

República Bolivariana de Venezuela
Universidad de Los Andes
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial
Sección de Postgrado
Maestría en Administración - Mención Finanzas

**Efecto de la fijación de precios en la rentabilidad de las empresas
ferreteras del municipio Campo Elías del Estado Mérida, Venezuela, en el
marco de la Ley Orgánica de Precios Justos**

Autor: Lic. Juan Carlos García Contreras

Tutora: Dra. Marysela Coromoto Morillo Moreno

Mérida, noviembre de 2018

c.c Reconocimiento

ÍNDICE GENERAL

	Pp
LISTA DE CUADROS	vi
LISTA DE FIGURAS	vi
LISTA DE TABLAS	vi
LISTA DE GRÁFICOS	vii
RESUMEN	x
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULOS	
I EL PROBLEMA	
Planteamiento de problema	5
Formulación del problema	5
Objetivos de la investigación	15
Objetivo general	15
Objetivos específicos	15
Justificación de la investigación	16
Alcance de la investigación	17
II MARCO TEÓRICO	
Antecedentes	18

Bases Teóricas	22
Definición de empresa, tamaños, y tipos según forma jurídica	22
Costos para la toma de las decisiones gerenciales	23
Generalidades de la contabilidad de costos	24
Terminología y clasificación de costos	26
Decisiones de fijación de precios	31
Fijación estratégica de precios	40
Rentabilidad	42
Bases legales	48
Disposiciones legales para la elaboración de la estructura de costos y la fijación de precios	52
Discrepancias entre las VEN-NIF y la LOPJ 2015	61
Operacionalización de las variables	63
III MARCO METODOLÓGICO	
Enfoque y Diseño de la investigación	65
Población y Muestra	67
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Información	70
Validez de los de Instrumentos de Recolección de información	71
Técnicas de procesamiento y análisis de datos	73
IV PRESENTACION Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	
Caracterización de las Ferreterías de la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida	75
Estructura de costos en las ferreterías, en el marco de la Ley Orgánica de Precios Justos y de la contabilidad de costos	81

convencional

Determinación de precios en las ferreterías de la ciudad de Ejido,
Municipio Campo Elías del Estado Mérida, en el marco de la LOPJ 2015 y de la contabilidad de costos 91

Rentabilidad de las ferreterías, de la ciudad de Ejido, municipio
Campo Elías del estado Mérida en el marco de la LOPJ y la contabilidad de costos 103

V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones 122

Recomendaciones 133

Futuras líneas de investigación 138

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 139

ANEXOS

Instrumento de recolección de datos: Cuestionario estructurado

Validación del Instrumento de recolección de datos

LISTA DE CUADROS

		Pp.
Cuadro N° 1	Ejemplo Estructura de Costos	30
	Estructura de costos de acuerdo a la Providencia	
Cuadro N° 2	Administrativa N° 003/2014, para la fabricación de bienes y la prestación de servicios	55
Cuadro N° 3	Operacionalización de las variables	

LISTA DE FIGURAS

		Pp.
Figura N° 1	Margen Bruto en Ventas	44
Figura N° 2	Margen neto de utilidad	44
Figura N° 3	Fórmula del punto de equilibrio	47
Figura N° 4	Margen máximo de intermediación	58
Figura N° 5	Distribución del margen de ganancia máxima en cadena de valor industrial	59

LISTA DE TABLAS

		Pp.
Tabla N° 1	Fijación de precios y estructura de costos, a nivel de productor	56
Tabla N° 2	Fijación de precios y estructura de costos, en cadena de valor industrial	60
Tabla N° 3	Empresas ferreteras ubicadas en el Municipio Campo Elías	68
Tabla N° 4	Porcentaje participación empresas ferreteras	69
Tabla N° 5	Empresas ferreteras objeto de estudio registradas en el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria del	76

	municipio Campo Elías (SAMATCE)	
Tabla N° 6	Escala de Likert sobre la actitud de los ferreteros a fijar precios en función del nivel de costos	95
Tabla N° 7	Factores considerados para fijar el PMVP cuando no son fijados por el proveedor	98
Tabla N° 8	Costos y gastos considerados al fijar el PMVP cuando el mismo no es fijado por el proveedor	98
Tabla N° 9	Margen promedio de comercialización por grupo de productos ofertados	106

LISTA DE GRÁFICOS

		Pp.
Gráfico N° 1	Proporción de empresas estudiadas	69
Gráfico N° 2	Cantidad de empleados que labora en las empresas estudiadas	77
Gráfico N° 3	Nivel de instrucción del personal encuestado	78
Gráfico N° 4	Cargo Ocupado por el personal encuestado en la empresa	78
Gráfico N° 5	Porcentaje de ferreterías que comercializan cada uno de los tipos de Productos	80
Gráfico N° 6	Costos considerados como costo del producto vendido	82
Gráfico N° 7	Existencia de tratamientos para incorporar los gastos de transporte sobre compras, como parte del costo	83
Gráfico N° 8	Costos de funcionamiento incurridos en las ferreterías	85
Gráfico N° 9	Conocimiento de la empresa sobre la estructura de costos por tipo de producto	86
Gráfico N° 10	Ajuste de las estructuras de costos según los lineamientos de la Providencia Administrativa 003/2014	86
Gráfico N° 11	Contribución de los basamentos legales a la organización	87

	de la empresa	
Gráfico N° 12	Opinión de los empresarios sobre la exclusión de costos y gastos de la estructura de costos, impuesta por la Providencia Administrativa 003/2014	88
Gráfico N° 13	Porcentaje que representa los gastos operativos o de funcionamiento respecto al costo de ventas	89
Gráfico N° 14	Métodos de valoración de inventarios que utiliza la empresa	91
Gráfico N° 15	Porcentaje de ferreterías que reciben productos con PMVP marcado por su proveedor, por rubros de productos	93
Gráfico N° 16	Opiniones de los ferreteros respecto a técnicas a considerarse al momento de fijar precios	97
Gráfico N° 17	Margen de utilidad de los productos adquiridos cuyo PMVP no es fijado por el proveedor	102
Gráfico N° 18	Nivel de Ventas, por grupo de productos comercializados	104
Gráfico N° 19	Margen de ganancia promedio por grupo de productos comercializados	107
Gráfico N° 20	Nivel de rentabilidad, por grupo de productos comercializados	109
Gráfico N° 21	Factores que inciden en la rentabilidad de las empresas ferreteras	111
Gráfico N° 22	¿Considera usted que la empresa debe utilizar sus niveles de costos fijos para aumentar los niveles de rentabilidad o utilidades?	113
Gráfico N° 23	Actualmente la empresa utiliza la estrategia de variar sus niveles de costos fijos para aumentar sus niveles de rentabilidad	114
Gráfico N° 24	¿Considera usted que la empresa debe utilizar sus niveles de endeudamiento externo para aumentar sus niveles de	116

	rentabilidad o utilidades?	
Gráfico N° 25	Uso de los niveles de endeudamiento externo para aumentar sus niveles de rentabilidad	116
Gráfico N° 26	¿En la empresa se conoce con exactitud la cantidad mínima de ventas que debe alcanzarse para cubrir la totalidad de sus costos y gastos?	117
Gráfico N° 27	Se utiliza la información del Punto del Equilibrio para la fijación de precios y/o la maximización de beneficios	118
Gráfico N° 28	Conformidad de los ferreteros con el margen máximo de utilidad 30% sobre la estructura de costos dispuesto por la LOPJ (2015)	120
Gráfico N° 29	De la conformidad con el margen máximo de intermediación del 60% dispuesto por la Providencia Administrativa 070/ 2015	121

www.bdigital.ula.ve

República Bolivariana de Venezuela
Universidad de Los Andes
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial
Sección de Postgrado
Maestría en Administración - Mención Finanzas

**Efecto de la fijación de precios en la rentabilidad de las empresas
ferreteras del municipio Campo Elías del Estado Mérida, Venezuela, en el
marco de la Ley Orgánica de Precios Justos**

Autor: Lic. Juan C García
Tutora: Dra. Marysela Morillo
Fecha: Octubre 2018

RESUMEN

Con el propósito de evaluar el efecto de la fijación de precios, en la rentabilidad de las Ferreterías, en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida en el marco de la Ley Orgánica de Precios Justos del año 2015, se diseñó un estudio de tipo analítico no experimental, basado en un censo de la totalidad de empresas ferreteras ubicadas en la ciudad de Ejido Municipio Campo Elías, que se encontraron activas al momento de la recogida de datos. Con una tasa de respuesta del 40%, se halló que los conceptos considerados como costo del producto vendido al momento de fijar los precios, son los costos según factura de la mercancía comprada, los Impuestos no recuperables o transferibles al consumidor y los costos de transporte, fletes o traslado. Ninguno de los ferreteros considera en el costo de sus productos vendidos aranceles y gastos de importación (aduanas), al no ser importadores de los productos que comercializan. Sobre el marcaje y fijación de precios, más de la mitad de los precios (PMVP) de artículos ofertados por las ferreterías encuestadas no son fijados y marcados o etiquetados por su proveedor, lo cual evidencia cierto incumplimiento legal por parte de los sujetos de aplicación, en lo que a la Providencia Administrativa 070/2015 se refiere. Dado el incumplimiento del marcaje de PMVP por parte del proveedor, que conduce al riesgo de remoción de precios por parte de los integrantes de la cadena de comercialización, se recomiendan mayores actividades de fiscalización por parte de la entes competentes de la SUNDDE.

Palabras claves: costos, contabilidad, gerencia, precios y rentabilidad.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad a nivel mundial es habitual el progreso de las organizaciones con fines de lucro en diversos sectores de la economía, compañías que se esmeran en obtener el punto óptimo entre niveles de costos mínimos y la máxima calidad en la entrega de su producto o servicio. La globalización de la economía, conlleva a la exigente competencia entre empresas en diversos países presionadas por los mercados para renovar y aumentar sus capacidades operativas; sirviendo esto como desafío para que las empresas, tanto manufactureras como de servicios, se esfuercen en mantener determinados niveles de sustentabilidad o al menos ser empresas sostenibles con resultados eficaces y eficientes en su gestión.

Venezuela actualmente atraviesa por una crisis económica y social de difícil superación desde hace varios años y que pareciera que se agrava. Una de las probables causas de la crisis económica y social venezolana es la caída de su aparato productivo, por el acceso restringido a las divisas necesarias para adquirir o reponer insumos básicos o para la compra de mercancías en la continuidad de sus operaciones cotidianas; ello se ha agravado por la falta de apoyo de las instituciones del estado para suministrar las divisas, por lo que recurren a otros medios poco económicos como el muy conocido mercado paralelo (con precios exorbitantes del dólar), lo cual estimula a su vez la inflación y al mismo tiempo escasez y desabastecimiento de bienes y servicios.

A pesar de las adversidades, la creciente demanda de productos y el emprendimiento del sector privado han propiciado el surgimiento y

sostenimiento de empresas dedicadas al sector comercial, entre éstas las ferreterías, empresas que contribuyen y apoyan al sector de la construcción, como reflejo del grado de desarrollo en la infraestructura de un país. En estas circunstancias las ferreterías proyectan un potencial significativo, con el objetivo de impulsar el crecimiento económico de un país; adicionalmente y medido en términos de bienestar colectivo, las ferreterías son fuentes generadoras de empleo. Actualmente el sector ferretero también se ha visto fuertemente afectado, por la situación económica del país, debido a la escasez de productos para reponer inventarios, la regulación en los precios de sus productos entre otros factores que dificultan su producción y rentabilidad.

El gobierno venezolano ante esta situación, reiteradamente señala su oposición a las políticas de mercado y a la liberalización comercial, razón por la cual su actuación se ha caracterizado por las regulaciones.

Como parte de estas regulaciones, en Venezuela, desde hace varios años se han instrumentado un conjunto de leyes para la fijación o determinación de precios de los bienes y servicios ofertados en el territorio nacional, para garantizar el acceso de la población a los bienes y servicios. Específicamente, con la entrada en vigencia y la aplicación de la Ley de Costos y Precios Justos en el año 2011, derogada posteriormente a principios del año 2014 por la Ley Orgánica de Precios Justos, derogada ésta última más tarde por la Ley Orgánica de Precios Justos 2015 (LOPJ 2015), dichas leyes propuestas con la finalidad de regular todos los mecanismos para la determinación de precios en los productos o servicios provistos en todas las relaciones establecidas entre sujetos de derecho público o privado, natural o jurídico, nacional o extranjero (comerciales, productivas, de prestación de servicio e importación), en todo el territorio nacional.

Por lo anterior, la presente investigación está orientada a estudiar los procedimientos de estructuración de costos, para la determinación y fijación de precios en los productos comercializados por las ferreterías ubicadas en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías Estado Mérida; en virtud de analizar las diferencias existentes entre los lineamientos para la estructuración de costos y la fijación de precios establecida por la contabilidad de costos convencional y la enmarcada en la Ley Orgánica de Precios Justos 2015 (LOPJ 2015), La Providencia Administrativa N° 003/2014 y la Providencia Administrativa N° 070/2015.

A partir de las observaciones realizadas se evidenciaron algunas equivocaciones o inexactitudes en los procedimientos empleados por los sujetos de estudio en cuanto a sus modelos de estructuras de costos, métodos de asignación de precios, y aplicación del instrumento legal que los rige en sus operaciones medulares (compra y venta de mercancía); debilidades que conllevan a prácticas que afectan la rentabilidad de sus negocios y al mismo tiempo aceleran la vulnerabilidad de dichas empresas ante sanciones por el desconocimiento o desapego a la ley. De igual forma en la investigación se recabaron las opiniones de los ferreteros respecto a los instrumentos legales que rigen actualmente en el país, y a los cuales deben someterse.

