

Economías de escala y apalancamiento operacional en la producción y venta de productos alimenticios de consumo masivo, una propuesta

Jorge Enrique Bolívar Farías¹

Resumen

La creación de micro, pequeñas y medianas empresas, está motivada por buenas ideas y personas dispuestas a emprenderlas, pero en algunos casos la restricción principal, que es el valor del capital necesario, hace que las ideas se queden solamente en teoría.

Se debe tener presente que en muchas ocasiones la barrera financiera no permite la iniciación y puesta en marcha de especiales ideas empresariales, que son producto de la visión de nuevos profesionales venidos de familias de recursos escasos, los cuales, por esta limitante, frenan ideas de especial importancia, y así mismo, desvirtúan el ofrecimiento y aporte a la productividad empresarial, a la generación de empleo y al mejoramiento socioeconómico del país.

Con esta investigación, se quiere destacar que cuando hay ideas importantes demostrables, que puedan inquietar algunas instituciones y entes públicos o privados, pueden y sirven como base para el complemento financiero requerido y permiten intercambiar ideas y aspectos técnico-científicos y financieros particulares, los

¹ Economista - Abogado Docente Universitario

cuales permiten apuntar al complemento y puesta en práctica temas de las ciencias empresariales.

Es de especial importancia el estudio de estos temas, dado que motivan verdaderamente a fijar ideas tecnológicas y profesionales a la puesta en marcha de la creación y reactivación de procesos productivos, así sea, familiarmente o a través de micros, pequeñas o medianas empresas formales, que en principio no exigen grandes montos de capital y que si son viables de llevar a cabo deben permitir y lograr independización, con

ideas y aportes significativos en beneficio de la sociedad, contando con los medios y estructuras donde se desenvuelvan.

El verdadero valor agregado que se suministre a las ciencias se debe cualificar y cuantificar con temas que, llevados a la práctica, demuestren la viabilidad de proyectos empresariales productivos y de beneficio social.

Palabras clave: economía de escala, competitividad, apalancamiento, operacional, productividad, calidad, precio.

► Introducción

La presente reflexión pretende enunciar, destacar y comprobar las bondades de aplicar economías de escala, complementadas y cuantificadas con apalancamientos operacionales en los procesos de producción, donde las empresas del sector industrial, particularmente las manufactureras que se dedican a la producción y venta de bienes alimenticios de consumo masivo, permiten cualificar y cuantificar los resultados financieros, fijados en la utilidad operacional que se determina periódicamente.

Siendo la empresa la unidad motora que ofrece la infraestructura básica productiva para poner en marcha las distintas etapas que conforman la organización administrativa y empresarial (Carro & González, 2007), permite así mismo, el desarrollo estable de la gestión gerencial, al contar con el valioso recurso humano calificado y sus respectivas habilidades profesionales.

La aplicación de economías de escala en la fábrica en particular y en la empresa en general, conlleva basarse en la estructura de costos de producción y en los gastos administrativos (Mankiw, 2012), los cuales de acuerdo a su clasificación general en fijos y variables y a partir de la aplicación del apalancamiento operacional y sus respectivas variaciones (Horngren *et al.*, 2012), permitirán conocer y evaluar el número de unidades producidas y vendidas a partir de las cuales se generan nuevos valores de utilidad operacional, en relación directa al incremento de unidades producidas y vendidas periódicamente.

Esta teoría demostrada en la práctica conlleva la participación de profesionales empresariales, responsables de la organización de la fábrica y las dependencias administrativas, los que, con sus conocimientos técnicos, permiten su aporte importante y oportuno.

El profesional industrial que, bajo el conocimiento estricto de las etapas del proceso de producción, debe permitir conocer en detalle la cantidad y calidad de los factores de producción, orientados bajo supervisión especializada (Arrieta, 2002), es quien debe responder por el cumplimiento y evaluación del respectivo proceso.

El profesional financiero participa de manera importante en la clasificación de los costos fijos y variables, que hacen parte directa del producto final una vez desarrolladas las respectivas etapas que comprenden el proceso de producción.

El profesional economista debe fijar los aspectos particulares al interior de la empresa, como son el valor de la inversión de la fábrica, los costos representados en la nómina de los operarios, el área utilizada para la producción y los costos en que se incurre, y en general, los costos totales de la producción y el costo por unidad producida; datos que una vez clasificados en fijos y variables corroboran la información básica para determinar la estructura de costos.

