

Designación óptima de las mercancías a comercializar. Su incidencia en el valor agregado y por consecuencia en la eficiencia económica. Su repercusión en los sistemas de pagos en la UEB DIVEP Camagüey

Optimal designation of merchandise to be marketed, its impact on added value and, consequently, economic efficiency. Its impact on payment systems in the Camagüey DIVEP UEB

Luis Bernet Banegas Rodríguez

<https://orcid.org/0009-0008-1352-9583>

Empresa Comercializadora DIVEP Camagüey, Cuba
banegas@divep.cu

Gilmar Aguilera Basulto

<https://orcid.org/0009-0008-2685-4414>

Empresa Comercializadora Nacional DIVEP, Cuba
gilmar@divep.cu

Agustín Acosta Sabina

<https://orcid.org/0009-0007-0359-558X>

Universidad de Camagüey, Cuba
agustin@reduc.edu.cu

Juan Manuel Betancourt López

<https://orcid.org/0009-0000-0300-6596>

Empresa Comercializadora Nacional DIVEP
juan.lopez@divep.cu

RESUMEN

Mediante la investigación que refiere el presente artículo se fundamenta la toma de decisiones acerca de cuáles y cuántas mercancías debe adquirir la Empresa Comercializadora UEB DIVEP Camagüey para sus ventas, como parte del proceso integral de mejoras con-



Artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional.

tinuas de dicha entidad, asegurando el incremento del rendimiento de la inversión estatal enfocado a una gestión más eficiente de los recursos humanos y el crecimiento del valor agregado; premisa para la debida correlación entre la productividad del trabajo y el salario medio. Se prevén herramientas Excel que interactúan con reportes de salidas el sistema DISTRA, con ello se gestiona la identificación de aquellas líneas de inventarios potencialmente ventajosas para el incremento del valor agregado (con criterio de margen comercial) y en correspondencia de su demanda para lo cual se incorporan técnicas estadísticas especializadas.

Palabras claves: Eficiencia, salarios, valor agregado, márgenes comerciales, demanda, Sistema Contable DISTRA.

ABSTRACT

The research described in this article supports the decision-making process regarding which and how much merchandise the UEB DIVEP Camagüey Trading Company should purchase for its sales. This is part of the entity's comprehensive process of continuous improvement, ensuring an increase in the return on state investment focused on more efficient management of human resources and growth in added value; a prerequisite for a proper correlation between labor productivity and average wages. Excel tools were created that interact with output reports from the DISTRA system. This helps identify those inventory lines that are potentially advantageous for increasing added value (based on commercial margin criteria) and in accordance with their demand, incorporating specialized statistical techniques.

Keywords: Efficiency, Wages, Added value, commercial margins, demand. DISTRA computer systems.

INTRODUCCIÓN

En una época de globalización y de alta competitividad de bienes o servicios, es necesario asegurar el éxito de las empresas mediante la implementación de acciones, el uso de técnicas y herramientas útiles para lograr sus fines en correspondencia con las exigencias y expectativas del mercado, donde desempeña un importante papel la producción de bienes y servicios para el consumo de la sociedad.

La evolución vertiginosa de la actividad productiva en los últimos años, la tendencia inflacionaria que ha lanzado la tasa de interés a niveles insospechados, el elevado costo del capital resultante, el creciente desarrollo empresarial y la incertidumbre económica, entre otros factores, conducen necesariamente a cambios sustanciales en las políticas, prácticas y mecanismos económicos que posibiliten la adecuada toma de decisiones. Por otra parte, las técnicas de análisis económico trascienden del área contable y abarcan toda la actividad de la empresa, las que permiten evaluar el comportamiento de los procesos mediante la adquisición de mercancías, materias primas, junto con otros factores, para obtener otros productos intermedios y finales destinados al consumo directo de los agentes económicos.

En el país, es necesario que los empresarios adquieran una cultura que les permita utilizar herramientas de análisis económico proactivas, para buscar los problemas y causas que inciden en la eficacia, eficiencia y rentabilidad en un contexto histórico donde se agudiza internacionalmente la crisis económico-financiera y el bloqueo al que está sometido el país.

Para implementar el apartado referido al Modelo de Gestión Económica dirigido a lograr que el sistema empresarial esté constituido por empresas eficientes, bien organizadas y eficaces; el empresariado cubano debe buscar alternativas que posibiliten alcanzar mejores resultados en el análisis del cumplimiento y control de sus actividades económicas fundamentales, que incide objetivamente en la solución de problemas específicos y en el mejoramiento de su gestión.