El siguiente trabajo de investigación se estructura de la siguiente forma: el primer capítulo se expone el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación, la justificación, el alcance y la delimitación de la investigación. Luego en el segundo capítulo, se presenta el marco teórico del estudio, contenido de los antecedentes de la investigación y las bases teóricas, las variables del estudio, que servirán de marco para la construcción de los instrumentos de recolección de datos y el análisis de la información recolectada. En el tercer capítulo se exponen las estrategias metodológicas

diseñadas para el alcance de los objetivos de investigación planteados. El cuarto capítulo contiene los resultados hallados, a partir de los datos recogidos y analizados. Finalmente se presenta el quinto capítulo el cual contiene las conclusiones, recomendaciones y las futuras líneas de investigación del estudio, seguidas de las referencias bibliográficas y anexos de la investigación.

www.bdigital.ula.ve

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Actualmente el mundo tiene un crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) del 2,4%, Latinoamérica y el Caribe por su parte manifiestan un caída en su PIB con un -0,7%, y nuestro país Venezuela sumido en una grave crisis político, económica y social con una cifra alarmante y en decaimiento de su PIB -5,7%, para el año finalizado 2015, según datos del Banco Mundial (B.M.) (2016); ésta institución define al PIB como la suma del valor agregado bruto de todos los productores residentes en la economía más todo impuesto a los productos, menos todo subsidio no incluido en el valor de los productos, se calcula sin hacer deducciones por depreciación de bienes manufacturados o por agotamiento y degradación de recursos naturales; y se expresa en dólares de los Estados Unidos.

Existen múltiples agentes que perjudican la economía venezolana, de manera global concurren factores como la caída comercial desde el año 2014 de los países latinoamericanos, que dependen en gran medida de las exportaciones de materias primas hacia Estados Unidos, Europa y Asia, dichos países latinoamericanos experimentaron una disminución en sus intercambios comerciales con esas regiones, gracias al débil crecimiento en la Unión Europea y la desaceleración de Asia, arrastrada por China.

En el informe de tendencias sobre Venezuela publicado por el Centro de Estudios Latinoamericanos (Cesla) (2015) durante el último trimestre del

2014, diagnosticó el riesgo del país como “alto” por varias razones: el declive de los precios del petróleo a nivel mundial (principal fuente de ingresos del país) que presiona el mercado paralelo de divisas (en Venezuela rige un férreo control cambiario desde 2003) y el riesgo inminente de “default” económico, también producto de la caída sostenida de los precios del crudo.

El gobierno de Venezuela reiteradamente señaló su oposición a las políticas de mercado y a la liberalización comercial, razón por la cual su actuación internacional se ha caracterizado por satanizar la globalización y oponerse a todos aquellos esfuerzos de crecimiento económico por la vía del sector privado. La percepción entre los inversionistas extranjeros está fuertemente influida por medidas de carácter unilateral que reflejan inseguridad jurídica y exceso de regulaciones para realizar dichas inversiones.

La caída del PIB venezolano y la crisis que vive el país no obedece exclusivamente a políticas económicas desacertadas sino a una conducción gubernamental sin respeto a límites legales en el área económica-financiera por el gobierno de turno; hay que recordar que Venezuela, durante el gobierno de Hugo Chávez, perdió su capacidad industrial y competitiva. La economía venezolana sufrió cambios significativos con la disminución de la oferta exportable, el cierre de numerosas empresas, la estatización de algunas de las más importantes y la crisis de las industrias de Guayana.

Aunado a los problemas antes mencionados, el Banco Central de Venezuela (BCV) informó que la inflación de 2015 llegó hasta 180,9%. Esa cifra es una de las más altas que se han registrado en la historia económica del país y fue la más elevada en el mundo durante ese año.

Otro elemento a tomar en cuenta es la dependencia a importaciones con dólares no disponibles en el mercado con un valor sumamente alto, debido al control cambiario impuesto por el gobierno a través de instituciones al frente de esta materia y los organismos creados para evitar fuga de divisas en Venezuela, la adquisición de moneda extranjera es autorizada a través del Centro de Comercio Exterior (CENCOEX), mediante dos sistemas de cambio a saber: el tipo de cambio protegido (DIPRO) y el tipo de cambio complementario flotante de mercado (DICOM), según convenio cambiario número 35 de fecha 09 de marzo de 2016 publicado en gaceta oficial 40.865.

El CENCOEX controla el acceso del aparato productivo, de servicios y comercial para adquirir dólares, empresas que componen dicho aparato buscan restituir insumos básicos o la compra de mercancías para continuar sus operaciones cotidianas, al no contar con el apoyo del CENCOEX recurren a medios poco económicos como el muy conocido mercado paralelo (con precios exorbitantes del dólar) que estimula la inflación, al mismo tiempo que se ve reflejada la escasez y desabastecimiento de bienes que actualmente padecemos los venezolanos.

En el año 1995, Ramonet (citado por Molina, 2004), comenta las causas por las cuales muchos países no han logrado minimizar los problemas de producción; primordialmente en aquellos de mediano y bajo ingreso, donde la inflación, la exclusión social, el desempleo y la pobreza, atentan en contra del poder adquisitivo de grandes masas poblacionales. En este sentido Dehollain (citado por Molina, 2004), menciona algunos de los factores involucrados en las dificultades de las personas en el acceso a los bienes y servicios, manifestados a su vez en dos variables interrelacionadas. La primera variable contempla: la disponibilidad (producción, transformación, distribución, comercio exterior, puesta en mercado de productos), mientras que la segunda incluye el acceso a dichos bienes y servicios (nivel y

distribución del ingreso, tasa de empleo y desempleo, características sociales y culturales de la población).

En Venezuela pese a las adversidades, la creciente demanda de productos y el emprendimiento del sector privado ha propiciado el surgimiento y sostenimiento de empresas dedicadas al sector comercial, entre éstas las ferreterías, empresas que contribuyen y apoyan al sector de la construcción, el cual refleja el grado de desarrollo en la infraestructura de un país. Las ferreterías proyectan un potencial significativo, con el objetivo de impulsar el crecimiento económico; medido en términos de bienestar colectivo, son fuentes generadoras de empleo. Actualmente el sector ferretero también se ha visto fuertemente afectado por la situación económica del país, debido a la escasez de productos para reponer inventarios, la regulación en los precios de sus productos entre otros factores que dificultan su rentabilidad.

Respecto a las regulaciones de precios, Stefani (2013), comenta, los gobiernos venezolanos desde la década de los años 60 han buscado combatir el flagelo de la inflación, con mayor incidencia en las clases sociales de menos recursos a través de la implementación de regímenes de control de precios. Dichos regímenes, señalan límites de precios sobre los productos considerados necesarios, clasificados como de primera necesidad; en ocasiones asigna las competencias de fiscalización de dichos regímenes a órganos de la administración pública, con la finalidad de proteger el poder adquisitivo de los consumidores.

De acuerdo a Morillo (2013), en Venezuela desde el año 2011, el Ejecutivo nacional ha implementado leyes para la fijación de precios de bienes y servicios del sector empresarial, en ese mismo año se promulga la Ley de Costos y Precios Justos según Gaceta Oficial N° 39.715; siendo

derogada en el año 2014 cuando se publicó la Ley Orgánica de Precios Justos (LOPJ), mediante Gaceta Oficial N° 40.340, y esta última a su vez queda derogada por la Ley Orgánica de Precios Justos (LOPJ) publicada el 08 de noviembre de 2015 de acuerdo a la Gaceta Oficial N° 6.202; ésta Ley vigente tiene por objeto, según su Art. 1:

Establecer las normas para la determinación de precios de bienes y servicios, los márgenes de ganancia, los mecanismos de comercialización, y los controles que se deben ejercer para garantizar el acceso de las personas a bienes y servicios a precios justos, que conlleven a la satisfacción de sus necesidades en condiciones de justicia y equidad, con el fin de proteger los ingresos de las ciudadanas y ciudadanos, y muy especialmente, el salario de las trabajadoras y los trabajadores (p. 1).

Y los sujetos de aplicación de esta ley serán: las personas naturales y jurídicas de derecho público o privado, nacionales o extranjeras, que desarrollen actividades económicas en el territorio de la república Bolivariana de Venezuela, incluidas las que se realizan a través de medios electrónicos. Según lo dispuesto en el artículo 2 de la referida LOPJ del año 2015.

De acuerdo a la teoría económica, existen diferentes formas de fijar el precio a un bien o servicio, entre las que destacan según Warren, Reeve y Duchac (2010), las condiciones de mercado (que se fundamenta en la demanda y en la competencia) y los niveles o estructura de costos (métodos del costo total, del producto y/o variable), los cuales ocupan un lugar predominante en el proceso de fijación de precios. También, según Márquez (2005), las variaciones en el entorno legal e incertidumbre económica son presiones que al momento de establecer precios, convierten el trabajo en una actividad más complicada para la organización y, conducen a los involucrados a desviarse de los métodos acostumbrados de fijación de precios.

Por otro lado en cuanto al margen de ganancias de las empresas, componente básico de la fijación de precios el cual también es regulado por la LOPJ 2015, Stefani (2013) indica que en un mercado sano el margen de ganancia que se desea, siempre estará sujeto al precio que el comprador esté dispuesto a pagar por un bien o servicio, pero nunca se debería ver restringido por lo que el Estado considere unilateralmente como margen justo.

Respecto a la estructura de costos, en Venezuela, el 07 de febrero del año 2014 es publicada en Gaceta oficial N° 40.351 la Providencia Administrativa N° 003/2014, mediante la cual se fijan los criterios contables generales para la determinación de precios justos, de uso obligatorio para los sujetos de aplicación de la Ley Orgánica de Precios Justos (LOPJ. 2015) en la adecuación de sus estructuras de costos que les permitan determinar sus precios justos.

www.bdigital.ula.ve

En lo concerniente al establecimiento de precios por parte de los sujetos de aplicación, es promulgada en Gaceta oficial N° 40.775 de fecha 27 de octubre de 2015 la providencia Administrativa N°070/2015, mediante la cual se regulan las modalidades para la determinación, fijación y marcaje de precios en todo el territorio nacional.

La Providencia Administrativa 003, la Providencia Administrativa 070 y la Ley Orgánica de Precios Justos del año 2015 antes citadas, han sido ejes de múltiples debates entre el sector público y privado (empresarial y contable), debido a discrepancias deducidas de la interpretación del contenido de dicho marco legal.

Las anteriores discordancias son producto de, según Martínez (2014) la providencia 003/2014 excluye algunos gastos y costos presentes en los

registros contables de las empresas, al mismo tiempo que transformará la normas, procedimientos y criterios contables, de la contabilidad de costos convencional y de las Normas de Información Financiera aceptadas en Venezuela (VEN-NIF), para costear o valorar inventarios y determinar el costo de ventas, así como los tratamientos contables de los gastos operacionales.

En este sentido, Rojas (2014) comenta que, hasta ahora el único órgano que emite normas y Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en Venezuela, es la Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela FCCPV, lo cual se contrapone al objeto de la Providencia 003/2014 de establecer criterios contables generales que deberán utilizar los sujetos de aplicación.

Por otra parte, en el marco de la LOPJ del año 2015, muchos empresarios y entes de la actividad productiva de Venezuela, incluidas las empresas ferreteras temen la merma de su rentabilidad por la exclusión de algunos costos, tales como gastos de distribución, gastos financieros, y parte importante de los gastos operativos (gastos ajenos a la producción), de su estructura de costos para la determinación de sus precios, según las disposiciones de la Providencia Administrativa 003/2014 y la Providencia Administrativa 070/2015. Además temen por el desconocimiento o la incorrecta aplicación de las normativas administrativas, contables y procedimientos, por parte de los funcionarios encargados de fiscalizar el cumplimiento de la LOPJ 2015 y las Providencias Administrativas. En este sentido afirma Semtei (2014), la ley castiga la productividad, y existen riesgos de que la misma sea aplicada a discrecionalidad del inspector o el funcionario de la Superintendencia Nacional para la Defensa de los Derechos Socio Económicos (SUNDDE) encargado de hacer las fiscalizaciones.

Respecto a la función fiscalizadora de la LOPJ y sus procesos de actualización de precios controlados, Álvarez (2014) indica que, si los elementos del costo aumentan de modo permanente, pero los precios permanecen congelados o sin actualización, llegará un momento en que los costos superan el precio regulado, por lo que ni siquiera las empresas de la economía solidaria podrían producir. Ciertamente, cuando la rigidez de los controles de precio produce pérdidas para las empresas, se desestimula la producción y reaparecen los problemas de escasez, caldo de cultivo perfecto para que surjan las prácticas del acaparamiento y la especulación. De allí la importancia de examinar periódicamente la estructura de costos y mantener actualizados los precios, así como los criterios por los cuales se fijan los precios. Si lo anterior es considerado por los administradores de la Ley, y se actúa de manera consciente, flexible y oportuna, no se castigará la producción, no se generará escasez, acaparamiento o especulación.

Por lo anterior, según el Centro de Investigación, Educación y Consultoría CAPEFI, (2011) la Ley de Costos y Precios Justos (2011) origen de la actual LOPJ del año 2015 puede ser vista como un desafío o una oportunidad, para que las empresas formalicen sus procedimientos contables, lo cual a su vez les permitiría diagnosticar con mayor precisión las ganancias o pérdidas por las ventas de los productos y/o servicios ofrecidos. En este sentido Morillo (2013) expone que, aunque el nivel de precios no pueda ser fijado por la empresa debido a restricciones establecidas por diversos factores, entre estos el Estado, a la empresa le favorece conocer qué margen de ganancia percibe por cada uno de sus productos, así como su estructura de costos, con la finalidad de seguir fabricándolos o dedicarse a la elaboración de otros, mantenerse en el ramo ó cambiar de negocio.

