

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD



**La importancia de la eficiencia en el proceso de comercialización para
mejorar la rentabilidad y liquidez en las empresas**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN CONTABILIDAD**

AUTOR

Danny Yair Adanaque Quesquen

ASESOR

Maribel Carranza Torres

<https://orcid.org/0000-0002-5120-4295>

Chiclayo, 2023

TESIS INFORME-ADANAQUE

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	4%
2	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	2%
5	repositorio.unac.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	1%
9	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	<1%

10	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.unprg.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	pt.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
13	repositorio.monterrico.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
14	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
15	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
16	repositorio.usil.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
17	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
18	Submitted to Universidad Nacional Mayor de San Marcos Trabajo del estudiante	<1 %
19	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
20	repository.unab.edu.co Fuente de Internet	<1 %
21	vsip.info	

	Fuente de Internet	<1 %
22	Submitted to Universidad de Manizales Trabajo del estudiante	<1 %
23	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	www.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
25	Submitted to Universidad de Huelva Trabajo del estudiante	<1 %
26	www.weltbild.de Fuente de Internet	<1 %
27	davidapazablog.files.wordpress.com Fuente de Internet	<1 %
28	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
29	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
30	repositorio.unasam.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
31	Luis Roberto Asencio Cristobal, Edwin González Ascencio, Mariana Lozano Robles. "El inventario como determinante en la	<1 %

rentabilidad de las distribuidoras farmacéuticas.", Retos, 2017

Publicación

32	oaji.net Fuente de Internet	<1 %
33	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
34	Submitted to Jose Maria Vargas University Trabajo del estudiante	<1 %
35	Submitted to Universidad Peruana de Las Americas Trabajo del estudiante	<1 %
36	fdocuments.mx Fuente de Internet	<1 %
37	papyrus.bib.umontreal.ca Fuente de Internet	<1 %
38	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
39	www.scielo.br Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 20 words

Excluir bibliografía

Apagado

Índice

Resumen	7
Abstract	8
Introducción.....	9
Método.....	10
Desarrollo y discusión	10
Conclusiones	16
Referencias.....	17

Resumen

La eficiencia en el proceso de comercialización en las empresas es muy importante, porque garantiza su rentabilidad y liquidez, en base a esto se obtendrá información relevante para la toma de decisiones. Dentro del sector comercial son pocas las empresas que les dan la importancia debida y seguimiento a sus procesos mediante flujogramas o indicadores de gestión. Por este motivo, es importante tener a la mano información confiable y fidedigna de cada proceso de comercialización, ya que esto permitirá conocer la rentabilidad y liquidez por la que está pasando la empresa, y en base a ello se tomarán las decisiones pertinentes. De acuerdo a lo antes mencionado y basado sobre la revisión de documentos de fuentes primarias y secundarias en las bases de datos se ha desarrollado el presente artículo de revisión con el objetivo de conocer la importancia de la eficiencia en el proceso de comercialización y su efecto en la rentabilidad y liquidez en las empresas.

Palabras clave: Eficiencia, rentabilidad, liquidez

Abstract

The efficiency in the commercialization process in companies is very important, because it will guarantee their profitability and liquidity, based on this, relevant information will be obtained for decision making. Within the commercial sector, there are few companies that give due importance and follow-up to their processes through flowcharts or management indicators. For this reason, it is important to have reliable and trustworthy information on hand for each marketing process, since this will allow knowing the profitability and liquidity that the company is going through, and based on this, the pertinent decisions will be made. In accordance with the aforementioned and based on the review of documents from primary and secondary sources in the databases, this review article has been developed with the objective of knowing the importance of efficiency in the commercialization process and its effect on profitability and liquidity in companies.

Keywords: Efficiency, profitability, liquidity

Introducción

La liquidez y rentabilidad son de vital importancia para la supervivencia y un mejor manejo de las empresas, dado que se complementan como fin financiero (García, 2014). Sin embargo, la falta de eficiencia en el proceso de comercialización amenaza la situación económica-financiera de cualquier empresa, a medida que crecen, reconocen la necesidad de gestionar mejor sus procesos.

Según Suárez (2014, como se citó en el diccionario Espasa Calpe, 2005), eficiencia es la capacidad para lograr objetivos usando los mejores medios posibles. Evidentemente, esta definición se debe a que la eficiencia generalmente busca alcanzar una meta establecida con un uso mínimo de recursos o con el mismo cúmulo de recursos ir más allá de lo que se propone; asimismo, la eficiencia se mide a través de indicadores, permitiendo evaluar con precisión los resultados de una empresa (Cantero y Leiva, 2016).