La aplicación del apalancamiento operacional, que a su vez permite destacar y cualificar las economías de escala en el proceso de producción, distribución, comercialización y consumo de bienes alimenticios (Mankiw, 2012); se comprueba con demandas cada vez

más escalonadas y crecientes, por parte de los consumidores finales.

Una vez ubicada la información básica requerida para determinar las adecuadas economías de escala a través del respectivo apalancamiento operacional, el profesional especializado debe calificar y cuantificar el valor agregado en las nuevas producciones, reflejado igualmente con las nuevas ventas en el mercado.

Importantes aspectos que se deben resaltar provienen de la participación efectiva de los profesionales, donde se pueden evaluar los cambios positivos para una empresa en crecimiento, generando trabajo formal, participando en el aumento del ingreso de los consumidores activos y potenciales, y a su vez, logrando la ampliación de la cobertura del mercado de bienes alimenticios de consumo masivo. Destacándose así, la participación en la disminución de la tasa de desempleo, el aumento del ingreso nacional y el crecimiento del producto bruto interno (PIB), cuantificado como valor agregado de la economía productiva del país (Mankiw, 2012).

Finalmente, despiertan especial interés estudios como el presente, para llamar la atención a los nuevos profesionales de las disciplinas empresariales, buscando de esta forma generar emprendimiento por crear o participar en forma organizacional, directiva y financiera en la empresa privada; aportando principalmente los nuevos conocimientos que redunden en forma positiva y prospectiva a la solución de los diversos problemas socioeconómicos que viven nuestros países en vía de desarrollo.

El problema de investigación

La propuesta analítica hace parte de la línea de investigación “Arquitectura Financiera y Regulación Económica”, basados hipotéticamente en los conocimientos científicos demostrables y aplicables, al crecimiento y desarrollo de la economía del país.

Los cambios que se sugieren a la organización administrativa y de producción de la micro, pequeña o mediana empresa, cuyas características y modelos se basan en los conocimientos teóricos con los profesionales dedicados a esta temática, determinan los aspectos positivos que se desprenden del conocimiento teórico y la aplicación de economías de escala a las estructuras de costos con sus efectos innovadores como explica Díaz Muñoz *et al.*, (2021), que permitan nuevas directrices en la producción y venta de productos de consumo masivo, particularmente de bienes alimenticios.

Por lo tanto, la estructura física, ocupacional y logística, debe permitir aplicar apalancamientos operacionales, basados en la estructura de costos, de tal manera que los cambios sugeridos generen valor agregado y una vez determinado el resultado operacional, se puedan destacar para el efecto los cambios sugeridos en las dependencias fundamentales de producción y ventas de la empresa.

Los aportes básicos de cada una de las disciplinas profesionales en el inicio o expansión de los entes económicos de pequeña escala corresponden a los retos que exigen la puesta en marcha de las ideas e iniciativas con experiencia laboral,

que incluyan y conecten a las nuevas generaciones de empresarios exitosos, en la positiva participación del nivel de vida de la sociedad colombiana.

Propuesta general

Determinar cómo las capacidades de las personas de diferentes disciplinas profesionales, que se relacionan estrechamente con la función económico – social de las empresas, pueden fundamentar la importancia del talento humano a la creación y ampliación de las micro, pequeñas y medianas empresas formalmente organizadas.

Bajo este objetivo, se aplicará el método racional deductivo, de tal manera que se parte de las generalidades y bondades de las economías de escala aplicadas en las empresas, sus incidencias en la cobertura del mercado y su complemento con la aplicación del apalancamiento operacional al interior de las mismas empresas, calificando y cuantificando los resultados financieros particulares.

Las economías de escala en productos de consumo masivo

Una de las diversas variables que ofrece la economía, como ciencia social aplicada, en buena parte a la solución de los problemas de consumo, viene dado por la puesta en marcha de las economías de escala (Mankiw, 2012) en la producción, distribución, comercialización y adquisición de bienes, con el fin de satisfacer necesidades básicas de las personas a través de la adquisición de productos alimenticios.