Sobre la exclusión de costos y gastos, es de resaltar que las empresas ferreteras venezolanas más que subsistir, buscan crecer, beneficiarse de

las ganancias de sus productos, a la vez de establecerse sólidamente en sus mercados pero con múltiples obstáculos (escasez de mercancías, regulación de precios, disposiciones en materia laboral, entre otras) en sus procesos. Estos deseos intrínsecos de cada organización lucrativa, se convierten en difíciles retos a ser alcanzados, ante una estructura de costos y precios altamente regulada. Por ello hay que tener presente que de continuar las ferreterías trabajando con un margen máximo de ganancia establecido en 30 por ciento por la LOPJ del año 2015, y sin considerar algunos costos importantes (excluidos por la Providencia Administrativa 003/2014) de sus estructuras de costos para fijar precios, las ferreterías inevitablemente se verán conducidas a reducir su rentabilidad; por lo que sería necesario advertirle al Estado y a la SUNDDE como órgano rector de la LOPJ del año 2015, que revise sus normas y exigencias contables, con el fin de implantar reglas menos perjudiciales para los entes productivos del país.

Ante el panorama descrito se considera pertinente estudiar los efectos de los procesos de fijación de precios, y a su vez de la estructuración de costos, en la rentabilidad operativa de las empresas dedicadas al sector comercial específicamente las ferreterías ubicadas en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías Estado Mérida; en virtud de las diferencias existentes entre los lineamientos para la estructuración de costos y la fijación de precios establecida por la contabilidad de costos convencional y la enmarcada en la Ley Orgánica de Precios Justos del año 2015, la Providencia Administrativa N° 003/2014 y la Providencia Administrativa N° 070/2015.

Considerando lo anterior, la presente investigación se orienta por la siguiente interrogante general: ¿Cómo ha sido afectada la rentabilidad por los procesos de las regulaciones de fijación de precios y la estructuración de costos contemplada en la Ley Orgánica de Precios Justos (2015) en

empresas dedicadas al sector comercial?, específicamente en las ferreterías ubicadas en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías Estado Mérida.

La anterior interrogante de investigación se sistematiza de la siguiente manera:

- 1) ¿Qué características describen las Ferreterías ubicadas en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida?
- 2) ¿Cuál es la estructura de costos en el marco de la Ley Orgánica de Precios Justos del año 2015 (LOPJ. 2015) y de la contabilidad de costos convencional en las Ferreterías ubicadas en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías Del Estado Mérida?
- 3) ¿Cómo es el proceso de fijación de precios en el marco de la LOPJ del año 2015 y de la contabilidad de costos, en las Ferreterías ubicadas en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida?
- 4) ¿Cuál es la rentabilidad operativa de las Ferreterías, en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida en el marco de la LOPJ del año 2015 y de la contabilidad de costos?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Evaluar el efecto de la fijación de precios, en la rentabilidad de las Ferreterías, en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida en el marco de la Ley Orgánica de Precios Justos del año 2015.

Objetivos Específicos

- 1) Caracterizar las Ferreterías ubicadas en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida.
- 2) Identificar la estructura de costos en el marco de la Ley Orgánica de Precios Justos del año 2015 (LOPJ. 2015) y de la contabilidad de costos convencional en las Ferreterías ubicadas en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida.
- 3) Determinar los procesos de fijación de precios en el marco de la LOPJ del año 2015 y de la contabilidad de costos, en las Ferreterías ubicadas en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida.
- 4) Analizar los niveles de venta y rentabilidad obtenidos por las Ferreterías, en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida, así como las estrategias utilizadas para lograr la sostenibilidad de la rentabilidad, en el marco de la LOPJ del año 2015.

Justificación de la Investigación

La investigación propuesta busca analizarla diferencia entre la rentabilidad operativa de las empresas a través del marco de la Ley Orgánica de Precios Justos 2015 (LOPJ, 2015) y la contabilidad de costos convencional, analizando los factores influyentes; permitiendo al investigador contrastar los márgenes de ganancias obtenidos por ambos métodos. Por lo anterior la presente investigación, intenta demostrar la incidencia o repercusión de la aplicación de la LOPJ del año 2015 en la rentabilidad de las Ferreterías ubicadas en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida.

Los resultados de la comparación y análisis de la estructura de costos, en el marco de la LOPJ del año 2015 y la contabilidad de costos convencional, brindan información valiosa para la toma de decisiones en cuanto a fijación de precios y rentabilidad de los productos en las empresas antes mencionadas; siendo una contribución apreciable en las operaciones de tipo administrativo y contable de los actuales y futuros emprendedores de este sector. También se considera que los resultados de la investigación representan una contribución importante para los órganos públicos encargados de legislar y aplicar la LOPJ del año 2015, tales como la SUNDDE.

Finalmente, la temática de la presente investigación hace que la misma se encuentre enmarcada dentro de la sub línea de investigación: Gestión de Costos, la cual a su vez se enmarca dentro de la línea de investigación Finanzas Organizacionales de la Sección de Investigación del Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial (CIDE).

Alcance de la Investigación

El ámbito de aplicación de este trabajo investigativo se demarca en tres áreas, las cuales comprenden:

El espacio geográfico, que delimita la ubicación territorial donde se llevará a cabo la investigación, está definido en este caso por las empresas ferreteras existentes dentro del perímetro de la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida; el segmento de ferreterías circunscritas es significativo y relevante por su incidencia en el sistema comercial de la zona antes descrita.

Son tomadas en cuenta es esta investigación las ferreterías situadas en la localidad descrita en el párrafo anterior, debido a su relevancia como sector comercial además de la gran afluencia de público en general, percibida por estos establecimientos.

El área ó dimensión teórica es precisada por los conceptos que conciernen a la contabilidad de costos y los mecanismos de fijación de precios, partiendo de sus definiciones básicas, métodos, técnicas y teorías; comprendidos en la contabilidad como una ciencia social, que sirve de base para predecir y explicar los fenómenos relativos a la administración de las empresas.

Por último la extensión temporal, abarcará los años 2014 y 2015, en los cuales son promulgadas las normativas Providencia 003, Ley Orgánica de Precios Justos y Providencia 070, que son de adaptación inmediata y exigidas por el instrumento legal a los sujetos de estudio de la investigación. Igualmente el alcance temporal también se ubicó en los años 2016 y 2017, periodo en los cuales fueron recolectados los datos.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

El siguiente capítulo contiene el marco de referencia para la presente investigación, específicamente contiene los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y el marco legal o normativas vinculadas a las variables de investigación definidas en los objetivos propuestos. Igualmente este marco teórico es la fundamentación básica para el análisis de resultados obtenidos y finalmente para la formulación de recomendaciones y sugerencias.

Antecedentes de la Investigación

A través de la búsqueda de diferentes documentos relacionados al tema de investigación, se presentan algunos estudios vinculados, sirviendo éstos de sustento y base enriquecedora para el desarrollo del mismo.

Al indagar en los diferentes contenidos sobre las variables principales de la investigación (fijación de precios, estructura de costos y rentabilidad) se han encontrado diversos documentos publicados en las dos últimas décadas que debido a su explicitud, profundidad, y amplitud son tomados en cuenta como antecesores del objeto de estudio, algunos de ellos pese a su antigüedad brindan cuantiosa información para ser valorada al momento de desarrollar el trabajo de investigación.

Antecedentes internacionales

Inicialmente, más allá de las fronteras de Venezuela, se halló un trabajo realizado por Lázaro (2008), referido a la fijación estratégica de precios de una empresa productora y comercializadora de alimentos. En este trabajo se analizó la fijación de precios en una empresa productora y comercializadora de alimentos, en un momento en el cual el gobierno mexicano tomaba medidas contra la usura y la inflación (para contener la especulación y propiciar un descenso en los precios de los alimentos); como se haría en otras regiones del mundo incluidas Venezuela. El investigador determinó que la empresa establece el precio de venta de acuerdo a un método basado en el costo, omitiendo las variables asociadas al marketing y a las estrategias de negocio; por ello propone hacer mejoras a los componentes del método para que posteriormente se implemente un método dirigido hacia las ganancias en el cual se interrelacionan los elementos antes mencionados y que en conjunto logren establecer precios en forma rentable.

Entre las múltiples contribuciones de esta investigación se encuentra la diferencia entre la fijación de precios y la fijación estratégica de precios. La primera está orientada hacia un solo elemento ya sea costos, marketing o estrategia, actuando cada uno por su lado, a diferencia de la segunda en donde se coordinan las decisiones de cada uno de los elementos (costos, marketing y estrategia de negocio), lo que implica crear un equilibrio entre el deseo del consumidor y la necesidad de la empresa.

Antecedentes Nacionales

Seguidamente se halló un trabajo de investigación desarrollado por Márquez (2005), que tiene como finalidad dar una mirada integral a la decisión de precios de la organización. En tal sentido, el investigador plantea que, según la oferta del mercado escogido, el ejecutivo de la organización deberá responder a la siguiente interrogante: ¿Cuál es el precio correcto a ser asignado a la oferta? Esta posibilidad hace necesario entender lo que el precio significa desde la óptica del mercadólogo, y comentar el papel que este elemento de la mezcla juega en la economía y en la organización.

El autor en su investigación, advierte que la fijación de precios es un ejercicio complejo, el cual debe dar como resultado un precio correcto, fruto de un sistema de fijación adaptativo, alimentado constantemente por un programa de investigación sobre precios. Entre las contribuciones de este trabajo se encuentran lo siguiente: siendo la asignación de recursos escasos una forma de maximizar el bienestar común, en la economía de mercado, tal objetivo se logra utilizando a los precios como mecanismo de asignación de recursos. Es decir, los precios determinan qué se va a producir, cómo y para quién producir. Además, el cambio de precios orienta la inversión que se realiza en recursos; por ejemplo, si el precio de un producto comienza a ascender, ante costos por unidad que permanecen inalterados, el productor se motiva a incrementar su oferta y para ello deberá adquirir una mayor cantidad de recursos.

Continuando con el compendio de investigaciones previas que han estudiado las variables objeto de investigación es necesario hacer referencia al trabajo realizado por Morillo (2013), referido a la Contabilidad de costos en el marco de la Ley de Costos y Precios Justos. Según este trabajo, con la entrada en vigencia y la aplicación de la Ley de Costos y Precios Justos, del

año 2011, y del funcionamiento del sistema automatizado de administración de precios (SISAP), en Venezuela, la información para fijar sus precios a ser suministrada por los empresarios de cualquier rama de actividad económica, debe ser la reportada por el sistema contable de la empresa, debiendo estar constantemente actualizada, para el posterior uso de forma confidencial y sujeta a verificación.

La estructura de costos a ser informada es similar a la concebida por la contabilidad de costos convencional (costos directos e indirectos de la transformación de materiales o prestación del servicio y gastos generales de la empresa). Adicionalmente por ser información a ser utilizada con fines externos y como parte de la contabilidad financiera, la misma debe atender a las regulaciones establecidas por las Normas Internacionales de Información Financiera para Pymes (NIIF) y la normativa legal vigente de Impuesto Sobre la Renta, en lo que concierne a los costos incluidos por adquisición de bienes, comisiones y contribuciones directamente imputables, descuentos, entre otros.

Concluye Morillo (2013), que en la dinámica organizacional, las presiones de la competencia, la globalización, las regulaciones del Estado, entre otras, han impulsado el estudio de la estructura de costos para la toma de decisiones, lo cual amerita que, los esquemas esenciales cuenten con estructuras, métodos y procedimientos adecuados para el cálculo y presentación del costo de producción. Comúnmente, la contabilidad de costos ha tenido un uso limitado para las grandes organizaciones, por ser éstas las únicas capaces de crear y mantener financieramente los sistemas automatizados necesarios para el desarrollo fluido de dicha contabilidad, quedando rezagadas pequeñas y medianas empresas por su desinterés y/o dificultad financiera para soportar sistemas contables más complejos y automatizados.

Bases Teóricas

Definición de empresa, tamaños, y tipos según forma jurídica

A los fines de caracterizar las empresas objeto de estudio, es importante abordar algunos fundamentos teóricos, que hacen referencia a las empresas según su tamaño y forma jurídica.

De acuerdo a Palomec, (1989) la palabra empresa es definida en un primer sentido como el conjunto de medios propios y adecuados para alcanzar un fin determinado, complementando después en otra acepción como: casa de comercio, taller o fabrica industrial, compañía, o sociedad mercantil; agregando además que la empresa es la suma del capital y trabajo, teniendo por misión obtener beneficios, a partir de aportes de productos, servicios o satisfactores sociales, siendo éstos de real interés al mercado.

En Venezuela, existen diversas formas de medir el tamaño de una empresa, una de más comunes se basada en el número de empleados. De acuerdo al Programa Mundial de Encuestas Industriales de la Organización para las Naciones Unidas (ONU, 1990), los establecimientos pueden agruparse según su tamaño, es por ello que la microempresa venezolana tiene menos de cinco trabajadores, una empresa pequeña tiene entre 5 y 20 trabajadores, una empresa mediana emplea entre 21 y 100 trabajadores, y una empresa grande posee más de 100.

Respecto a la forma jurídica, la actividad comercial de cada empresa puede ser manejada de forma individual o colectiva, en la legislación venezolana los comerciantes regularizan todas sus actividades por la

disciplina denominada Derecho Mercantil y el instrumento jurídico principal que contiene la mayoría de las disposiciones jurídicas que los reglamentan es el Código de Comercio.

A partir de lo anterior, en Venezuela, las personas jurídicas se clasifican, según el artículo 202 del referido Código de Comercio (1955), en:

- **Compañía en nombre colectivo**, en la cual las obligaciones sociales están garantizadas por la responsabilidad limitada y solidaria de todos los socios.

- **Compañía en comandita**, en la cual las obligaciones sociales están garantizadas por la responsabilidad limitada y solidaria de uno o más socios, llamados socios solidarios o comanditantes y por la responsabilidad limitada a una suma determinada de uno o más socios, llamados comanditarios. El capital de los comanditarios puede estar dividido en acciones.

- **Compañía anónima**, en la cual las obligaciones sociales están garantizadas por un capital determinado y en la que los socios no están obligados sino por el monto de su acción.