En la actualidad, las empresas comerciales con el tiempo han ido incrementando sus operaciones haciendo de sus procesos más complejos teniendo efecto en su rentabilidad y liquidez. Juntamente, uno de los sellos distintivos de las organizaciones modernas es la inclusión de indicadores de gestión en sus procesos que pueden medir el desempeño o señalar las deficiencias para aplicar las acciones correctivas necesarias.

Los motivos que se consideran incidentes comúnmente en las empresas comerciales son la gestión en almacén y en la distribución. La gestión del almacén controla y mantiene toda la mercadería inventariada y debe utilizar medidas de seguridad físicas adecuadas para proteger los artículos contra robos y daños por obsolescencia, deterioro y manipulación (Brent y Travis, 2008).

Por otro lado, en la distribución existen falencias que generalmente está relacionado con la repartición errónea, caen en la necesidad de visitar entre dos a tres veces el lugar de recepción al momento de completar una entrega y no existe una comunicación eficiente entre los agentes involucrados en la distribución de productos (Domínguez, 2013).

El presente artículo de revisión tiene como objetivo conocer la importancia de la eficiencia en el proceso de comercialización y su efecto en la rentabilidad y liquidez en las empresas en base al pensamiento de distintos autores, de tal forma que brinde apoyo en el control, detección y prevención de riesgos. Por el motivo antes mencionado, se plantea la siguiente pregunta problema ¿De qué manera siendo eficiente en el proceso de comercialización se puede mejorar en la rentabilidad y liquidez en las empresas?

Método

El presente artículo de investigación se llevó a cabo mediante la búsqueda de palabras clave: eficiencia, rentabilidad, liquidez en las bases de datos, como tales tenemos: Dialnet, Redalyc y otras de acceso abierto. En base a lo descrito anteriormente, se puede afirmar que la investigación se encuentra apoyada en una literatura para su entendimiento.

Desarrollo y discusión

La rentabilidad y la liquidez son clave para valorar y gestionar la situación por la que están pasando las empresas. A su vez, en la mayoría de casos no existe un control en los procesos de comercialización o en todo caso no les dan la importancia debida. Por lo tanto, es importante manejar de manera eficiente los procesos comerciales ya que garantizan la rentabilidad y el crecimiento de la empresa en el mercado.

Eficiencia

La eficiencia es de suma importancia para las empresas “comerciales” porque está presente en todos los procesos de comercialización. La eficiencia es crucial para aprovechar al máximo los recursos, reducir costos, mejorar la productividad de los trabajadores y adaptarse a los cambios en un mercado competitivo.

Según García, et al. (2019) determina que la eficiencia se basa en el óptimo uso de los recursos. La eficiencia se utiliza para vincular el esfuerzo a los resultados alcanzados. Cuanto mayor sea el resultado, más eficiente es. Cuando obtiene mejores resultados con el menor uso de recursos y esfuerzo, su eficiencia aumenta. Se toman en cuenta dos elementos para medir y a la vez evaluar la eficiencia de una organización: "costo" y "tiempo". A su vez, la eficiencia no solo genera beneficios económicos para las empresas, sino que también promueve el desarrollo del talento, el desarrollo de los trabajadores y el progreso de las empresas.

Desde un enfoque administrativo, la eficiencia significa utilización correcta de los recursos (medios de producción) disponibles. Puede definirse mediante la ecuación $E = P/R$, donde P son los productos resultantes y R los recursos utilizados (Chiavenato, 2006, p. 52).

Desde un enfoque económico, según Gregory Mankiw (2012) define a la eficiencia como la “propiedad mediante la cual la organización alcanza el máximo beneficio de sus escasos recursos”.

Procesos de comercialización

Se pueden identificar varios procesos esenciales para el funcionamiento. A continuación, mencionaré algunos procesos que son comunes en las empresas comerciales:

Proceso de compras

Nogales (2007) hace mención de que esta actividad incluye la comprensión de las necesidades, ubicación y selección de proveedores, negociación de precios y condiciones, y seguimiento de los compromisos de entrega. A su vez, el autor clasifica a las compras por diversos índices:

- Tipo de requerimiento: Depende del área que requiere el insumo.
- Frecuencia: Dependiendo de la cantidad de órdenes que se emiten en un período de tiempo.
- Naturaleza física o química: Depende del material que se compra.
- Tipo de transporte: Depende del medio de transporte.
- Valor en inventario: Hace referencia a la magnitud de dinero inmóvil por concepto de inventario de los productos comprados.