La Unidad Empresarial de Base (UEB) DIVEP Camagüey se está esforzando por ser cada día más eficiente, se analizan sus potencialidades en correspondencia con la misión, visión, metas y su relación con los niveles de actividad, márgenes comerciales, valor agregado creado, así como de la productividad y su relación con los sistemas de pagos vigentes.

De ahí la importancia de investigar con un enfoque sectorial aspectos relacionados con lo anteriormente expuesto para valorar la eficiencia de la gestión de la empresa. No basta con evaluar algunos indicadores, es necesario realizar análisis proactivos, entender la realidad, enfrentar y anticiparse al futuro, conocer la empresa, y definir su misión en la consecución de su eficiencia. Además, debe establecerse el análisis de las relaciones causales entre estos indicadores, con el objetivo de determinar las debilidades de la entidad en el aprovechamiento de los recursos y tomar medidas para erradicar, anular o atenuar la acción de los factores negativos.

1. El Valor agregado

En los estudios realizados por Guezuraga y Beitia, se expresa de manera general que en la gestión económica de la empresa, se consideran los procesos de planificación, organización, dirección, control y evaluación de resultados económicos y su relevancia en la toma de decisiones. Por lo que profundizar en el estudio y análisis de estos procesos, sobre todo los relacionados con la planificación, permite lograr una mejor fundamentación y cumplimiento de los planes de producción, del consumo y del valor agregado bruto; así como de su gestión económica empresarial para alcanzar dicho cumplimiento. (Gavilán et al., 2008)

También el estudio y determinación del Valor Agregado Bruto comienza a formar parte de los estados financieros en el año 2015, según la Resolución 602/15, y son pocos los trabajos dirigidos al análisis económico de este tipo de estado. Las problemáticas detectadas evidencian que aún es necesario continuar profundizando en el estudio de estos aspectos y en la propuesta de alternativas que contribuyan a la solución del problema planteado.

En los últimos años se han enfrentado una serie de cambios en la estructura económica del país en función de mejorar la economía y aumentar el Producto Interno Bruto (PIB); y se amplían las inversiones en el sector empresarial con el objetivo de aumentar los ingresos al país para el logro de los objetivos previstos. Por tal motivo, a partir del año 2015, se incorpora como otro de los estados financieros la Proforma de Estado de Valor Agregado Bruto creado y planificado.

En la actualidad el rol de la gestión económica empresarial tiene una gran relevancia en el mantenimiento y desarrollo de las empresas, para lo que se deben establecer las normas, mecanismos y controles que aseguren el buen gobierno corporativo, y al mismo tiempo, ser la guía dentro de la organización para poder llevar a cabo los cambios necesarios que se requieren. Estas bases deben ser sólidas e interiorizadas para, en épocas de crecimiento, asegurar que siguen vigentes y que permiten un crecimiento sostenible en las empresas del Valor Agregado Bruto y de la eficiencia económica.

La gestión económica empresarial, según Gavilán et al., (2008), es un conjunto de procesos dirigidos a planificar, organizar y evaluar los recursos económicos al objeto de lograr la consecución de los objetivos de la empresa de la forma más eficaz y eficiente. Se destaca, además, que es un conjunto de procesos, coordinados e interdependientes, que garantizan la mejor manera posible de consecución de unos objetivos sociales fijados previamente y coherentes con su misión, donde desempeñó un papel importante el análisis económico.

Analizar, para Demestre (2004) significa estudiar, examinar, observar el comportamiento de un suceso, que para lograrlo con veracidad y exactitud es necesario ser profundos, lo que implica no limitar el análisis al todo, ya que además de ser superficial, puede conducir al analista a conclusiones erróneas. Es necesario comprender que el todo puede ser engañoso o relativo, por lo que es necesario descomponerlo en sus partes para su análisis riguroso, donde cada parte puede constituirse en un nuevo todo, lo que garantiza su continuidad.

El estudio, para los autores antes mencionados, contribuye a fundamentar decisiones inteligentes, dirigidas a dar soluciones operativas, a la elaboración de planes, a la preparación de programas de acción, al diseño de políticas y al establecimiento de objetivos. Destacan que se puede dividir en dos grandes grupos: el análisis financiero y el análisis económico, el primero tiene como objetivo la investigación de los recursos financieros y la debida adecuación con la capacidad inversionista de la empresa.