- **Compañía de responsabilidad limitada**, en la cual las obligaciones sociales están garantizadas por un capital determinado, dividido en cuotas de participación, las cuales no podrán estar representadas en ningún caso por acciones o títulos negociables.

Costos para la toma de las decisiones gerenciales

En la actualidad las organizaciones les urge tomar decisiones para desarrollar sus proyectos estratégicos y alcanzar sus objetivos. En estas circunstancias las clasificaciones de costos y gastos son fundamentales en el momento de tomar decisiones de introducir o retirar un producto o un servicio nuevo al mercado; procesos de tercerización, entre otras muchas decisiones;

dado que una clasificación y estructuración adecuada de costos de la empresa o del proyecto, permitirán ubicar los niveles de riesgo y niveles de maniobra de la empresa (Uribe, 2011).

Usualmente la información de costos y su estructuración han sido reportes generados por la contabilidad de costos. Pese a las presiones legales y del entorno comercial, generalmente la contabilidad de costos ha sido delimitada en su uso para los grandes industriales, al ser los únicos aptos de soportar financieramente los sistemas contables automatizados necesarios para el desarrollo fluido de dicha contabilidad. Lo anterior se debe fundamentalmente a dos razones. Primero, cuando se menciona contabilidad de costos sin especificar el tipo de organización a la cual se aplica se asume que se trata de contabilidad para empresas manufactureras o de transformación; y en segundo lugar la información, tanto la requerida para el funcionamiento del sistema de contabilidad de costos como la reportada por este, suele ser amplia, extensa y detallada, por ser una herramienta administrativa.

Generalidades de la contabilidad de costos. Antes de abordar lo que se conoce como estructura de costos, es importante considerar ciertos aspectos que preceden al abordaje de la estructura como lo es la contabilidad de costos, la cual de acuerdo a Morillo (2003) es la rama de la contabilidad encargada de identificar, recolectar, registrar, presentar y analizar la información relacionada con el costo de fabricación de un bien o la prestación de un servicio, la cual producto de su extensión tiene una gran gama de funciones

Según Cabrera (2012), en primer lugar, a la contabilidad de costos le compete calcular el costo de fabricación o de prestación del servicio ofertado, comprendidos los costos de las materias primas, de mano de obra y de

costos indirectos de fabricación cometidos, en un proceso específico, o departamento. Todo ello a los fines de calcular el costo de los productos a ser inventariados (valorar inventarios) o servicio ofrecido.

En segundo lugar, Morillo (2003) indica que, la contabilidad de costos debe comunicar en detalle acerca de los costos incurridos en marketing y ventas (exportaciones, facturaciones, relaciones públicas, promoción, etc.), así como los costos y utilidades derivadas por cada línea de productos, por los canales de distribución utilizados, por zonas de ventas y por clientes, a los fines de tomar múltiples decisiones.

Para todos los fines anteriormente enunciados se debe disponer de una estructura de costos adecuada.

De acuerdo a Suárez (2005) la información suministrada por la contabilidad de costos es una herramienta de gran utilidad para la mayoría de las empresas (comerciales, manufactureras y de servicios), pese a que generalmente se relaciona a la contabilidad de costos con la producción, donde está íntimamente ligada con el proceso de fabricación. Ciertamente la contabilidad de costos en sus inicios estuvo fuertemente vinculada por su marcado uso a nivel fabril, pero a partir de una concepción amplia conferida al proceso productivo¹, la misma puede ser utilizada en el sector servicios, incluyendo el comercial.

¹Acción encargada de generar bienes y servicios mediante la transformación, y a través de la intervención de la mano de obra, maquinas y otros recursos a través de un proceso o pasos especialmente diseñadas o planeados para tal fin (Villalobos, 2008).

Terminología y clasificación de costos. En cuanto a la terminología de la contabilidad de costos, es preciso abordar la definición de los términos como costos, gastos y pérdidas.

Para Horngren, Datar y Raján (2012) un costo es un sacrificio de recursos para la alcanzar un objetivo específico, como por ejemplo, los materiales directos o la publicidad, medido por lo general en cantidades monetarias a pagarse para adquirir bienes o servicios. De allí que, según Uribe (2011), con los costos se aspira producir un beneficio futuro, por lo que están relacionados con los ingresos; y donde una vez generados los ingresos dichos costos se convierten en un costo expirado, o en un gasto. Es por ello, que los costos se diferencian de los gastos y las pérdidas.

Los gastos, son erogaciones de dinero que han contribuido a obtener beneficios o ingresos para la empresa, son costos vencidos que no generaran más utilidades, y por ende corresponde destinarlos a los ingresos del período. Los gastos también están asociados con aquellas cifras en las que se incurre pero que no fueron necesarias para la elaboración de los productos o para la generación de los servicios, es decir, son erogaciones relacionadas con la administración, las ventas, la distribución y la financiación, entre otras (Uribe, 2011). Por ello, los gastos son también denominados **costos de periodo** o gastos de operación, reflejados en el estado de resultados, distintos del costo de los productos vendidos, como los costos de marketing, distribución y servicio al cliente, porque se erogan con la expectativa de beneficiar los ingresos en ese periodo y no se espera que beneficien los ingresos de periodos futuros (Horngren et al. 2012).

La pérdida son costos de los cuales la empresa no ha recibido ni aguarda recibir favor alguno, son desgastes en la participación de la empresa de las que no se espera compensación alguna.

Otros términos importantes en el ámbito de la contabilidad de costos son los costos del producto y los costos del periodo. Los costos de producción (o del producto) son aquellos que se asocian con la manufactura de artículos o con la prestación de servicios (Uribe, 2011). Los costos que no son de producción (no productivos), tal como se explicó y denominados costos del periodo, se asocian con las funciones de venta y de administración. En el caso de los artículos tangibles, los costos de producción y los no productivos reciben el nombre de costos de manufactura y costos no manufactureros, respectivamente (Hansen y Mowen, 2007).

Los costos del producto se determinan de forma directa e indirecta a un producto, de allí que se a su vez se clasifican en los costos de materiales directos e indirectos, mano de obra directa e indirecta, y otros costos indirectos de fábrica, los cuales se constituyen como elementos del costo de producción (Horngren, et al. 2012). Es decir, según Hansen y Mowen (2007), los costos de producción pueden clasificarse a un nivel más detallado como materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos.

Los materiales directos son aquellos que son rastreables al artículo o servicio que se está produciendo. El costo de estos materiales se puede cargar en forma directa a los productos porque se puede utilizar la observación directa para medir la cantidad consumida por cada uno. Los materiales que se vuelven parte de un producto tangible o aquellos materiales que se usan en el suministro de un servicio, por lo general se clasifican como materiales directos. La mano de obra directa es el trabajo que se asigna a los artículos y servicios que se están produciendo (Hansen y Mowen, 2007). Horngren et al. (2012), indican que el costo de la mano de obra directa, es la retribución del esfuerzo físico o mental empleados en la elaboración de un producto, que puede identificarse económicamente. Finalmente, los costos indirectos de fabricación son todos los costos de

producción diferentes de los materiales directos y de la mano de obra directa conocida como carga fabril o gastos de fabricación, los cuales contienen una amplia variedad de conceptos por la necesidad de muchos insumos además de la mano de obra directa y de los materiales directos para elaborar los productos, tales como la depreciación de los edificios y del equipo, el mantenimiento, los suministros, la supervisión, el manejo de materiales, la energía, los impuestos prediales, el cuidado de los terrenos de las fábricas y la seguridad de la planta, entre otros (Hansen y Mowen, 2007).

Dentro de los costos del periodo destacan los gastos de venta de administración y los financieros. Según Uribe (2011), los primeros, son todos los rubros en que se incurre para almacenar y llevar los productos terminados a los diversos consumidores, utilizando los diversos canales de distribución existentes, tales como los costos de transporte, los seguros de la mercancía, las comisiones y los salarios del personal de ventas, y los gastos de publicidad y propaganda, entre otros. Los gastos de administración, son todos los rubros en que se incurre en las funciones de administración, como por ejemplo, los costos de la gerencia general y la depreciación de los activos fijos requeridos en dichas funciones. Finalmente, los gastos financieros son los ocasionados *por* el uso de recursos ajenos, que permiten financiar la empresa.

Otra clasificación importante de costos, de acuerdo al nivel de actividad y fundamental para la toma de decisiones, la conciben Horngren et al. (2012), al clasificar a los costos en variables y fijos, con respecto a una actividad específica y durante un periodo de tiempo determinado; donde un costo variable cambia totalmente en proporción con los cambios relacionados con el nivel de actividad o volumen total, mientras que un costo fijo se mantiene estable en su totalidad durante cierto periodo de tiempo, a pesar de los amplios cambios en el nivel de actividad o volumen total. En este sentido

los costos totales, son los que se acumulan, imputables a un departamento, actividad, producto o servicio o para un periodo en particular, y los costos unitarios son los calculados dividiendo los costos totales entre el número de unidades producidas, expresados generalmente en unidades monetarias por cada unidad de otra medida (litro, kilo, metro entre otras).

Estructura de costos. El proceso de estructuración de costos según Inchausti (2011) comprende la organización de forma práctica de la gestión de costos, fundamentado en las prioridades estratégicas y operativas de la organización, abarcando todas las operaciones, a partir de la capacidad de difusión de información oportuna y de calidad con fines internos y/o externos. Mediante una estructuración sistematizada del costo, la empresa puede conocer lo que Botero (2012) identifica como el conjunto de proporciones que en relación al costo total de la actividad, del sector o de la empresa, constituye cada tipo de costo.

www.bdigital.ula.ve

Las empresas necesitan conocer la estructura de costos de cada uno de sus productos y/o servicios brindados para fijar precios y descuentos adecuados, con el objetivo de cerciorar el retorno de la inversión realizada en los costos de producción y en las erogaciones requeridas para vender, administrar y financiar el negocio, y al mismo tiempo asegurar un margen de utilidad justo que permita afianzarse en un mercado para la supervivencia y crecimiento de la empresa. De tal manera que el conocimiento de la estructura de costos para cada producto se aprovecha para examinar la conveniencia de eliminar líneas de productos, aceptar o rechazar negociaciones a precios fijados por el mercado o controlados por el gobierno (Morillo, 2003).

Una vez identificados los distintos tipos y clasificaciones de costos, es posible identificar los diferentes componentes de una estructura de costos, se muestra un ejemplo de la misma, desglosando solo algunas cuentas de los principales elementos de la estructura de costo.

Cuadro N° 1. Ejemplo Estructura de Costos

Costo de Producción		% de Participación
Materia prima directa	XX	
Mano de obra directa	XX	
Costo indirectos de fabricación	XX	
Total costo de producción	<u>XXX</u>	XX
Costo de venta		
Nómina de ventas	XX	
Gastos de ventas	XX	
Costos de promoción y mercadeo	XX	
Total costo de venta	<u>XXX</u>	XX
Gastos de administración		
Nómina de administración	XX	
Gastos de oficina	XX	
Alquileres	XX	
Total gastos de administración	<u>XXX</u>	XX
Gastos Financieros		
Intereses pagados por préstamos	XX	
Comisiones bancarias	XX	
Total gastos financieros	<u>XXX</u>	XX
Total costo del periodo	<u>XXXX</u>	<u>XXX</u>

Fuente. Elaboración propia tomando datos de Suárez (2005) y Morillo (2013)

Es de resaltar que cada empresa construye su estructura de costos, de acuerdo a la actividad que se dedica, sus necesidades y la normativa contable por la cual se rige.

Decisiones de fijación de precios

La fijación de precios es un tema muy amplio y debatido durante los últimos años y décadas, de la cual se desprenden múltiples teorías, opiniones de estudiosos en la materia, investigaciones, artículos científicos, entre otros textos, que convergen como punto crítico para examinar cómo debería ser asignado ó cual es la mejor estrategia a seguir al momento de establecer el precio de los bienes y servicios, consumidos por los demandantes.

En la literatura de diferentes países de América latina existen posturas relacionadas con la asignación o fijación de precios, mediante sistemas y estrategias que buscan integrar múltiples factores como el costo, la demanda, la competencia y restricciones gubernamentales que confluyen a la hora de establecer el precio de bienes y servicios. La debida fijación del precio en los productos es el punto de partida en la rentabilidad y sustentabilidad de las empresas, del mismo depende la competitividad, desempeño, desenvolvimiento y supervivencia en el mercado. Todas las políticas, modalidades o consideraciones entorno a la fijación de precios, procedente de la planificación estratégica de la organización orientada por las políticas centrales y objetivos establecidos para un periodo de tiempo, en el cual la compañía podría tener diferentes necesidades o prioridades por estar iniciando operaciones (dándose a conocer), haciendo el lanzamiento de un nuevo producto o en la búsqueda de nuevos territorios para disputar su participación de mercado, entre otras posibles causas.

Lo indicado, a modo de introducción, es una breve síntesis de los diferentes tópicos reflejados en las modalidades ó enfoques utilizados para la fijación de precios.

Varios autores han tratado de definir al precio, desde el punto de vista financiero y del marketing. Para Kotler y Armstrong (2008), el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio, o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio; en este sentido, Márquez (2005), indica que existe un precio máximo dado por la percepción de valor del consumidor y un precio mínimo dado por los costos, por lo que el precio de venta girará dentro de estas bandas, según la intensidad de diversas fuerzas (la competencia, las regulaciones, los objetivos de la organización, los factores externos y otros elementos de la mezcla de mercadotecnia).

Desde el punto de vista empresarial o microeconómico según Huyot, 2002 (citado por Lázaro, 2008), el precio podría ser concebido como el resultado de un cálculo económico que permite asegurar un margen bruto para una empresa o un comercio.

Objetivos de la fijación de precios

Básicamente, son muchas las funciones que cumplen los precios. Para Reino y Torres (2012), una de las más importantes es la función de señalización, cuando los precios del mercado se pactan para indicar que los recursos son necesarios, y cuando no lo son, por lo que los precios suben y bajan para reflejar la escasez y excedentes como una relación entre demanda y oferta. Una segunda función es la de racionamiento, cuando la demanda en un mercado es superior a la oferta, o en condiciones de escasez, el precio sube conllevando a que la demanda caiga a la cantidad de

demandantes que tienen la voluntad y capacidad suficiente para pagar dicho precio.