Las economías de escala en la producción de un bien se presentan dentro de la empresa como resultado de la ampliación de la producción, que se incrementan donde la eficiencia es mayor. Igualmente, se presentan en las empresas que provienen de la especialización y división del trabajo entre el personal de la fábrica y los demás empleados, cuando hay significativos costos fijos de diseño, investigación y desarrollo de productos (Carro & González, 2007).

Las economías de escala son las que se generan cuando al integrarse diversas empresas ya sean micro, pequeñas o medianas, disminuyen los costos de financiamiento, o cuando es posible hacer economías debido a la participación de ciertos procesos tecnológicos que obligan a utilizar materias primas o servicios técnicos semejantes y competitivos a precios razonables (Díaz Muñoz *et al.*, 2021).

Paralelamente, se puede decir que las economías de escala se fundamentan en la mejor y oportuna utilización de los elementos productivos al interior de la empresa, fundamentados en los recursos humanos, físicos, financieros y tecnológicos (Cuatrecasas, 2005). Los cuales se aplican con el fin de generar la mayor productividad en las diferentes etapas de la producción, buscando como resultado final la mejor calidad y costos racionales en el mismo proceso productivo.

Los bienes elaborados con la calidad posible de verificar y evaluar hacen que los productos comestibles de consumo masivo le permitan a la micro, pequeña o mediana empresa formal, competir en forma importante dentro del mercado específico. Las empresas deben acompañar sus objetivos con un buen margen de seguridad

por parte de sus vendedores, de tal manera que se puedan cumplir las metas para alcanzar un mayor segmento de mercado. Así, haciendo conocer el producto que en precio es alcanzable a cualquier consumidor y con una marca que destaca y simboliza la calidad y presencia atractiva de un bien de consumo alimenticio.

La capacidad instalada en producción y venta de bienes de consumo masivo

Un concepto básico para la fábrica en particular y la empresa en general, comprende la capacidad instalada, que permite estudiar y analizar técnicamente el espacio destinado para cada una de las actividades, las cuales permiten la principal evaluación en las gestiones productiva y de ventas. Así también, las unidades comerciales, de personal, financiera y contable, entre otras, que sirven de apoyo en el cumplimiento de los objetivos general y específicos de la empresa.

El concepto enunciado, también se utiliza frecuentemente en economía para describir todo un sector especializado, dedicado a una o varias de las actividades que ofrece la economía, con el fin de lograr el bienestar de una determinada población.

Finalmente, despiertan especial interés estudios como el presente, los cuales llaman la atención a los nuevos profesionales de las disciplinas empresariales, buscando de esta forma generar emprendimiento por crear o participar en forma directiva y financiera en la empresa privada. De esta manera, aportando principalmente los nuevos conocimientos profesionales y tecnológicos, que redunden en forma positiva y prospectiva a la solución de los

diversos problemas socioeconómicos que viven nuestros países en vía de desarrollo.

Los bienes elaborados con la calidad posible de verificar y evaluar, así como también el precio atractivo para la venta de un buen volumen de bienes ofrecidos a los intermediarios comerciales (Hernández Palma *et al.*, 2018), en este caso, hacen que los productos comestibles de consumo masivo, le permita a la micro, pequeña o mediana empresa formal, competir en forma importante dentro del mercado específico.

El estudio en referencia debe acompañarse con un buen margen de seguridad por parte de sus vendedores, de tal manera que se puedan cumplir las metas para alcanzar un mayor segmento de mercado y haciendo conocer el producto con un precio alcanzable al potencial consumidor y con una marca que se destaque y simbolice la calidad y presencia atractiva de un bien de consumo alimenticio.

La competitividad empresarial de bienes alimenticios de consumo masivo

El presente estudio lleva a comparar la teoría y la práctica en este aspecto, de tal manera que, en la empresa de productos alimenticios, para incrementar la producción en forma estable y con márgenes de seguridad en las diferentes etapas productivas, pretende la compra de los elementos básicos necesarios, que aseguren la participación efectiva en el proceso de producción.

Estos principales recursos empresariales en conjunto con los factores de producción, cualificados con base en economías de

escala, cuantificados y evaluados con el apalancamiento operativo, determinan una inversión segura en activos fijos, un incremento en ventas y un resultado operativo favorable de la mediana empresa, en este caso.

Otro elemento que contribuye a la competitividad es la presentación externa del producto, haciendo conocer publicitariamente el cambio de forma y tamaño, como la calidad del servicio que se ofrece al consumidor final bajo una imagen y propaganda personalizada (Díaz Muñoz *et al.*, 2021).