Para Antelo (2015) las reservas internas están constituidas por las posibilidades no utilizadas o explotadas de incremento o perfeccionamiento de la producción, y(o) mejora de los indicadores de eficiencia y que la tarea principal del análisis económico es descubrir reservas existentes, determinar su magnitud y señalar las vías para su aprovechamiento; por lo que, vincular el análisis económico con el Valor Agregado Bruto, permite no solo analizar y evaluar los resultados económicos que dependen de la información clara y

precisa que brindan los estados financieros, sino también analizar reservas internas que mejoren los resultados de este agregado.

Según la Resolución 602/2015, el Valor Agregado Bruto se define como el valor de la producción de bienes y servicios menos el valor del consumo intermedio, se considera como una medida de la producción sin duplicaciones, en la que los valores de los bienes y servicios utilizados como insumos intermedios se eliminan.

El análisis del Valor Agregado Bruto tiene como primer componente su conceptualización, el cual es expresión de la coordinación lógica de acciones para el análisis del comportamiento, variación y evolución del Valor Agregado Bruto creado, teniendo en cuenta el establecimiento de vínculos con la producción de bienes y servicios (margen comercial de la ventas de mercancías más las ventas de producción y servicios), el consumo intermedio y otros indicadores que expresan eficiencia económica en correspondencia con el objetivo previsto. Permite, además, comenzar el análisis económico por los resultados finales que se expresa en la información que brindan los estados financieros y que son detallados posteriormente con la finalidad de medir o evaluar cuánto la gestión empresarial se está alejando, o acercando, a sus objetivos o metas teniendo en cuenta su misión y visión para solucionar problemas, utilizando mejores prácticas en la búsqueda de la eficiencia económica.

Es criterio de los autores de esta investigación que en la UEB DIVEP Camagüey se debe trabajar en establecer un grupo de acciones y herramientas proactivas que favorezcan el adecuado cumplimiento del Valor Agregado Bruto conceptualizado a las características de la referida entidad lo cual facilitará el trabajo para evaluar sistemáticamente los resultados obtenidos por la empresa, así como para determinar los principales problemas que afectan el desarrollo del proceso de gestión económica y su relación con lo establecido en el Decreto 87/2023.

2. Las tasas de márgenes comerciales

Teniendo en cuenta la importancia que tiene el margen comercial dentro de la formación del valor agregado, los autores hacen referencia a algunos aspectos de la Resolución 313-2020 que establece las tasas aprobadas para empresas comercializadoras tal y como se describe a continuación.

Las empresas comercializadoras, incluye las importadoras, exportadoras y circuladoras de la economía interna (nacionales, territoriales y provinciales), al aplicar los precios a sus clientes, tienen como límites las tasas máximas de margen comercial establecidas, con que estas entidades respaldan los gastos necesarios, los compromisos tributarios vinculados al salario y un nivel de utilidad, excepto en las exportadoras que tienen un tratamiento diferente. Las tasas de margen comercial tienen carácter de máximas y se determinan por grupos o familias de productos de características similares y para cada tipo de comercialización: importación circulación interna: nacional, territorial, provincial

y minorista, así como en combinaciones de estas, Se ratifica el principio de que la tasa máxima ha de ser igual para todas aquellas entidades que circulen el mismo grupo de productos; excepcionalmente se pueden autorizar tasas por empresa. Las tasas de margen comercial, en lo adelante, TMC, se determinan para las actividades de comercialización mayorista y minorista. Las TMC mayoristas se expresan en valor por unidades físicas o porcentualmente sobre los costos de venta de las mercancías.

Las TMC minoristas se aplican como descuento comercial sobre el precio minorista y cuando este Ministerio lo autorice, se determinan como recargo comercial sobre el precio de adquisición.

Las TMC son funcionales; el derecho a aplicarlas es de la entidad que realiza la función comercializadora que corresponde en cada nivel de circulación. Para la exportación, el margen comercial de las empresas exportadoras se fija por acuerdo con la empresa productora o prestadora del servicio de exportación, como comisión sobre el precio de exportación.

Las comercializadoras mayoristas ajustan sus márgenes comerciales hasta el límite de las tasas máximas establecidas por este Ministerio para un primer periodo, según se detalla en el Anexo I, que forma parte integrante de la Resolución de referencia.

La aplicación de esas tasas no puede generar incrementos de los precios minoristas centralizados, ni generar subsidio; y se ajustan a los conceptos y principios generales establecidos.