A través de este mecanismo, en las economías de mercado, según Márquez (2005) pueden asignar los recursos escasos entre sus miembros, para la maximización del bienestar común; de esta manera, en las economías de mercado los precios son un mecanismo de asignación de recursos; es decir, determinan lo que se produce, y para quién, lo cual implica la asignación u orientación de las inversiones. De esta forma, por ejemplo, si el precio de un producto asciende, ante costos por unidad que permanecen inalterados, el productor es motivado a incrementar su oferta y para ello deberá adquirir una mayor cantidad de recursos, lo que implica una mayor inversión.

Desde el punto de vista del marketing, comúnmente existen diferentes tipos de precios. Según Márquez (2005) los precios pueden ser menores a los del competidor (precios de penetración), precios iguales (precios de paridad) o precios superiores. Dado que para la empresa, los precios junto a las cantidades vendidas serán los factores que determinaran sus ingresos, los cuales al descontar los gastos en los que se incurre se convertirán en beneficios; con los precios se persiguen varios objetivos entre los que figuran, según Rosas (2011), la utilidad de la cual se espera un rendimiento y también la maximización del mismo, otro objetivo son las ventas, cuando se trata de alcanzar un crecimiento en ventas y generar aumento en la participación de mercado, sin que esto implique una relación con las utilidades; y por último la competitividad, donde se podría igualar los precios de la competencia para mantener paridad de precios.

En términos generales, según Backer, Jacobsen y Ramírez, (1997) los precios cumplen los siguientes objetivos: a) conservar la capacidad actual

de operación de la empresa expresada en el valor de reemplazo de sus activos (propiedad planta y equipo, inventarios, entre otros); y b) atenderlas necesidades de capital de trabajo, tanto por crecimiento como por inflación, lo que a su vez implica generar fondos suficientes para el crecimiento de la empresa, sin estancarse por falta de flujo de fondos. Estos objetivos, conducen a que el proceso de fijación de precios sea un aspecto estratégico y competitivo, por lo que a nivel microeconómico, los procedimientos para la determinación de precios están asociados y dependen de los objetivos y estrategias de las organizaciones (crecimiento, reinversión, rendimiento deseado, penetración o posicionamiento en el mercado, competir, entre otros) y de los plazos de dichos objetivos.

Factores involucrados en la fijación de precios

Es importante tener en cuenta los escenarios en la fijación de precios, según Morillo (2013). Cuando la empresa se sitúa en un mercado donde tiene la libertad o potestad de fijar los precios de sus propios productos o servicios prestados; en dicho escenario la estructura de costos de la organización prima sobre el proceso de determinación de precios, para luego considerar factores externos tales como reacciones de los competidores, comportamiento de la demanda, o marco legal, entre otros. El segundo escenario se da cuando la empresa tiene que afrontar una estructura de precios impuestas por regulaciones del estado o por el orden jurídico, tales como en los mercados agropecuarios y servicios públicos de la mayoría de países.

Barfield, Raiborn y Kinney (2005), también consideran factores cualitativos presentes para la fijación de precios, tales como la perspectiva del cliente respecto al producto o empresa, de lo cual depende su lealtad o

intensiones de compra posterior, de los clientes y la reacción de los competidores.

Otros factores que pudieran ser considerados para fijar o modificar precios incluyen las fluctuaciones en los costos de la producción y distribución, y las condiciones económicas del mercado, como los niveles de empleo y poder adquisitivo de los usuarios, producto del comportamiento de la elasticidad de la demanda. Por lo que Márquez (2005) complementa indicando que se debe conocer la demanda, es decir, qué tan sensible es el comprador ante los cambios en el precio, medido como la elasticidad precio de la demanda, lo cual también incluye el ciclo de vida del producto. Otro elemento, según Márquez (2005) son las metas organizacionales en armonía con los componentes de la mezcla del marketing y la imagen del producto.

En las circunstancias venezolanas, se deben considerar una variedad de factores externos a la organización, al momento de fijar precios. En este sentido Solomon (2001), citado por Lázaro (2008) señala que, las tendencias de las variables económicas tales como: el crecimiento económico, la inflación, el ciclo económico y la confianza del consumidor representan oportunidades o amenazas a considerar a la hora de elegir entre una u otra estrategia de precio. En este mismo contexto, aquellos entornos sujetos al tipo de cambio monetario, los subsidios a los productores, las medidas arancelarias, los mecanismos de integración regional, las presiones ambientales, que han ganado fuerza en la actualidad, la rapidez del proceso tecnológico, la creciente competencia extranjera y los cambios en el entorno legal deben ser consideradas por toda organización, especialmente por aquellas que participan en el comercio internacional.

Cuando las políticas de precios, se establecen para cumplir con sus objetivos organizacionales planteados, las mismas pueden ser, según Reino y Torres (2012), de flexibilización, de fijación según el ciclo de vida del producto, o de descuento. Según Rosas (2011) cuando la política es de flexibilidad de precios, las compañías deben decidir si eligen un precio único para todos los clientes o implementar precios flexibles destinados a varios tipos de clientes. Existe una política conocida como política de desnatado, útil cuando se desconoce la curva de la demanda, según su ciclo de vida, siendo conveniente introducir el producto con un precio alto, y así observar si el mismo es rechazado por el cliente se puede ir bajando hasta llegar a un precio que sea aceptado por el consumidor. Finalmente, la política de descuentos generalmente se aplica en grandes volúmenes de venta, como estrategia para estimular estos elevados niveles. Existen también descuentos estacionales que tratan de estimular la compra de productos en épocas en las cuales la demanda es escasa y de esta forma compensar ventas a lo largo del año.

Métodos de fijación de precios

Entre los distintos métodos de fijación de precios, basados tanto en el nivel de costos, como en factores externos como los niveles de demanda, reacciones de la competencia, entre otros, se tienen los siguientes.

El precio en función del costo. La definición de los precios en función de los costos según Rosas (2011) está descrita por colocar un valor extra a los costos (porcentaje) para obtener el precio de venta, universalmente este es el método más antiguo y conocido. Existen dos formas del cálculo de este precio: el que se basa en el precio de costo completo, en el cual se toma en cuenta todos los costos fijos y variables, con inconveniente de una asignación arbitraria de los costos (indirectos)

especialmente en empresas que producen varios productos con el empleo de equipos comunes.

El cálculo del precio en función de los costos variables imputables exclusivamente a un producto, considera a los costos fijos como una carga global para la empresa. Al total de los costos variables se les asigna un margen de contribución que resulta en un beneficio y también en un excedente que cubra parte de las cargas fijas anteriormente mencionadas. No obstante, este método tiene el inconveniente de no asegurar un margen global que cubra el monto de los costos fijos.

Costeo completo, total o absorbente. Para Backer *et al*, 1997, según esta metodología los precios son iguales a los costos totales de producción (costos de materiales y mano de obra directa, y costos indirectos de fabricación) y los gastos de venta y de administración.

Fijación de precios a partir del costo estándar. Según Morillo (2013) las decisiones de precios también pueden basarse en costos estándar actualizados, fijados sobre una capacidad normal de producción y con un grado de exigencia regular o alcanzable.

Fijación de precios según el costo de conversión. Tal como su denominación lo indica, este es un método de fijación de precios a partir costos parciales, el cual se cimienta en la idea de considerar sólo a los costos de mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación para la fijación de precios.

Fijación de precios a partir del costo marginal o costos diferenciales. Este método según Gayle (1999), centra su atención en la contribución generada por una orden adicional. Este método de fijación de

precios consiste en añadir un margen de ganancia sobre el costo marginal, o costo diferencial.

Fijación de precios a partir del costo directo. Este método, según Morillo (2013), consiste en establecer un precio de venta con un cierto porcentaje por arriba de los costos directos o los factibles de imputar a los productos. Este método podría ser confundido con el método del costo marginal, dado que este último tiene como esencia la determinación de costos evitables, y aunque no exactamente costos directos, en muchas oportunidades los costos evitables implican la condición de ser directos.

Métodos fijación de precios, basados en la demanda y de la competencia. En las estrategias empresariales, existen otra gran variedad de métodos que consideran tanto el comportamiento de la demanda como la competencia. Para Amat y Soldevila (2011) el precio representa un costo para el cliente desde su percepción de valor, quién las elige entre diferentes opciones que proponen otras organizaciones competidoras; por ello las empresas deben estar alerta frente al nivel de precios de sus competidores. Estas técnicas pudieran abarcar el costeo por objetivo, el método de precios diferenciales, el enfoque economicista y el método basado en cláusulas escalatorias.

Según Morillo (2013) comenta que el **Costeo por objetivos** es un método en que el precio es anticipado a partir de la demanda y la competencia, y/o por el nivel de precios impuestos por gobiernos, para consecutivamente hallar el nivel de costos que deberá incurrirse para obtener la utilidad deseada.

Métodos de precios diferenciales. Según Backer *et al*, (1997) se basan en el supuesto de que los compradores pueden dividirse en clases

según sus percepciones, poder adquisitivo y necesidades y deseos, por lo que el costo de atender cada clase de cliente es diferente.

Método economicista. Según Polimeni, Fabozzi y Adelberg (1994), este método consiste en encontrar la intersección entre la curva de la demanda y la curva de la oferta, el cual teóricamente expresa el punto de equilibrio del mercado, dado que las cantidades demandadas indica cuanto estará dispuesto a comprar el usuario a diferentes precios, mientras que las cantidades ofertadas indican cuanto se está dispuesta a ofrecer a los diferentes precios.

Métodos Basados en Clausulas Escalatorias. Según Ramírez (2013), en condiciones de inflación y cuando los periodos de entrega del producto son extensos, los precios de los mismos deben ser ajustados, y más aún cuando no se tiene la seguridad de obtener los insumos a los precios pronosticados. Por ello, tanto el proveedor como el fabricante deben hacer acuerdos, en materia de precios. Igualmente, en el marco de los procesos productivo complejos, según Backer, et al. (1997), cuando dichos procesos son prolongados en el tiempo, o sus productos sean de bajo movimiento, no es conveniente que los precios sean fijados con demasiada anticipación a la venta. En este sentido, es recomendable que el precio sea revisado y ajustado al momento de entregar el producto o realizar la negociación.

Fijación de precios colusoria. Para Horngren et al. (2012, p. 452), este método es una transgresión de las leyes antimonopolios, “la cual ocurre cuando las compañías conspiran en sus decisiones de fijación de precios y producción para lograr un precio superior al precio competitivo” en la búsqueda de controlar o restringir a sus competidores.

Fijación estratégica de precios

A partir de los métodos expuestos, para González (2012), citado por Morillo (2013) los enfoques basados exclusivamente en el nivel de costos, son enfoques anacrónicos y en desuso, que no permiten la variedad de estrategias competitivas propias de los mercados dinámicos. Por ello, existen diversas estrategias de fijación de precios, las cuales se presentan a continuación.

Para Nagle y Holden (2002), citado por Lázaro (, 2008), además de los métodos descritos se encuentran otros métodos referentes a la demanda y la competencia, con el objetivo de la fijación de precios en función del valor, no solo para la satisfacción de los consumidores sino para la rentabilidad de la empresa para su mayor creación de valor y no necesariamente para obtener más ventas. En este sentido, la fijación estratégica de precios, según Nagle y Holden (2002), citados por Lázaro (2008) se asienta en coordinar las decisiones financieras, competitivas y de marketing, relacionadas entre sí, de forma que maximice la capacidad de determinar precios de forma rentable.

Según Lázaro (2008), existen cinco tipos básicos de estrategias de fijación de precios:

*Adquisición de nuevos clientes. Sí los compradores ven el precio como una de las primordiales diferencias entre marcas alternativas de los distribuidores, pasarán su lealtad a una alternativa de precio bajo. Por otro lado, el volumen de ventas puede incrementarse por parte de los nuevos clientes aunque los competidores igualen un precio bajo, mientras el efecto neto de los precios bajos sea inducir a mas compradores al mercado.

- * Retención de los clientes. Cuando empresas competidoras están intentando agresivamente de incrementar su porción de mercado, la empresa debe diseñar una estrategia de fijación de precio para retener a los clientes existentes.
- * Incremento del volumen vendido a los clientes existentes, cuando es difícil conseguir ganancias en la porción de mercado, y cuando hay pocas oportunidades de atraer nuevos clientes, el precio debe estimular el volumen por cliente.
- * Incremento del volumen de productos complementarios vendidos. Se dice que dos productos son complementarios cuando la compra de uno incrementa la posibilidad de que el otro se compre; por lo que la estrategia de precios apuntará a incidir en alguno de los productos considerados como complementarios, para obtener resultados en el otro. Igual sucede con el desplazamiento de los clientes existentes hacia productos sustitos, como alternativas al alcance del comprador que satisfacen las mismas necesidades y requerimientos básicos con ligeras características específicas.

El sistema estratégico de precio en la búsqueda de ganancias, según Lázaro (2008), se logra mediante un equilibrio entre los cambios de precios y los cambios en el volumen de ventas que se inicia con un análisis de costos internos o un estudio de sensibilidad financiera y de estructura de costos, seguido de un análisis de las fuerzas externas del mercado que implica un estudio constante de las respuestas de los clientes ante los cambios en el precio, y de las respuestas de la competencia.

Rentabilidad

En economía se denomina rentabilidad a la medida de beneficio que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo (Suárez, 2005). Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según el análisis a priori o a posteriori.

