpleaños de su nieto, con su nombre grabado, etc., y que en un par de horas pueda hacer el delivery a San Isidro, cobrando varias veces más del precio que recibe por los zapatos que hoy vende en la puerta de su casa-taller.

Además, el Perú, con la creatividad de su gente, con ese excluido sector informal, con su vocación por el emprendedurismo, está listo para potenciar todos estos desarrollos. Lamentablemente, en vez de que nuestra clase dirigente esté vislumbrando como convertir nuestro potencial en desarrollo efectivo, sigue mirando el retrovisor y jugando al pierde-pierde en disputas patéticas de poder, cargadas de soberbia y de los mayores posibles niveles

de irresponsabilidad. Ya lo hemos dicho, esperamos que después del Carnaval, venga la Pascua. [Lampadia](#)