Las entidades comercializadoras tienen la obligatoriedad de disminuir las TMC que aplican, cuando los niveles de utilidad sobre gastos de operación comercial excedan del diez por ciento (10%), por un periodo sostenido de seis meses.

Los organismos de la Administración Central del Estado, las Organizaciones Superiores de Dirección Empresarial, entidades y Direcciones Provinciales de Finanzas y Precios y otras instituciones autorizadas, pueden aplicar penalizaciones financieras a las entidades comercializadoras, cuando mediante acciones de control se demuestre que obtienen márgenes comerciales excesivos por un periodo sostenido de más de seis meses, y que posterior a ello no disminuyeron las TMC, en esos casos se aporta al Presupuesto del Estado el importe íntegro del exceso.

3. Sistemas de Pago

Los autores del presente trabajo, también teniendo cuenta las legislaciones vigentes para los sistemas de pagos y su relación con el valor agregado y las tasas de margen comercial, realizan una breve reseña de lo establecido en el referido decreto.

Este tiene como objetivo ratificar la facultad al sistema empresarial estatal cubano, de establecer de forma descentralizada la organización del sistema salarial de los trabajadores, con el fin de que contribuya al incremento de los niveles productivos y de eficiencia,

a partir de una gestión más eficiente de los recursos humanos como parte del proceso integral de mejoras continuas de la entidad.

La organización del sistema salarial de las entidades del sistema empresarial, se aprueba por el jefe máximo, previa evaluación en el Consejo de Dirección y de común acuerdo con el sindicato al nivel correspondiente; la que se analiza en la asamblea general de afiliados y trabajadores y se incluye en Convenio Colectivo de Trabajo.

En las unidades empresariales de base subordinadas a la organización superior de Dirección Empresarial, la aprobación corresponde al jefe máximo de esta, a propuesta del jefe de la unidad empresarial de base, de común acuerdo con el sindicato a ese nivel y cumplido lo previsto en el presente Decreto. En la oficina central de la organización superior de Dirección Empresarial, la aprobación corresponde al jefe máximo de esta, previa evaluación en el Consejo de Dirección y de común acuerdo con el sindicato, considerando los principios y condiciones previstos en el presente Decreto. En la organización del sistema salarial que se apruebe, se considera la estructura organizativa y de dirección, el diseño, y la evaluación de los puestos de trabajo, y se garantizan los principios siguientes:

- A trabajos de similar complejidad corresponde similar salario, sin discriminación de ningún tipo.
- El salario tiene en cuenta la complejidad del trabajo, las condiciones del puesto, la idoneidad demostrada y el aporte individual.
- Proporcionalidad: El salario se paga atendiendo a la cantidad del trabajo realizado y al tiempo real laborado.
- El salario se fija en correspondencia con los resultados de la empresa.
- El salario que se fije al trabajador no puede ser inferior al mínimo establecido en el país y tampoco inferior al salario básico aplicado antes de la implementación de la nueva organización del sistema salarial, siempre que se mantenga realizando la misma actividad.
- La organización del sistema salarial que se diseñe mantiene la aplicación de los pagos adicionales legalmente establecidos, en las cuantías que se determinen por el jefe de la entidad.

En el proceso de elaboración del plan anual se determina el fondo de salarios que respalda la organización del sistema salarial aprobado, condicionado a:

- a) No planificar pérdidas.
- b) No disminuir el nivel de utilidad real antes de impuesto, obtenido en el año anterior.
- c) No deteriorar el aporte por el rendimiento de la inversión estatal en valor absoluto del año anterior o el pago de dividendos a los socios, según corresponda, garantizando que este crezca en mayor proporción que el fondo de salarios.
- d) Crecimiento de la productividad del trabajo en mayor proporción que el salario.

El VAB como criterio para la remuneración

El VAB está directamente relacionado con la remuneración de los trabajadores y puede tener un impacto significativo en las políticas de compensación y en la estructura de incentivos dentro de una organización. Tomar como referente el cometido del VAB para la remuneración salarial tiene impacto en el desempeño empresarial, por cuanto está vinculado al rendimiento, pues su medición permite a las empresas evaluar el provecho de diferentes equipos, departamentos o incluso de empleados individuales.

Esta información puede ser utilizada para establecer sistemas de compensación basados en el rendimiento, donde los trabajadores reciben incentivos o bonificaciones en función de su contribución al VAB, lo cual incentiva a la productividad, en la medida que los trabajadores comprendan cómo su trabajo contribuye al VAB de la empresa, es más probable que se sientan motivados para mejorar su desempeño.