La rentabilidad podría ser vista en tres representaciones: la rentabilidad financiera, la rentabilidad operativa y la rentabilidad económica. La primera, informa del rendimiento obtenido por los fondos propios y puede considerarse una medida de los logros de la empresa, medida como la cantidad de utilidades obtenida con la porción de capital de la empresa o fondos propios. La rentabilidad operativa por su parte depende de la presencia de costos fijos en la estructura de costos y del comportamiento en el nivel de ingresos los cuales a su vez depende del nivel de precios. La rentabilidad económica o del activo básicamente consiste en analizar la rentabilidad del activo independientemente de cómo está financiado el mismo, o dicho de otra forma, sin tener en cuenta la estructura del pasivo, y se mide como la cantidad de utilidades obtenida con la porción de activos de la empresa (Suárez, 2005).

Apalancamiento operativo y financiero

Un factor importante a tomar en consideración para la rentabilidad de las empresas es el apalancamiento, como refuerzo para incrementar los beneficios o utilidades de la misma, éste se puede obtener de dos formas, el operativo y el financiero, los cuales según, Weston (2000), pueden definirse como sigue:

Apalancamiento operativo. Medida en la cual las empresas pueden valerse o ser perjudicada por la existencia de costos fijos y variables en su estructura de costos, por cuanto este refleja el grado en que la empresa puede incrementar o disminuir su nivel de utilidades de forma más que proporcional que los cambios experimentados por la producción y las ventas, gracias al comportamiento constante de los costos fijos. Tal repercusión de la variación de las ventas frente al nivel de utilidades, representa un riesgo denominado riesgo del negocio.

Para Hansen y Mowen (2007), el apalancamiento operativo está relacionado con la combinación de costos fijos y variables, donde es posible alterara dicha combinación para hacer incrementar el margen de contribución unitario y tratar de incrementar las utilidades. De esta forma que las empresas que han disminuido los costos variables mediante el incremento de la proporción de costos fijos se beneficiarán con incrementos mayores en las utilidades a medida que aumenten las ventas en comparación con el beneficio que obtendrán las empresas con una proporción de costos fijos más baja. De esta manera los costos fijos se están utilizando como un apalancamiento para incrementar las utilidades.

Apalancamiento financiero. Es la medida en la cual la empresa puede incrementar sus utilidades, a partir del uso del pasivo a largo plazo, producto de la influencia de la utilización de la deuda en la estructura financiera en la rentabilidad de los fondos propios (Weston, 2000).

Razones financieras de rentabilidad

Considerando que las razones financieras básicas se dividen en cuatro grupos: índices de liquidez, de actividad, de endeudamiento y de rentabilidad, estas últimas evalúan el desempeño de la empresa.

Los índices relacionados con la rentabilidad, comprenden el margen bruto de utilidades y el margen neto de utilidades. El margen bruto de utilidades (MBU), indica el margen de cada unidad monetaria en ventas después de que la empresa ha pagado cubierto todos sus costos de ventas, este margen permite evidenciar porcentualmente lo disponible para cubrir los gastos de operación y producir una utilidad, y es calculado de la siguiente manera:

$$\text{MBU} = \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de mercancías vendidas}}{\text{Ventas}} = \frac{\text{Utilidades Brutas}}{\text{Ventas}}$$

Figura N° 1. Margen Bruto en Ventas. Fuente. Tomado de Weston (2000).

El margen Neto sobre utilidades (MNU), determina el porcentaje sobre cada unidad monetaria de ventas, después de deducir todos los costos y gastos, incluyendo los impuestos y gastos del uso de los fondos ajenos; y se calcula de la siguiente manera:

$$\text{MNU} = \frac{\text{Utilidad neta después de impuesto}}{\text{Ventas}}$$

Figura N° 2. Margen neto de utilidad. Fuente. Tomado de Weston (2000).

A partir de las medidas financieras de rentabilidad, se han desarrollado distintas herramientas para su planificación y control, tales como: el margen de contribución, el modelo o análisis de la relación costo-volumen-utilidad o punto de equilibrio, y el análisis de razones financieras, con importantes beneficios para los encargados de la gestión o administración de la empresa, de cara al éxito y por ende a la rentabilidad de la empresa.

El **Margen de contribución**, es otro indicador importante en la temática de la rentabilidad, según Morillo (2003) es la cifra que manifiesta la

verdadera rentabilidad de los productos, es decir el resultado de la diferencia de los ingresos una vez cubiertos los costos variables que permiten cubrir los costos fijos, (contribución realizada por cada producto para cubrir costos fijos). En otras palabras expresa el incremento de las utilidades por cada unidad adicional vendida, asumiendo que los costos fijos totales y el costo variable por unidad permanecerán constantes, frente al incremento de la unidad adicional vendida. En este caso se trata del margen de contribución unitario, “calculado a partir de restar del precio de venta unitario, los costos y gastos variables unitarios del producto o servicio.” (Uribe, 2011, p. 161)

Para Uribe (2011), el margen de contribución unitario, señala que para generar utilidades operativas el precio de venta unitario debe ser mayor que sus costos y gastos variables por unidad, solo así el margen de contribución total será positivo o superior a cero y ser capaz de cubrir costos y gastos fijos totales.

www.bdigital.ula.ve

Esta medida o margen es el sustento del análisis de contribución marginal, a realizarse a través del modelo costo-volumen-utilidad.

Modelo o análisis de la relación costo-volumen-utilidad

Una de las principales herramientas para la toma de decisiones es el análisis costo-volumen-utilidad, dado que según Uribe (2011), durante la planeación operativa, se debe atender al comportamiento de sus costos, de sus gastos y de sus volúmenes de venta, al determinar ello las utilidades de la empresa, su éxito y consecuente sustentabilidad en el tiempo.

Desde hace varias décadas, en algunos países latinoamericanos los precios de los productos fueron fijados por el mercado, variable incontrolable

en la mayoría de casos, siendo por ello necesario calcular y monitorear la estructura de costos y gastos que permitan el seguimiento del comportamiento de las mismas para la consecución de las utilidades deseadas.

En este sentido, el análisis costo-volumen-utilidad, “estudia el comportamiento y la relación entre estos elementos, a medida que ocurren cambios en las unidades vendidas, el precio de venta, el costo variable por unidad o los costos fijos de un producto.” (Horngren, Datar y Raján, 2012, p. 62), el cual permite observar el efecto que tienen las variaciones de los costos y gastos, y el niveles de venta, sobre las utilidades de la empresa, siendo por ello una herramienta útil para la planificación de dichas utilidades en diversos escenarios (Uribe, 2011), concentrando su atención en el estado de resultados como una herramienta útil en la organización de los costos de la empresa en sus componentes fijos y variables (Hansen y Mowen, 2007). De allí que el modelo constituye una herramienta útil para la planeación, el control y la toma de decisiones debido a que proporciona información para evaluar en forma apropiada los probables efectos de las futuras oportunidades de obtener utilidades. Es decir, según Horngren et al. (2012), el modelo a partir de la información mostrada permite realizar predicciones acerca del futuro y tomar decisiones mediante la elección entre alternativas.

Punto de equilibrio

Para Hansen y Mowen (2007), a partir de la forma en la que los ingresos, los costos y las utilidades se comportan a medida que cambia el volumen, se determina el punto de equilibrio de la empresa en unidades vendidas y en unidades monetarias, el cual indica el nivel de ventas cuyos utilidades son iguales a cero. Por ello, Horngren et al. (2012), define el punto

de equilibrio como el punto que señala aquella cantidad de producción vendida en la cual los ingresos totales son iguales a los costos totales.

Para calcular el punto de equilibrio es necesario conocer los costos fijos de la empresa, costos variables por unidad de producto y precio de venta del producto, suponiendo la fabricación de un solo producto.

El margen de contribución unitario, tal como se explicó, resulta de la diferencia entre el precio de venta de cada producto o unidad y su costo variable. De allí que el punto de equilibrio, o el nivel de ventas que son capaces de cubrir la totalidad de costos fijos y variables se calcula como la relación existente entre la totalidad de los costos fijos y el margen de contribución (Figura N° 3).

$$P.E. = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio} - \text{Costo variable unitario}}$$

Figura N° 3. Fórmula del punto de equilibrio. Fuente. Elaboración propia tomando datos de Uribe (2011)

De esta manera, teniendo el margen de contribución unitario es posible emplearlo para calcular el punto de equilibrio expresado en unidades vendidas, al dividir los costos y gastos fijos totales entre dicho margen de contribución por producto o unidad se conoce el número de productos o unidades que tendría que vender la empresa para llegar a cubrir todos sus costos fijos.

El punto de equilibrio también se puede obtener en términos de unidades monetarias o Bolívares en venta, en el caso de una sola línea de productos y de un solo precio por unidad, el punto de equilibrio en bolívares puede obtenerse multiplicando el punto de equilibrio en unidades por el precio de venta unitario. Otra forma de calcular el punto de equilibrio medido

en importe monetario de ventas, amerita que los costos variables se definan como un porcentaje de las ventas en lugar de definirse como un monto por unidad vendida (Hansen y Mowen, 2007).

El análisis del punto de equilibrio cuando se venden varios productos, sugiere que se establezca una mezcla de ventas, la cual puede ser obtenida gracias a la experiencia que la gerencia pueda tener de años anteriores.

Para el cálculo del punto de equilibrio teniéndose una mezcla de ventas establecida se procede a calcular el margen de contribución promedio por unidad, el cual es igual al promedio ponderado del margen de contribución unitario para cada producto.

Bases Legales

En esta sección se hace mención a diferentes definiciones, conceptos, procedimientos y normativas de aplicación internacional vinculadas a la contabilidad de costos en materia de valoración e inventarios, al mismo tiempo se mencionan las Leyes y providencias promulgadas en años recientes y vigentes en Venezuela, con pertinencia a la fijación de precios.

Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), del año 2007

A nivel mundial se hace referencia a La Junta de Normas Internacionales de Contabilidad el IASB por sus siglas en inglés (*International Accounting Standards Board*), es un organismo independiente del sector privado que desarrolla y aprueba las Normas Internacionales de Información Financiera. El IASB funciona bajo la supervisión de la Fundación del Comité de Normas Internacionales de Contabilidad NICs. El IASB se constituyó en el año 2001 para sustituir al Comité de Normas Internacionales de Contabilidad

(International Accounting Standards Committee). El IASB tiene entre sus funciones principales llevar a la convergencia entre las normas contables nacionales y las Normas Internacionales de Contabilidad y las Normas Internacionales de Información Financiera, hacia soluciones de alta calidad. (*Normas internacionales de contabilidad -NIC-, 2005*).

En lo nacional se presenta la Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela (FCCPV), como ente rector en lo contentivo a las normas y procedimientos contables para los sujetos de aplicación en el país, manifestando su potestad a través de Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en Venezuela publicados en los boletines de aplicaciones (BA VEN-NIF) los cuales son divulgados con la finalidad de exponer la adaptación de las Normas Internacionales de Información Financiera al entorno económico, cultural y contable de Venezuela.

Seguidamente se presentan algunos preceptos estipulados en la Junta de Normas Internacionales de Contabilidad NIC (2005), vinculados a las metodologías de fijación de precios y a la contabilidad de costos, en el marco de las empresas comercializadoras, donde se ubican las ferreterías, empresas tomadas como unidades de estudio.

Las existencias en cuanto a la definición, según la NIC (2005) número 2 en su párrafo 6, las define como activos, al igual que las NIC (2005) número 1 (párrafos 59 y 68), que tiene la entidad para ser vendidos, para continuar siendo procesados, incluyendo los materiales y suministros a ser utilizados en el proceso productivo o en la prestación del servicio. En el caso de las ferreterías, se trata de productos a ser vendidos, así como materiales para prestar el servicio. Respecto a su valoración, la NIC (2005) N° 2 indica que, el costo de las mismas deberá comprender todos los costos ocasionados por “(...) la adquisición y transformación (...) así como otros (...)

en los que se haya incurrido para darles su condición y ubicación actuales” (párrafo 10). Adicionalmente explican la NIC (2005) N°2 que los costos de adquisición incluyen los precios de adquisición, aranceles de importación, impuestos no recuperables (o que no generen débito fiscal), y los desembolsos por concepto de transporte, almacenamiento, servicios y demás atribuibles a la adquisición; así como la deducción de los descuentos; así como otros costos son los asociados al diseño del producto destinados a clientes específicos (párrafo 15), y los pagos por intereses (por préstamos a largo y corto plazo, sobregiros en cuentas bancarias, arrendamientos financieros, amortización de primas o descuentos de préstamos y gastos de contratos de préstamos, y otros).

Según la NIC (2005, N° 23, párrafos 4, 6 y 12), los costos por intereses únicamente podrán ser capitalizados cuando resulten directamente imputables con la adquisición, construcción y producción de activos cualificados; es decir a Inventarios cuyo acondicionamiento para la venta requiere un periodo sustancial, que probablemente generan beneficios económicos futuros, y que puedan ser valorados con suficiente fiabilidad. Para las ferreterías estos costos imputables con la adquisición de la mercancía, son muy comunes al tratarse de compras a crédito, mediante financiamiento; en este caso dichos intereses no podrán capitalizarse como parte del costo de la mercancía comprado, por no cumplir con la disposición anterior establecida por la NIC (2005).

Los costos que deberán ser excluidos para valorar inventarios, y por tanto ser reconocidos como gastos en el ejercicio en que se incurren, de acuerdo a la NIC (2005, N° 2, párrafo 16), son los costos de materiales, de mano de obra y otros costos de producción por cantidades anormales o desperdiciados. Lo anterior, en el caso de empresas comerciales podría

equipararse con costos de manipulación y adquisición adicionales al valor de la mercancía, pero por niveles o actividades anormales.

Otra norma contable de especial interés para las empresas comerciales, son los tratamientos de valoración de sus inventarios. Sobre los métodos de valoración, la NIC (2005, N° 2, párrafo 25) establece que, únicamente deben ser utilizados los métodos de primera entrada primera salida (PEPS) o el método del costo promedio ponderado, a los fines de valorar los productos intercambiables; es decir, aquellos cuyas existencias sean numerosas y que pudieran ser intercambiables al momento de ser usadas o vendidas. Adicionalmente, la NIC (2005, N° 2, párrafo 25) establece que, un mismo método seleccionado deberá ser usado para toda existencia o artículo que tenga la misma naturaleza o uso, y que para inventarios con otra naturaleza o uso distinto se puede utilizar otro método.