La competitividad de las empresas, y particularmente las de productos alimenticios de consumo masivo, deben fundamentarse en la capacidad para producir el bien en el período necesario. De tal forma que, a través del tiempo, se logren precios decrecientes y calidad creciente, así se podrá captar una cuota de mercado cada vez mayor, logrando niveles elevados de productividad que permitan aumentar la rentabilidad y generar ingresos mayores.

Se debe reafirmar que el concepto de competitividad, desde el punto de vista económico, corresponde a una actividad que ofrece oportunidades de mucho éxito, como igualmente se presentan situaciones de riesgo que, dependiendo la capacidad de la respectiva empresa, surge el contraste con sus competidores (Becerra Gualdrón & Gallardo Sánchez, 2015). Además, los esfuerzos para mantenerse en el mercado requieren de amplia innovación, dada por las ideas provenientes del talento humano y originadas en el perfil de los profesionales al servicio de la empresa.

Es así, como se corrobora que la competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido, en

concordancia con el precio y la cantidad de los insumos necesarios para producirlo, en este sentido se debe destacar que la competitividad en calidad y precio está determinada por la capacidad de generar la mayor satisfacción a los consumidores de bienes alimenticios de consumo cotidiano, así como el llegar con la cantidad y calidad necesarias de acuerdo con los gustos particulares de cada consumidor, como también con el precio más accesible en el momento.

Es así, que las empresas dedicadas a la producción y venta de productos alimenticios de consumo masivo pueden ser más competitivas buscando asumir una mayor cuota de mercado con algunas características particulares que le permiten destacarse en el momento por parte de los consumidores. La competitividad puede entenderse de manera amplia, cuando se aplica a una empresa que vende sus productos en un mercado definido y cada vez de mayor extensión, cuando se trata de grandes tiendas de centros comerciales en unos casos y de pequeñas tiendas exprés o de barrio, en otros.

La competitividad tiene gran relevancia a nivel de empresas micro, pequeñas y medianas de productos alimenticios de consumo masivo, donde los costos de producción, la calidad del producto y el volumen de ventas, pueden ser claramente medidos.

Concepto de eficiencia y eficacia productiva empresarial de bienes alimenticios de consumo masivo

Los conceptos eficiencia y eficacia se interrelacionan para su análisis, de tal

manera que se definen en forma operacional y empresarial como alcanzar las metas establecidas en la empresa y el logro de las metas con la menor cantidad de recursos (Arrieta, 2002).

A propósito de la productividad y competitividad en la producción y venta de productos alimenticios de consumo masivo, se permite realizar un análisis de especial importancia, concerniente a las ventajas que se desprenden comparativamente cuando surgen de la oportunidad de obtener con menores costos algunos insumos o materia prima para el caso de los productos alimenticios de consumo masivo.

Se suele confundir la eficiencia con eficacia y en ocasiones se les da el mismo significado, pero en realidad, existe técnica y profesionalmente una gran diferencia entre ser eficiente y ser eficaz en las actividades productivas.

Concepto de eficacia productiva empresarial de bienes alimenticios de consumo masivo

Respecto a la misma diferencia que existe entre eficacia y eficiencia, se debe interpretar que la eficacia hace referencia al caso que nos ocupa, donde se producen y venden una cantidad importante de unidades, utilizando el mismo espacio de la fábrica con los mismos recursos empresariales para el mismo período. De tal manera que los resultados se cualifican y cuantifican en mayor proporción, manteniendo y utilizando la misma cantidad de factores de producción.

Bondades financieras de las economías de escala aplicadas a la producción y venta de bienes de consumo masivo

En economía se dice que existe competencia cuando diferentes empresas concurren a un mercado a ofrecer sus productos de consumo masivo (Mankiw, 2012), ante un conjunto considerable de consumidores que actúan independientemente y que constituyen la demanda de bienes alimenticios. La competencia es esencial a las economías de escala, tanto que puede decirse que ambos términos son en realidades inseparables; no existen economías de escala sin competencia y la existencia de competencia, produce como resultado un tipo de economía, que es la de libre mercado.