La inclusión de métricas de VAB en los esquemas de remuneración puede incentivar a los empleados a ser más productivos y eficientes. Apunta a la equidad en la distribución de beneficios. Téngase en cuenta que, al vincular el pago a los resultados medidos a través del VAB, las empresas pueden promover una distribución más equitativa de los beneficios. Significa que los trabajadores que generan más valor para la empresa podrían recibir una compensación proporcionalmente mayor, lo que puede contribuir a un ambiente de trabajo más justo y motivador. Incorporar el VAB en la estructura de compensación puede mejorar la transparencia en cómo se determinan los salarios y bonificaciones.

Los trabajadores entenderán mejor cómo sus esfuerzos impactan en la rentabilidad y el éxito de la empresa. Contribuye a la retención de talento, pues las empresas que recompensan a sus empleados basándose en el valor agregado que son capaces de generar tienden a atraer y retener talento. La relación entre el VAB y la compensación puede impulsar a los trabajadores a buscar capacitación y desarrollo profesional al entender que sus habilidades tienen un impacto directo en el VAB y estarán más dispuestos a dedicar esfuerzos en su formación.

Las métricas de VAB proporcionan una base sólida para la evaluación del desempeño. La administración puede usar esta información para establecer objetivos claros y medibles para sus equipos, lo que facilita la alineación de los esfuerzos individuales con los objetivos generales de la empresa. Es decisivo que las empresas diseñen esquemas de compensación que consideren tanto el VAB como otros factores para fomentar un ambiente laboral positivo y equitativo.

Las Utilidades, el aporte por el rendimiento de la inversión estatal

Las utilidades están concebidas dentro de los actuales sistemas de pagos donde se tiene como objetivo ratificar la facultad al sistema empresarial estatal cubano, para esta-

blecer de forma descentralizada la organización del sistema salarial de los trabajadores, que contribuya al incremento de los niveles productivos y de eficiencia, a partir de una gestión más eficiente de los recursos humanos como parte del proceso integral de mejoras continuas de la entidad; entre ellos aparece, no disminuir el nivel de utilidad real antes de impuesto, obtenido en el año anterior y no deteriorar el aporte por el rendimiento de la inversión estatal en valor absoluto del año anterior o el pago de dividendos a los socios según corresponda, garantizando que este crezca en mayor proporción que el fondo de salarios. Por otra parte, se explica que, en la ejecución del plan, las entidades del sistema empresarial pueden aumentar el fondo de salarios en la medida que se sobre cumpla el aporte por el rendimiento de la inversión estatal o el pago de dividendos a los socios, sobre la base de la utilidad acumulada antes de impuesto.

El VAB como criterio para la gestión de inventarios

Al analizar el VAB de diferentes mercancías se identifican cuáles productos generan más valor y debe ser un criterio para priorizar la adquisición de aquellos artículos que aportan un mayor margen de beneficio y que son más rentables para la empresa. Con su información, las empresas pueden tomar decisiones capaces de fundamentar el nivel de inventario que necesitan mantener. Esto puede ayudar a reducir costos de almacenamiento y minimizar el riesgo de obsolescencia de mercancías que no generan suficiente valor. Permite establecer prioridades en las compras. Los productos que tienen un VAB alto, merecen prioridad para su adquisición, mientras que los que no contribuyen significativamente al VAB pueden ser reconsideradas o incluso eliminados de la oferta.

Al relacionar el VAB con los costos de adquisición de mercancías, las empresas pueden realizar un análisis más profundo sobre el costo-beneficio de cada producto. Esto ayuda a identificar cualquier ineficiencia en la cadena de suministro y a buscar alternativas más económicas. El análisis del VAB puede revelar tendencias del mercado y cambios en la demanda de productos. Ayuda a las empresas a ajustar sus estrategias de adquisición para alinearse con las preferencias cambiantes de los consumidores. Puede ser un referente para que las comercializadoras negocien mejor con los proveedores.

Al conocer el valor que cada mercancía aporta, es posible argumentar por mejores precios o condiciones de compra basadas en el impacto que esos productos tienen en la rentabilidad y puede influir en las estrategias de marketing al enfocar los esfuerzos promocionales en aquellos productos que no solo son populares, sino que también aportan significativamente al VAB. Actúa como criterio para evaluar la eficacia de su gestión comercial y ajustar sus estrategias según sea necesario. Su utilidad ha de rebasar la sostenibilidad y responsabilidad social, evaluando el impacto ambiental y social de las mercancías y enfocándose por adquirir productos que no solo generen valor económico, sino que también sean sostenibles y éticos, alineándose así con las expectativas de los consumidores modernos.