Cuando se trata de bienes o productos no intercambiables entre sí, caso común en la venta de muchos rubros ferreteros, la NIC (2005, N° 2, párrafo 23 y 24) establece que deberá utilizarse el método de identificación específica, basado en que el criterio específico de la norma es el “intercambio” no la “distinción”, y que artículos o lotes idénticos podrán ser distinguidos gracias a números de registros individuales, por lo que sus costos individuales deben ser separados no por ser distintas, sino por estar destinadas a proyectos o trabajos específicos, o porque no puedan ser intercambiadas entre sí por su naturaleza.

En este orden de ideas se menciona el ajuste por rebajas en el valor de los inventarios, según la NIC (2005) comúnmente pudieran existir ciertas circunstancias que reducen el valor de realización de los inventarios, que genera la existencia de costos no recuperables en los mismos, como daño y obsolescencia total o parcial de los bienes inventariados, reducción de los

precios de mercado. Esta circunstancia podría estar presente en la actividad ferretera, aún cuando el producto comercializado sea no perecedero. Sobre ello se tiene prevista una regla, de acuerdo a la NIC (2005) número 2, en sus párrafos 28 y 29, el valor de las existencias, incluidos los de prestadores de servicios, se debe bajar hasta que el costo del mismo alcance o sea igual al valor neto realizable, y que de esta forma el valor en libros de los mismos no supere a lo que se espera obtener con su venta o uso. De esta manera el valor de los inventarios debe ser el más bajo entre su costo y su valor razonable neto. Donde el valor neto realizable (VNR), es el precio estimado de venta de un activo en el curso normal de la explotación [valor razonable], menos los costos estimados y necesarios para su terminación o para llevar a cabo su venta, excluyendo los de financiamiento e impuestos, para el caso de las empresas comerciales; mientras que el valor razonable es el valor que los participantes del mercado estarían dispuestos a pagar por la compra o venta de un activo, en un mercado de libre competencia (2005. número 2, párrafo 6).

Igualmente, según la NIC (2005), número 2, párrafo 34, las rebajas de valor de los inventarios, así como cualquier retiro de existencias por vencimiento, daños u obsolescencia, deberán ser consideradas como un gasto (costo del periodo) en el ejercicio en el que ocurra la rebaja.

Disposiciones legales para la elaboración de la estructura de costos y la fijación de precios

En el ámbito nacional, dado que el artículo N° 112 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), señala que “El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía”, el estado actualmente, establece un

marco legal destinado a la fijación de precios y la determinación de la estructura de costos. Para ello reformuló y promulgó la Ley Orgánica de Precios Justos (LOPJ,2015), donde se contempla la creación de la Superintendencia Nacional para la Defensa de los Derechos Socio Económicos (SUNDDE), como ente rector para la supervisión y fiscalización en materia de estudio, análisis, control y regulación de costos y determinación de márgenes de ganancias y precios.

Según la LOPJ, artículo 11, la determinación del precio justo y los márgenes de ganancia, se basa en la información suministrada por los empresarios (sujetos de aplicación) la cual debe contener las estructuras de costos, durante el ciclo económico. La anterior disposición, vincula ampliamente este marco jurídico a la contabilidad de costos.

Acerca de la rentabilidad de las empresas, la LOPJ (2015, Artículo N° 31) señala que la misma tendrá un tope máximo del 30% de acuerdo a su estructura de costos “El margen máximo de ganancia será establecido periódicamente, atendiendo criterios económicos por la SUNDDE, tomando en consideración las recomendaciones emanadas de los Ministerios del Poder Popular con competencia en las materias de Comercio, Industrias y Finanzas. Ningún margen de ganancia superará el treinta por ciento (30%) de la estructura de costos del bien producido o servicio prestado en el territorio nacional. En caso de tratarse de importador de bienes y servicios el margen máximo no podrá superar el 20%. Así lo, lo ratifica la Providencia Administrativa N° 070/2015, Artículo N° 5.

El margen máximo de ganancia permitido a los importadores de bienes es de hasta veinte por ciento (20%); El margen máximo de ganancia permitido a los productores nacionales y prestadores de servicios es de treinta por ciento (30%).

Partiendo de la premisa de homogeneizar y especificar, la información a ser suministrada por los sujetos de aplicación de la Ley, la SUNDDE emitió la Providencia Administrativa N° 003, la cual regula los "...criterios contables generales que deberán utilizar los sujetos de aplicación... para la adecuación de sus estructuras de costos que les permitan determinar precios justos" (Art. 1, Providencia Administrativa N° 003/2014).

En este sentido, el artículo 2 de la mencionada Providencia Administrativa, señala que la estructura de costos del bien o servicio está compuesto por: los costos de producción y los gastos ajenos a la producción (gastos del período). Los **costos de producción** contemplan los costos de adquisición de materiales y materias primas y los costos de conversión o transformación, los cuales a su vez deben contener: costos de mano de obra directa y costos indirectos de fabricación fijos, variables y mixtos. Los gastos del período, contemplan los gastos de administración, de representación, publicidad y venta, entre otros. De esta manera la estructura de costos queda establecida según lo especifica el Cuadro siguiente.

Cuadro N° 2. Estructura de costos de acuerdo a la Providencia Administrativa N° 003/2014, para la fabricación de bienes y la prestación de servicios

[Costo del Producción]				[Gastos Ajenos]	
<u>Costo de adquisición de materiales /</u>				<u>Costos del periodo</u>	
<u>Materias primas</u>					
° Costo de compra de los materiales			° Gastos de Administración		
° Aranceles y gastos de importación			° Gastos de Representación		
° Impuestos no recuperables			° Gastos de Publicidad y Venta		
° Transporte de materiales (flete)			° Otros Gastos		
° Almacenamiento					
° Otros Costos directos atribuibles a la adquisición de materiales, productos terminados y servicios		Más	Todos estos asignados con base a un máximo del 12,5%del costo de producción		
+					
<u>Costo de conversión o transformación</u>					
Mano de Obra Directa					
Costos Indirectos					
Estos Últimos pueden ser					
Fijos, Variables y Mixtos					

Fuente. Elaboración propia a partir de la Providencia Administrativa N° 003/2014, Artículo N° 2.

A partir de la fijación de un margen máximo de ganancia, del 30% a nivel de productores, y la estructura de costos establecida, es el procedimiento, para fijar precios justos en Venezuela, a nivel de productor o prestador de servicio, según la Providencia Administrativa N° 003/2014 y la LOPJ (2015) (Tabla N° 1).

Tabla N° 1. Fijación de precios y estructura de costos, a nivel de productor

	Productores	
	A	B
Costos de producción	88,89	177,8
PMVP (Costo total + utilidad)	130	260
Costo de producción (CP)	88,89	177,8
Gastos ajenos a la producción (12,5% del CP)	11,11	22,22 (0,125 *Costo de producción)
Total Costos	100	200
Utilidad	30	60 (0,3* Costo total)

Fuente. Elaboración propia

En el artículo N° 2 de la Providencia mencionada, se visualizan coincidencia y diferencias con la contabilidad de costos convencional y las VEN NIIF. Respecto al término de gastos ajenos a la producción, componente de la estructura de costos de dicha providencia, los mismos no podrán superar el 12,5% de los costos de producción, lo cual está en contracción con los conceptos de la contabilidad de costos y lo establecido en las VEN NIIF; igualmente la providencia excluye ciertos conceptos del costo de producción, entre estos se encuentran las cantidades anormales de desperdicio de materiales, mano de obra y otros costos de producción; costos de almacenaje, a menos que sean necesarios en el proceso de producción, previos a un proceso de elaboración ulterior; los costos ya reconocidos como costos de venta; costos relacionados al financiamiento; costos indirectos que no contribuyen a llevar los productos o servicios a su condición de terminados o prestados (Artículo N° 2, Providencia Administrativa 003/2014, parágrafo 11). Estas exclusiones están de acuerdo a lo establecido por la contabilidad de costos.

De igual forma no pertenecen a los costos de producción los Tributos donaciones y liberalidades los gastos por muestras sin valor comercial (Artículo N° 2, Providencia Administrativa 003/2014, parágrafo 14); así mismo, “El Impuesto al Valor Agregado (IVA) representará un costo, cuando este no pueda ser recuperado o trasladado conforme a las leyes respectivas,

y dicha situación no sea imputable al sujeto de aplicación.” (Artículo N° 2, Providencia Administrativa 003/2014, parágrafo 15).

Otros costos excluidos, en contraposición con la contabilidad de costos, son los costos por aportes parafiscales, los costos de distribución (excepto para la empresa que ejerza dicha actividad), los costos indirectos no razonables en la estructura de costos de la actividad económica de la empresa, y los costos indirectos de producción fijos correspondientes a la porción de la capacidad normal de producción no utilizada.

Otra consideración importante, es que los costos y gastos informados a la SUNDDE, no podrán exceder de los costos razonables registrados contablemente, conformando así la estructura de costos por la cual se determinará los precios deben estar soportados por registros contables. Lo anterior lo ratifica la Providencia Administrativa 003/2014, en su artículo 2, parágrafo 1:

Los costos de producción son apenas una parte de la información financiera, que se genera, prepara y presenta, con base en el desempeño de sus operaciones, la valuación de todos los eventos que la afectan y la aplicación de un conjunto de normas, principios y políticas contables adoptadas por los sujetos de aplicación. ... Es responsabilidad de los sujetos de aplicación, garantizar que la contabilidad integre y conecte toda la información financiera en un único sistema de información, bajo una arquitectura informática también integrada y confiable.

Estos registros contables que servirán de soporte para el cálculo y justificación de la estructura de costos del bien o servicio ofrecido, deberán prepararse y presentarse, de forma íntegra, fiable y razonable, cumpliendo con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en Venezuela, así lo dictamina la Providencia Administrativa 003/2014, en su artículo 2, parágrafo 2.

Además de la Providencia Administrativa N° 003, en octubre del año 2015 es publicada la providencia N° 070/2015, con el objeto de establecer el régimen ordinario para la regulación sobre determinación, fijación y marcaje de precios para los bienes y servicios comercializados en el territorio nacional (Providencia Administrativa N° 070/2015, Artículo N° 19).

En este sentido la Providencia Administrativa N° 070/2015 hace énfasis en el porcentaje máximo de ganancia en la cadena de comercialización, como un margen máximo de intermediación (Artículo 6°), y señala que “... Independientemente del número de intermediarios que intervengan en la cadena de distribución o comercialización de un bien o servicio, el margen máximo de intermediación permitido para toda la cadena es de hasta sesenta por ciento (60%)”. Es decir, que no deben superar el 60% a ser repartido entre los agentes intermediarios (independientemente de la cantidad) que participan en la cadena de comercialización (Mayorista, distribuidor, detallista entre otros;), luego de que el fabricante establezca el precio de los bienes al que pagará el consumidor final (Figura N° 4).



Figura N°4. Margen máximo de intermediación. Fuente. Elaboración propia, a partir de la Providencia Administrativa N° 070/2015.

Sobre el proceso de distribución del margen de intermediación del 60%, la Providencia Administrativa N° 070/2015, en su Artículo N° 7° establece que:

Los márgenes máximos de ganancia del distribuidor y el comercializador al detal, debe ajustarse a los usos en la comercialización del bien o servicio. En ningún caso, el margen máximo de intermediación del distribuidor, por unidad de producto, puede ser mayor al margen máximo de intermediación del comercializador al detal.

De esta manera los márgenes de ganancia y la fijación de precios para cada uno de los miembros de la cadena de comercialización, quedarán establecida según se ilustra en la Figura N°5 y Tabla N° 2.

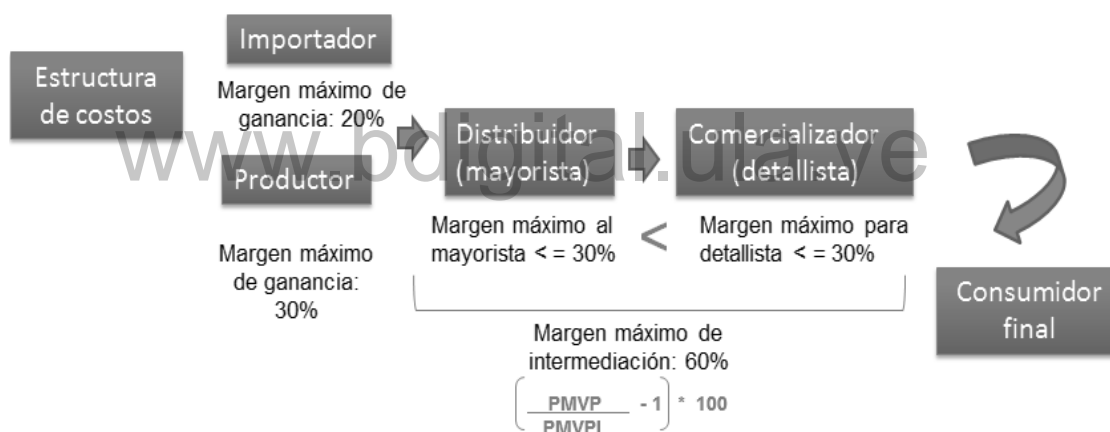


Figura N°5. Distribución del margen de ganancia máxima en cadena de valor industrial. Fuente. Elaboración propia, a partir de la Providencia Administrativa N° 070/2015.

Tabla N° 2. Fijación de precios y estructura de costos, en cadena de valor industrial.