La competencia en cualquiera de sus formas significa que las empresas rivalizan entre sí por la preferencia de los consumidores (Mankiw, 2012). Este factor las debe estimular a ofrecer los mejores productos posibles al precio más racional. Cada empresa, por lo tanto, está obligada a ser lo más eficiente posible, porque debe satisfacer a los consumidores y obtener a la vez un beneficio.

Es a partir del concepto de competitividad leal, que se motiva el progreso tecnológico y resultan nuevas formas de descubrir los productos más deseados por el público, las escalas y los costos de producción más favorables a las pequeñas y medianas empresas.

La competitividad aplicada en las micro, pequeñas y medianas empresas, hace referencia a la capacidad de estas para producir bienes de forma eficiente, de tal manera que pueda competir y lograr mayores cuotas de mercado, que aun cuando las cuotas siguen siendo pequeñas, son significativas para una pequeña empresa. La aplicación de las economías de escala permite que la producción y venta de productos de consumo masivo, lleguen a atender cada vez más un mayor potencial de población, buscando a largo plazo satisfacer el mercado, tanto dentro como fuera del país.

En el caso de investigación y análisis, se hace necesario al interior de la empresa lograr niveles elevados de productividad los cuales deben permitir el aumento evaluado de la rentabilidad, generada por ingresos crecientes en forma periódica. En nuestro país, Colombia, debe existir un ambiente macroeconómico estable, que transmita confianza y seguridad y que la aplicación de tecnología favorezca ampliamente la competitividad y fomente indirectamente la mejor utilización y productividad de los factores de producción empresariales.

► Conclusiones

El enlace entre la producción, distribución y comercialización de los bienes finales se conoce como logística externa, presentando un cierto nivel de notoriedad entre ambas funciones que componen el sistema empresarial.

Es relevante hacer referencia al papel de la información en el sistema de producción, flujo que provee oportunidades para el incremento de valor del producto,

enriqueciendo el tratamiento de su calidad y la del proceso, de tal manera que establece un planteamiento que encuadra el argumento económico del llamado valor agregado.

La capacidad de infraestructura que ha de servir para la determinación del volumen de producción a conseguir en el momento y lugar adecuados debe tener en cuenta que esta capacidad viene dada por el tamaño de la planta y de las instalaciones físicas de la fábrica en particular y de la empresa en general. Los inventarios de productos terminados, que han de servir de puente permanente entre las ventas y la producción en momentos puntuales, deben ser determinados por la dirección empresarial.

La calidad del producto, factor de especial importancia si se quiere ser competitivo, implica poner en marcha las correspondientes acciones para mantener y mejorar los estándares técnicos y tecnológicos explicados por (Cuatrecasas, 2005), que requiere el producto en todas las etapas de sus operaciones de transformación, producción y colocación en el mercado en forma competitiva y oportuna. De esta manera, buscando siempre la satisfacción de las necesidades de los consumidores actuales y potenciales.

Finalmente, se quiere con la presente investigación, dejar motivación para poner en práctica los conocimientos teóricos adquiridos con ejemplos de la realidad, a su vez, se busca generar inquietudes positivas sobre la posibilidad de emprender empresas en forma conjunta y complementaria, con las personas de diferentes disciplinas profesionales empresariales.

► Referencias

- Arrieta, J. G. (2002). La Administración de Operaciones y su papel central dentro de toda organización. *Revista Universidad EAFIT*, 127.
- Becerra Gualdrón, C. J., & Gallardo Sánchez, C. F. (2015). Competitividad de las empresas agroindustriales de Boyacá. *Criterio Libre*, 13(22), 227. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.22.138>
- Carro, R., & González, D. (2007). El sistema de producción y operaciones. *In Universidad Nacional de Mar del Plata* (Vol. 1).
- Cuatrecasas, L. (2005). Gestión Integral de la Calidad: implantación control y certificación. *In Gestion integral de la calidad*.
- Díaz Muñoz, G. A., Quintana Lombeida, M. D., & Fierro Mosquera, D. G. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1). <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>
- Hernández palma, H., Barrios Parejo, I., & MARTÍNEZ SIERRA, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16(28). <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2018v16n28.2130>
- Horngren, C., Datar, S., & Rajan, M. (2012). *Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial* (14th ed.). Prentice Hall.
- Mankiw, N. G. (2012). Principios de economía, sexta edición. *In Sección de Obras de Economía*.