Proceso de almacenamiento

Silva (2006) menciona que es el lugar donde se conserva varios tipos de mercadería. Se controlan mediante una política de inventario. Este proceso se encarga de controlar físicamente y mantener en buen estado todos los artículos de inventario. Al preparar las estrategias para el almacenamiento se debe determinar el sistema de gestión de almacenes y el modelo de almacenamiento de forma coordinada. Asimismo, el autor clasifica a los almacenes según sus parámetros:

- Según su relación con el flujo de producción: Depende al sector al que pertenece.
- Según su ubicación: Depende si es al interior o al aire libre.
- Según el material a almacenar: Depende su composición.
- Según su localización: Son centrales o regionales.
- Según su función logística: Depende del uso logístico que se le otorgue.

Proceso de ventas

De acuerdo con Stanton, Etzel y Walker (2007) El proceso de ventas “es la sucesión lógica de cuatro procedimientos que toma un vendedor al tratar con un potencial comprador para obtener una respuesta deseada (generalmente una compra) del cliente. A continuación, la secuencia lógica según los autores:

1. Prospección
2. Preacercamiento a los prospectos individuales
3. Presentación del mensaje de ventas
4. Servicios posventa

Proceso de distribución

Acosta (2017) Los canales encargados de la distribución satisfacen las necesidades del cliente a través de la disponibilidad del producto o servicio, distancias más cortas y tiempos de reacción más cortos.

Acosta (2017, como se citó en Sainz, 2000) los canales de distribución mantienen el cuidado de funciones tales como:

- Centralizar las decisiones y las ventas.
- Reducir el número total de operaciones comerciales.
- Permitir la adecuación de las calidades y cantidades ofrecidas.
- Participar en la financiación de los productos.
- Constituir eficaces canales de comunicación.
- Construirá efectuar las actividades de transporte, almacenamiento entregar la mercancía y promoción.
- Contribuir a reducir el coste de las ventas y el transporte.
- Pueden constituir una partida del activo del fabricante.
- Participar en los flujos de distribución (posesión física, propiedad, negociación, financiación, pago, riesgo, pedido e información de los mercados).

Es fundamental que los procesos de comercialización sean controlados mediante índices, parámetros, secuencias lógicas y funciones asignadas. El control en los procesos comerciales es fundamental para mejorar el rendimiento, cumplir los objetivos, detectar deficiencias, reducir riesgos y facilitar decisiones informadas. Ayuda a mejorar la eficiencia de la empresa y a alcanzar los resultados deseados.

Gestión por procesos en empresas

Para Jordán (2017) la gestión por procesos “es el elemento principal para alinear fundamentalmente el trabajo con requerimientos y expectativas de los clientes mediante el diseño de procesos con elevado valor agregado”. Las características más importantes en la gestión por procesos son:

- Hacer únicamente procesos en los que seamos los mejores.
- Tener solo lo necesario.
- Fortaleza en la tecnología de la información.
- Enfocar al cliente y a los resultados.
- Personas educadas (de alta capacidad de respuesta).
- Sistemas de gestión del talento humano que apoyen la consolidación de la organización que aprende.
- Flexibilidad de los procesos.
- Permite un cambio de paradigma en la gestión de procesos.

De acuerdo con Martínez y Cegarra (2014) La gestión de procesos se puede conceptualizar como la forma en que se gestiona toda una organización en función de los procesos. Estos se definen como un conjunto de actividades encaminadas a agregar valor a los insumos para lograr resultados.

La gestión por procesos en las empresas son las decisiones tomadas por un alto mando y el óptimo funcionamiento de cada proceso, asumiendo la responsabilidad. En el caso de contar con un gerente o responsable de cada proceso comercial no capacitado surgirán problemas como decisiones incorrectas afectando de manera negativa al funcionamiento y por ende a los resultados de la empresa.

Importancia de la gestión por procesos

Desde la perspectiva de Mallar (2010) Los cambios en la comprensión de las actividades comerciales, que a su vez dieron lugar a otras consideraciones teóricas organizacionales en las que el interés también se desplazó de la estructura al proceso, los llamados procesos de gestión, se convirtieron cada vez más en el foco de los enfoques estructurados para mejorar el desempeño a través del diseño riguroso y ejecución cuidadosa de todos los procesos en una organización.

Zaratiegui (s.f) Los procesos tienen un papel importante ya que se consideran la base operativa de la mayoría de las organizaciones y, cada vez más, también la base estructural de un número creciente de empresas.