Margen comercial y su nexa con el VAB

El margen comercial refiere a la diferencia entre el precio de venta de un producto y su costo de adquisición o producción, expresado generalmente como un porcentaje del precio de venta; mide la capacidad de la empresa de generar mayor rentabilidad sobre sus ventas. Es un indicador financiero clave que influye directamente en la capacidad de una empresa para generar un alto VAB, ambos indicadores son interdependientes. La relación entre ambos conceptos es fundamental para comprender cómo una empresa puede optimizar su desempeño económico y mejorar su rentabilidad. Las empresas que gestionan eficazmente su margen comercial tienen más probabilidades de lograr un VAB alto, lo que a su vez las posiciona favorablemente en el mercado y garantiza su sostenibilidad a largo plazo.

De la amplia lista de surtido en posesión de las empresas comerciales, el nivel de sus márgenes comerciales difiere notablemente entre ellos. En tal sentido, el aporte de cada surtido al VAB es diferenciado y al mismo tiempo, la preferencia de uno y otro surtido es igualmente diferenciada. Un margen comercial saludable no solo contribuye a un mayor VAB, sino que también proporciona la base financiera y operativa necesaria para que las empresas crezcan y se adapten a un entorno competitivo.

Compra de inventarios y su nexa con la demanda

La adquisición de inventarios para su comercialización no sólo debe responder al margen comercial preferencial, también tiene que corresponderse con la demanda. Estimar la demanda es imprescindible para la planificación de negocios, ya que permite a las empresas anticipar cuántos productos o servicios necesitarán ofrecer para satisfacer las necesidades de los clientes y asegurar la alineación de precios y costos dentro de las expectativas del mercado. Comprar mercancías para la venta sin conocer la demanda puede ser un desafío significativo, pero hay diversas estrategias y enfoques que las empresas pueden utilizar para tomar decisiones informadas en este contexto.

La demanda y su relación con el margen comercial, son categorías interconectadas que apuntan a la estrategia financiera de la empresa y favorecen la optimización de los inventarios, toda vez que evitan excesos, escasez y la consiguiente reducción de los costos de almacenamiento y otras partidas de costos en la gestión de inventarios, con la consiguiente flexibilidad en la fijación de precios y estimación de variados recursos.

Estimación de la demanda

Existen diversos criterios y enfoques para estimar la demanda que pueden variar en complejidad y precisión, que van desde los métodos cualitativos hasta los cuantitativos.

Los métodos cualitativos son útiles cuando no hay suficientes datos históricos disponibles o cuando se está introduciendo un nuevo producto al mercado, están basados en opiniones de expertos, encuestas para averiguar las intenciones de compras de los

clientes, y discusión con grupos de clientes potenciales para conocer sus necesidades y preferencias.

Los métodos cuantitativos utilizan datos históricos y modelos estadísticos para estimar la demanda, basados en análisis de series temporales para identificar tendencias, patrones estacionales y ciclos. Son característicos los métodos de promedios de ventas pasadas para suavizar fluctuaciones y prever demanda futura; suavizamiento exponencial para asignar más peso a las observaciones más recientes para hacer predicciones; regresión lineal basado en datos históricos para identificar relaciones entre la demanda y una o más variables independientes, digamos precio, publicidad, ingresos.

A partir de lo establecido en el Decreto 87 /2023 sobre la organización del sistema salarial, así como también lo recogido en la Resolución 313-2020 que establece las tasas aprobadas para empresas comercializadoras fueron concebidas las siguientes acciones:

1. Implementación de herramientas proactivas para el cálculo del valor agregado necesario.
2. Identificar las mercancías que aportan mayores márgenes comerciales.

El alcance espacial fue del año 2024/2025

Materiales y métodos

El trabajo se presenta con un enfoque cuantitativo con la aplicación de técnicas estadísticas y herramientas informáticas, lo cual permite fundamentar la toma de decisiones acerca de cuáles y cuántas mercancías deben adquirirse, lo que posibilita obtener un valor agregado que tenga un impacto en la eficiencia económica y su repercusión en los sistemas salariales vigentes a partir de una gestión más eficiente.