Es esencial e importante para las empresas contar con una adecuada gestión por procesos porque sirve para aumentar la eficiencia, la calidad, la orientación al cliente y la mejora continua de la empresa. Brinda a las organizaciones una estructura sólida y permite una mayor transparencia, responsabilidad y toma de decisiones basada en datos confiables.

Rentabilidad

La rentabilidad es la diferencia entre los ingresos y gastos como también es el retorno sobre la inversión, siendo una evaluación para la gestión empresarial, medida a través de las ventas, activos y capital (Contreras y Díaz, 2015).

Aspectos importantes de la rentabilidad

Rentabilidad financiera (ROE)

Gutiérrez y Tapia (2016) La rentabilidad financiera es una medida relativa de las ganancias que se utiliza para evaluar el desempeño de una empresa y medir su capacidad para recompensar a los accionistas. Se calcula dividiendo el beneficio después de impuestos por el patrimonio neto.

Rentabilidad económica (ROA)

Gutiérrez y Tapia (2016) La rentabilidad económica indica la eficacia con la que se utiliza un activo, independientemente de los costos de financiación, para generar ingresos que los propietarios y los prestamistas pueden reembolsar. Está relacionado con los beneficios que la empresa recibe de las inversiones y no hay diferencia entre recursos propios y recursos externos.

Rentabilidad sobre ventas (ROS)

Gutiérrez y Tapia (2016) La rentabilidad de las ventas, o ROS, se define como el margen de beneficio resultante de las ventas netas en un año, que es el margen de beneficio bruto dividido por las ventas.

Así pues, se puede mencionar que la rentabilidad es esencial para las empresas, ya que permite evaluar la gestión y el rendimiento. Partiendo de esta idea, notamos la importancia que es tener un adecuado control de procesos de comercialización puesto que afectará de forma favorable en la rentabilidad de la empresa proporcionando una ventaja competitiva en el sector al que pertenece, a su vez, la rentabilidad proporciona información para la toma de decisiones estratégicas.

Liquidez

La liquidez de una empresa representa su flexibilidad para cumplir con las obligaciones a corto plazo a medida que vencen. La liquidez se refiere a la solvencia de la situación financiera general de la empresa, es decir, la habilidad con la que puede pagar sus cuentas (Gitman y Chad, 2012, p.65).

Aspectos importantes de la liquidez

Liquidez General

Tanaka (2001) Esta relación generalmente determina la liquidez de una empresa o la capacidad para administrar su deuda de manera ordenada en el corto plazo.

Prueba Ácida

Tanaka (2001) Es una medida más directa de la liquidez ya que las partidas menos líquidas, a saber, los gastos pagados por adelantado y las existencias, se deducen del activo corriente.

Liquidez Absoluta

Tanaka (2001) Este indicador afecta a las partidas más líquidas del activo circulante (efectivo, bancos y valores negociables) y del pasivo circulante. Nos da una idea de cuánto tiempo puede operar una empresa con sus inversiones más líquidas.

Teniendo en cuenta lo citado anteriormente, podemos afirmar que la liquidez es primordial para las empresas porque permite cumplir con sus obligaciones financieras en el

corto plazo, por lo tanto, una adecuada gestión garantiza estabilidad y crecimiento. Sin embargo, de no controlar de manera eficiente los procesos de comercialización afectará significativamente en los resultados. Es importante reducir la duración y rotación de los inventarios en almacén para que se convierta en activo líquido con rapidez.

Conclusiones

Se concluye que la eficiencia en el proceso de comercialización de las empresas tiene un papel importante que permitirá detectar las deficiencias y subsanarlas. Lo cual afectará directamente al logro de sus objetivos y maximización de sus utilidades. En otras palabras, un adecuado control del proceso de comercialización hará que las empresas sean rentables, líquidas y competentes con el tiempo.

Una buena gestión por procesos son decisiones que afectan de manera correcta al funcionamiento de la empresa. Al adoptar un enfoque basado en procesos, las empresas comerciales podrán identificar y mejorar las fases críticas del proceso de comercialización, optimizar la utilización de recursos, reducir costos, minimizar los tiempos de espera y mejorar la calidad del servicio.

Por último, es importante que la empresa invierta parte de sus recursos líquidos en la capacitación y el desarrollo de sus gerentes para asegurar que estén preparados y capacitados para tomar decisiones efectivas y estratégicas con el fin de que su rentabilidad aumente. Por lo tanto, un continuo monitoreo a los procesos de comercialización, a los indicadores de rentabilidad y a los indicadores de liquidez servirá de apoyo en la obtención de información relevante para la buena toma de decisiones.