Integración del VAB y el margen comercial en la política de inventario de DIVEP

Para fundamentar la toma de decisiones acerca de cuáles y cuántas mercancías deben adquirirse para su comercialización a favor del pago por resultados de los trabajadores de la Empresa Comercializadora DIVEP, al amparo del Decreto 87/2023, que tiene como objetivo ratificar la facultad al sistema empresarial estatal cubano, para establecer de forma descentralizada la organización del sistema salarial de los trabajadores, para que contribuya al incremento de los niveles productivos y de eficiencia a partir de una gestión más eficiente de los recursos humanos, como parte del proceso integral de mejoras continuas de la entidad. El mencionado decreto designa, entre otros indicadores, al VAB como criterio principal para fundamentar el referido pago que responda a la sostenibilidad de la empresa, de cuyo monto así será la cuantía a pagar a los trabajadores. Para el incremento del VAB se tratarán de reducir los gastos, así como aumentar la producción de bienes y servicios.

La práctica cotidiana de la Empresa Comercializadora UEB DIVEP se ha enfocado en dedicar esfuerzos de ventas para alcanzar buenos volúmenes de ingresos, que mantengan un VAB elevado sin priorizar aquellas mercancías cuyos márgenes comerciales son más ventajosos y que favorecerían tal propósito. Las tasas de margen comercial se establecen en la Resolución 313 del 2020 del Ministerio de Finanzas y Precios con el objetivo de atemperarlas al proceso de ordenamiento.

En tal sentido, las empresas comercializadoras, al aplicar los precios a sus clientes, tienen como límites las tasas máximas de margen comercial establecidas con el que estas entidades respaldan los gastos necesarios, los compromisos tributarios vinculados al salario y un nivel de utilidad. Las tasas de margen comercial tienen carácter de máximas y se determinan por grupos o familias de productos de características similares y para cada tipo de comercialización.

Se trata ahora de orientar la gestión de compra de mercancías atento a sus tasas de margen comercial, de manera que dicha compra esté en correspondencia con la demanda, a fin de mantener alto nivel de VAB y además, asegurar cantidades razonables de inventarios que minimicen sus costos.

Se realiza gestión de datos, extrayendo reportes de salidas del sistema automatizado DISTRA que contengan la relación de las mercancías por familia de productos, que a su vez designa la tasa de margen comercial de cada uno. También se realiza gestión de base de datos para construir historial de ventas (como señal de la demanda) sobre las cuales actúan métodos estadísticos de previsión de la demanda. De tal proceso se listan las mercancías con referencia a su demanda, ordenadas con criterio de tasa de margen comercial, actuando como soporte para la toma de decisión de compras.

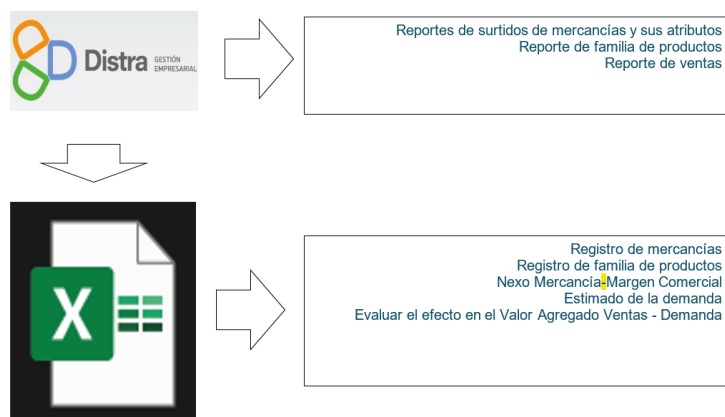
Así se mejora la efectividad de los esfuerzos de ventas encaminada a la elevación del VAB con impacto en la remuneración salarial.

4. Resultados

Se plantea la creación de herramientas Excel que se nutren de reportes de salidas del sistema DISTRA para evaluar, entre tantas alternativas de adquisición de mercancías respecto a sus demandas estimadas, aquellas que optimicen la obtención de ingresos conforme a los márgenes comerciales.

El esquema a continuación muestra el proceso que se propone:

Esquema 1. Aplicación Excel en Interacción con el sistema DISTRA



Fuente: Reportes del Sistema DISTRA referente a la familia de producto Químico.

Tabla 1. Familia de Productos de Ferretería

Químico Código	Descripción	u/m	C	P COSTO	TASA O MARGEN	P VTA	IMPORTE
					12.45%		
3612008N11100001	Neumático, 175/70 R-13	u	1	31888.77	3970.15	35858.92	35858.92
4642019N00002805	Batería, Litio, 72V 24.5 Ah	u	1	15116.65	1882.02	16998.67	16998.67
4642019N00002818	Batería de Ácido 12V 7 Ah	u	1	14179.09	1765.29	15944.39	15944.39
3532223N07120901	Desincrustante, envase de 1 L	u	1	116.61	14.51	131.1279	131.13
3532223N07100901	Pinaroma, envase de 1 L	u	1	472.73	58.85	531.5849	531.58

Fuente: Reporte del Sistema DISTRA referente a la familia de producto Ferretería

Tabla 2. Familia de Productos Químicos

Químico Código	Descripción	u/m	C	P COSTO	TASA O MARGEN	P VTA	IMPORTE
3532323N060070901	Champú, Natural, sin sal, envase 1 L	u	1	531.82	52.75	584.5765	584.57
2824306N020000005	Capa, de agua, artesanal	u	1	1592.74	157.99	1750.74	1750.74
2822805N090600010	Ropa, de Trabajo, (Pantalón y Camisa)	u	1	1663.2	164.98	1828.18	1828.18
3532323N060070901	Champú, Natural, sin sal, envase 1 L	u	1	531.82	52.75	584.5765	584.57
2824306N020000005	Capa, de agua, artesanal	u	1	1592.74	157.99	1750.74	1750.74

Se destaca el contraste del margen comercial de ambas familias de productos.

CONCLUSIONES

No basta dedicar empeños en maximizar ventas si se descuida la estructura de esas ventas respecto a las tasas de margen comercial a fin de maximizar el VAB.

Dada la asignación de tasas de márgenes comerciales diferenciadas, por familia de productos, así serán igualmente diferenciadas las cuantías de VAB.

No es suficiente priorizar la adquisición de mercancías con tasas de margen comercial ventajosas si no se tiene en cuenta su demanda.

Identificar la gama de mercancías con tasas de margen comercial y su demanda para fundamentar su adquisición, le es imprescindible una gestión de base de datos personalizada acompañada de métodos estadísticos de pronósticos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Antelo Comp., R. (2015). *Análisis económico para la toma de decisiones*. Félix Varela.

Decreto 87/2023. *De la organización del sistema salarial en el sistema empresarial estatal cubano*. 2 de junio de 2023. Gaceta Oficial No. 48 Ordinaria. https://www.gacetaoficial.gob.cu/sites/default/files/goc-2023-o48_1.pdf

Demestre, R. (2004). *Técnicas para analizar los estados financieros*. Pueblo y Educación.

Gavilán, R., Guezuraga, F., & Beitia, I. (2008). *Guía básica para la gestión económico-financiera en organizaciones no lucrativas*. Edición Berekintza. <https://repositorio.3seuskadi.eus/coleccion/guia-basica-para-la-gestion-economica-financiera-en-organizaciones-no-lucrativas-septiembre-2008/>

Resolución 602/2015 [Ministerio de Finanzas y Precios]. *Establece normas específicas de la Contabilidad Gubernamental para el sector Gobierno a nivel provincial, las que se aplicarán con carácter experimental*. Proforma de Estados de Valor Agregado Bruto para el Plan 2016. 4 de septiembre de 2015.

Resolución No. 313/2020 [Ministerio de Finanzas y Precios]. *Establece las Tasas Máximas de Margen Comercial*. 10 de diciembre de 2020. Gaceta Oficial No. 70 Extraordinaria. https://www.gacetaoficial.gob.cu/sites/default/files/goc-2020-ex70_0.pdf

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores se responsabilizan con el contenido del artículo y declaran no tener asociación personal o comercial que pueda generar conflicto de intereses en relación con este. Además, certifican que todos los documentos presentados son libres de derecho de autor o con derechos declarados y, por lo tanto, asumen cualquier litigio o reclamación

relacionada con derechos de propiedad intelectual, exonerando de toda responsabilidad a la revista Ekotemas.

CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES

Luis Bernet Banegas Rodríguez: Diseño de la investigación, análisis de los fundamentos teóricos y redacción del artículo. Concepción del modelo teórico diseñado, donde integró herramientas del control de gestión, como parte de las soluciones implementadas.

Gilmar Aguilera Basulto: Análisis de los fundamentos teóricos y redacción del artículo.

Agustín Acosta Sabina: Revisión crítica del artículo y aprobación de la versión final.

Juan Manuel Betancourt López: Revisión bibliográfica, confección de instrumentos y su aplicación, recopilación de la información.