Referencias

- García Restrepo, L. Y. (2014). Liquidez y Rentabilidad como factor determinante en el éxito de las empresas. Programa de Contaduría Pública, 1-15. https://lareferencia.info/vufind/Record/CO_15b3ad3d117b3f32bd576a6bae98fcd0
- Suárez R., O. (2014). La eficiencia productiva como indicador de desempeño empresarial. Revista Economía y Negocios, 5(1), 14-23. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8489610>
- Cantero Cora, H., & Leyva Cardeñoso, E. (2016). La rentabilidad económica, un factor para alcanzar la eficiencia empresarial. Ciencias Holguín, XXII(4), 1-17. <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181548029004.pdf>
- Brent, W., & Travis, T. (2008). A review of inventory management research in major logistics journals: Themes and future directions. The International Journal of Logistics Management, 19(2), 212–232. <https://doi.org/10.1108/09574090810895960>
- Domínguez Sarabia, A. (2013). Modelización del comportamiento de los comerciantes ante nuevas políticas de reparto urbano de mercancías. España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=38041>
- García Guilianny, J., Cazallo Antúnez, A., Barragan Morales, C. E., Mercado Zapata, M., Olarte Durán, L., & Meza Rodríguez, V. (2019). Indicadores de Eficacia y Eficiencia en la gestión de procura de materiales en empresas del sector construcción del Departamento del Atlántico, Colombia. Revista Espacios, 40(22), 16-27. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n22/a19v40n22p16.pdf>
- Chiavenato, I. (2006). Introducción a la teoría general de la administración (C. L. d. I. Fuente Chávez & E. L. Montañó Serrano, Trans.; 7° ed.). McGraw-Hill. https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15525/mod_resource/content/0/Chiavenato%20I%20dalverto.%20Introducci%C3%B3n%20a%20la%20teor%C3%ADa%20general%20de%20la%20Administraci%C3%B3n.pdf
- Mankiw, N. G. (2012). Principios de economía (M. G. Meza y Staines & M. D. P. Carril Villarreal, Trans.; 6° ed.). Cengage Learning. <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/bd2711c3969d92b67fcf71d844bcbaed.pdf>

- Nogales González, R. (2007). Cambio de concepto de Compras a Cadena de Suministros. *Revista Ciencias Holguín*, XIII(1), 1-12. <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181517922006.pdf>
- Silva Sánchez, A. N. (2006). Logística de almacenamiento (Issue 1-38) [Master of science in logistics management]. https://tauniversity.org/sites/default/files/tesis/inf_2_alvaro_silva_0.pdf
- Etzel, M. J., Carranza Garza, A., Stanton, W. J., & Walker, B. J. (2007). Fundamentos de marketing (14° ed.). McGraw-Hill Interamericana. <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Acosta, A. L. (2017). Canales de Distribución (1° ed.). Areandino. <https://core.ac.uk/download/pdf/326423549.pdf>
- Jordán Vaca, J. E. (2017). Gestión por procesos como herramienta clave para el mejoramiento continuo en empresas comerciales caso MP. *Sur Academia*, 1(7), 47-58. <https://revistas.unl.edu.ec/index.php/suracademia/article/view/478>
- Martinez, A., & Cegarra, J. (2014). Gestión por Procesos de Negocios: Organización Horizontal. Madrid, España: Ecobook.
- Mallar, M. Á. (2010). La gestión por procesos: un enfoque de gestión eficiente. *Visión de Futuro*, 13(1). <https://www.redalyc.org/pdf/3579/357935475004.pdf>
- Zaratiegui, J. R. (s.f). La gestión por procesos: su papel e importancia en la empresa. *Economía Industrial*, (No. 330), 81-88. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=70066>
- Contreras Salluca, N. P., & Díaz Correa, E. D. (2015). Estructura financiera y rentabilidad: origen, teorías y definiciones. *Revista Valor Contable*, 2(1), 35-44. https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/824
- Gutiérrez Janampa, J. A., & Tapia Reyes, J. P. (2016). Liquidez y rentabilidad. Una revisión conceptual y sus dimensiones. *Revista Valor Contable*, 3(1), 9-32. https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1229
- Gitman, L. & Chad J, Z. (2012). Principios de Administración Financiera (12° ed.). México: Pearson Educación.

Tanaka Nakasone, G. (2001). Análisis de Estados Financieros Para la Toma de Decisiones (1° ed.). Pontificia Universidad Católica del Perú.
<https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/181459>