Productor	Materiales directos Mano de obra directa Costo indirectos de fabricación Total costo de producción Gastos ajenos a la producción Total costo de producción y ventas Utilidad (margen de ganancia) PMVPI	Bs. 20,00 Bs. 20,00 Bs. 60,00 Bs. 100,00 Bs. 12,50 Bs. 112,50 Bs. 33,75 Bs. 146,25	30% productor o 20% importador.	
Distribuidor	Costo del producto Mano de obra directa Costo indirectos Total costo Gastos ajenos a la producción Total costo de ventas Utilidad (margen de ganancia) PMVPI	Bs. 146,25 Bs. 33,75 Bs. 180,00	23,10%	
Comercializador	Costo del producto Mano de obra directa Costo indirectos Total costo Gastos ajenos a la producción Total costo de ventas Utilidad (margen de ganancia) PMVP	Bs. 180,00 Bs. 54,00 Bs. 234,00	30%	<=60%

Fuente. Elaboración propia, a partir de las Providencias Administrativa N° 003/2014 y N° 070/2015.

El Artículo N° 6 de la Providencia Administrativa N° 070/2015, establece las particularidades para el marcaje de precios, atendiendo a la naturaleza del producto. Según el orden de prelación o preferencia el marcaje se hará como sigue: en el cuerpo del bien a través de rotulados etiquetas autoadhesivas o en listado impreso cuando sus características no lo permitan o se traten de servicios. Igualmente, la Providencia Administrativa N° 070/2015, se explica los detalles contentivos en la etiqueta o listado de precios, en los cuales deberán figurar: 1) las siglas “PMVP” en referencia al Precio Máximo de Venta al Público donde se indica el precio neto, 2) la expresión “IVA”, en alusión al Impuesto al Valor Agregado (sí aplica); 3) la expresión “TOTAL A PAGAR “haciendo referencia a la suma del PMVP y del IVA; y finalmente 4) la fecha del marcaje. De esta forma se le permite al comprador la visualización de los precios de los bienes o servicios y sobre

los montos máximos a pagar.

Discrepancias entre las VEN-NIF y la LOPJ 2015

En el comunicado, del 20 de junio del año 2014, emitido por la Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela (FCCPV) dirigido a la SUNDDE, se logran ubicar algunas diferencias entre la forma de procesar la información contable la (FCCPV) y la establecida por la Providencia administrativa 003/2014; manifestándose la necesidad de homogenizar los procedimientos y normas contables entre ambas instituciones, en pro de alinearse a los principios de contabilidad generalmente aceptados en Venezuela, adaptados éstos de las Normas Internacionales de Contabilidad. Por tal motivo la FCCPV sugiere mayor objetividad y didáctica a la hora de procesar información contable, beneficiando con esto a los encargados y responsables del manejo y tratamiento de dicha información contable.

En las notificaciones de la FCCPV a la SUNDDE se encuentran disposiciones referentes a las regulaciones del tratamiento contable de los inventarios, registros contables de los elementos del costo de producción y/o comercialización de bienes y el costo de prestación de servicios, como plataforma para valorar los inventarios.

Algunas de las consideraciones mencionadas por la FCCPV (2014) en su oficio son:

Los aportes u obligaciones patronales como retribuciones beneficios y demás contribuciones, que por efecto de regulaciones laborales los patronos sufragar para mantener una relación laboral con sus empleados, deben ser incorporadas en los costos al momento de fijar los precios; estos elementos

no están incluidos de forma expresa en la referida Providencia Administrativa N° 003/2014, pero pueden quedar excluidos por su definición como tributos.

Otro elemento importante es la inflación, según la FCCPV (2014) este es un suceso económico basado en hechos y circunstancias macroeconómicas y no depende de la eficiencia o ineficiencia de los entes, y su reconocimiento, en el caso de la información financiera, se realiza a través del Boletín de Actualización, VEN-NIF N° 2, cuya aplicación es un procedimiento integral que engloba tanto las pérdidas como las ganancias estando su cálculo cimentado en los índices emitidos por el Banco Central de Venezuela. Por todo ello a la Providencia Administrativa N° 003/2014, según la FCPV (2014), deben incorporarse estos efectos de la inflación en los elementos del costo.

No menos importante es lo señalado por la FCPV (2014), sobre la falta de precisión para determinar el valor del costo de los inventarios en las empresas que compran y venden productos. Según el artículo N° 2, párrafo 3, de la Providencia Administrativa 003/2014 "...el costo será el valor de los elementos necesarios asociados directa o indirectamente para la producción de un bien o la prestación de un servicio..."; de lo anterior se interpreta que se hace referencia solo a empresas manufactureras o prestadores de servicios, excluyendo a las dedicadas a comercializar productos ya elaborados. Por ello, la FCPV (2014) indica que, debe ser incluida la palabra adquisición en el párrafo 3 del artículo N° 2.

Operacionalización de las variables

Objetivo general:

Evaluar el efecto de la fijación de precios, en la rentabilidad de las Ferreterías, en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida en el marco de la Ley Orgánica de Precios Justos del año 2015.

Objetivos Específicos	Variables	Dimensión	Indicadores	Instrumento
- Caracterizar las Ferreterías ubicadas en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida	Ferreterías.	Forma Jurídica	- Firma Personal - Compañía Anónima - Sociedad de Responsabilidad Limitada	Cuestionario a empresarios.
		Tamaño	- Microempresa - Pequeña - Mediana - Grande	Cuestionario a empresarios.
- Identificar la estructura de costos en el marco de la Ley Orgánica de Precios Justos del año 2015 (LOPJ 2015) y de la contabilidad de costos convencional en las Ferreterías ubicadas en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida	Estructura de costos en el marco de LOPJ 2015.	Costo de adquisición de la mercancía	- Costo de la mercancía	Cuestionario a empresarios.
		Gastos ajenos al costo de venta	- Salarios - Alquileres - Contribuciones Parafiscales, etc.	Cuestionario a empresarios.
	Estructura de costos en el marco de la contabilidad de costos.	Costo de adquisición de la mercancía	- Costo de la mercancía - Costo fletes sobre compras	Cuestionario a empresarios.
		Costos del período.	- Salarios-Alquileres - Contribuciones Parafiscales, etc.	Cuestionario a empresarios.

Objetivos Específicos	Variables	Dimensión	Indicadores	Ítems
- Determinar los procesos de fijación de precios en el marco de la LOPJ del año 2015 y de la contabilidad de costos, en las Ferreterías ubicadas en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida	Procesos de fijación de precios.	Basados en la demanda y el mercado.	Participación de: Competencia. Poder adquisitivo del consumidor. Relación precio – valor.	Cuestionario a empresarios.
		Basados en los costos	Nivel de costos. Margen de utilidad.	Cuestionario a empresarios.
-Analizar los niveles de venta y rentabilidad obtenida por las Ferreterías, en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida, así como las estrategias utilizadas para lograr la sostenibilidad de la rentabilidad, en el marco de la LOPJ del año 2015.	Nivel de ventas	Rubros o tipos de productos comercializados	-Abrasivos -Cerámicas. -Maquinarias Eléctricas,	Cuestionario a empresarios.
		Cantidades vendidas por rubro o tipo de producto.	- Muy Alto -Alto -Medio -Bajo -Muy Bajo	Cuestionario a empresarios.
	Rentabilidad	Margen de comercialización por rubro de productos	- Muy Alto -Alto -Medio -Bajo -Muy Bajo	Cuestionario a empresarios.
		Rentabilidad operativa y financiera		
	Estrategias para mantener o incrementar la rentabilidad	Uso del apalancamiento operativo	-Si utiliza -No utiliza -No sabe	Cuestionario a empresarios.
		Uso del apalancamiento financiero	-Si utiliza -No utiliza -No sabe	Cuestionario a empresarios.
		Modelo costo- volumen- utilidad	-Si utiliza -No utiliza -No sabe	Cuestionario a empresarios.

Capítulo III

Marco Metodológico

El presente trabajo se desarrolla de acuerdo al método científico, pues en todo el transcurso se hallaron resultados mediante procedimientos metódicos, donde se utiliza la reflexión, medida e indagación, respondiendo a una búsqueda intencional, para la cual se delimitan los objetivos y se planificaron los medios necesarios para el éxito del propósito a estudiar.

Enfoque y Diseño de la Investigación

Para el alcance de los objetivos de investigación trazados, el enfoque de la investigación es cuantitativo; según Tamayo (2009) la metodología cuantitativa se fundamenta en la construcción y medición de dimensiones, indicadores e índices de variables a ser relacionadas y verificadas, para de esta manera validar las teorías anunciadas. Debido a que el objetivo general de la investigación, buscó describir la situación actual de variables como: la rentabilidad operativa evidenciada en los estados financieros, y la fijación de precios que se muestra en las diferentes técnicas y teorías empleadas por los gerentes de las empresas sujetos de estudio, se puede afirmar que la investigación es de tipo cuantitativa. Adicionalmente, los resultados fueron comparados, en lo que respecta a las variables mencionadas, a los fines de contrastarlas desde la perspectiva de la contabilidad de costos convencional y de la Ley Orgánica de Precios Justos 2015 (LOPJ 2015) y las Providencia

Administrativa 003, y 070, para deducir y detallar la estructura de costos y la fijación de precios que marcan el patrón en la rentabilidad de los negocios indicados en el objetivo general.

En el presente estudio el tipo de investigación tiene un alcance analítico previo a una fase descriptiva, en virtud que se pretende obtener información sobre un problema en particular, para vincular los fenómenos implícitos en éste; en concordancia con lo expresado por Méndez (1988) quien indica, el estudio descriptivo identifica características del universo de investigación, señalando sus formas de conducta y actitudes, establece comportamientos concretos, descubre y comprueba la asociación entre las variables; en este sentido, el propósito fundamental de esta investigación ameritó la ejecución y análisis de los resultados, procedentes de los datos tomados mediante los instrumentos de recolección de información. Así se caracterizaron los diferentes elementos que componen las variables objeto de estudio (estructura de costos, proceso de fijación de precios, rentabilidad operativa), y se descubrieron su interrelación y contrastes, con las teorías existentes, para alcanzar el nivel analítico de la investigación.

Seguidamente el diseño de la investigación se llevó a cabo mediante el estudio no experimental de las prácticas de contabilidad de costos y fijación de precios, puesto que no se pretendió alterar, modificar o manipular deliberadamente las variables objeto de estudio, tampoco se tuvo control e influencia sobre las mismas, por lo que solo serán analizadas mediante la información recabada. En este orden de ideas, también puede señalarse que la investigación fue empírica y exploratoria por cuanto se efectuó una aproximación a un problema que guarda estrecha relación con el funcionamiento operativo de las medianas empresas comerciales del sector

ferretero, revelando qué elementos inciden en su funcionamiento lo cual no ha sido abordado y dilucidado en investigaciones anteriores.

Por lo anterior, el ámbito de la investigación fue documental y de campo, de acuerdo con Arias (2006) la investigación documental se basa en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales o secundarias: impresas, audiovisuales o electrónicas. Ciertamente, en una primera etapa de la presente investigación, para profundizar, detallar y precisar el uso de la información de costos en variados procesos se practicó una revisión bibliográfica y hemerográfica, exhaustiva y actualizada, de contenidos y fundamentos teóricos de la fijación de precios y de la contabilidad de costos convencional, así como del marco legal vigente vinculado a la Ley Orgánica de Precios Justos (LOPJ 2015). Posteriormente se alcanzó la fase de campo con la recogida y observación de datos en los objetos de estudio, por ello se puede aseverar que la presente investigación también fue de campo, por cuanto el investigador recolectó datos directamente de la realidad empresarial, específicamente de las ferreterías ubicadas en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida.

Población

La población es definida por Salkind (1999) como un grupo de posibles participantes al cual se desea generalizar los resultados del estudio. La población de la presente investigación estuvo conformada por 40 empresas dedicadas a las actividades comerciales del sector ferretero, ubicadas en la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida. Estas empresas fueron identificadas a partir de los Registros y data vigente al 29 de noviembre de 2016 en el Servicio Autónomo Municipal de

Administración Tributaria de Campo Elías SAMATCE, además de considerar otros negocios dedicados al ramo ferretero que no están registrados en el SAMATCE y que fueron visitados mediante recorrido del área delimitada en la ubicación geográfica en la investigación (Tabla N°3). De esta forma se tomaron en consideración los negocios establecidos en la zona de relevante incidencia en el sistema comercial del área geográfica antes descrita, además de gran afluencia de público en general por ser un espacio con un alto tránsito de personas de diferentes regiones.

Tabla N° 3. Empresas ferreteras ubicadas en el Municipio Campo Elías

	Cantidad	Porcentaje
Ferreterías visitadas registradas en el SAMATCE	17	42,50%
Ferreterías no visitadas registradas en el SAMATCE	11	27,50%
Ferreterías visitadas no Registradas en el SAMATCE	12	30,00%
Total ferreterías	40	100,00%

Fuente. Elaboración propia.

Dado que el tamaño de la población es reducido, en esta investigación se omiten los métodos de muestreo, así como los métodos para la selección del tamaño de muestra. Motivado a que la cantidad de individuos es un número pequeño en los sujetos de aplicación de la investigación, la muestra queda conformada por igual cantidad a la población lo cual equivale a un censo.

Del total de 40 empresas ferreteras, ubicadas en la ciudad de Ejido Municipio Campo Elías, solo pudieron ser contactadas 29 (por ser las

activas), dado que las empresas restantes, exactamente 11 de ellas, no pudieron ser ubicadas o contactadas, por estar posiblemente inactivas (puertas cerradas) (Tabla N°4). Dentro del grupo de las 29 activas, sólo 16 de ellas participaron en el estudio, mientras que otro grupo de 13 empresas se negaron a aportar información o a participar en el estudio. En estas circunstancias, se obtuvo una tasa de respuesta del 40% del total de la población, lo cual es razonable para una investigación en ciencias sociales.

Tabla N° 4. Porcentaje participación empresas ferreteras

	Cantidad	Porcentaje
Ferreterías Visitadas que participaron en la encuesta	16	55,17%
Ferreterías Visitadas que no participaron en la encuesta	13	44,83%
Total Ferreterías Visitadas	29	100,00%

Fuente. Elaboración propia.

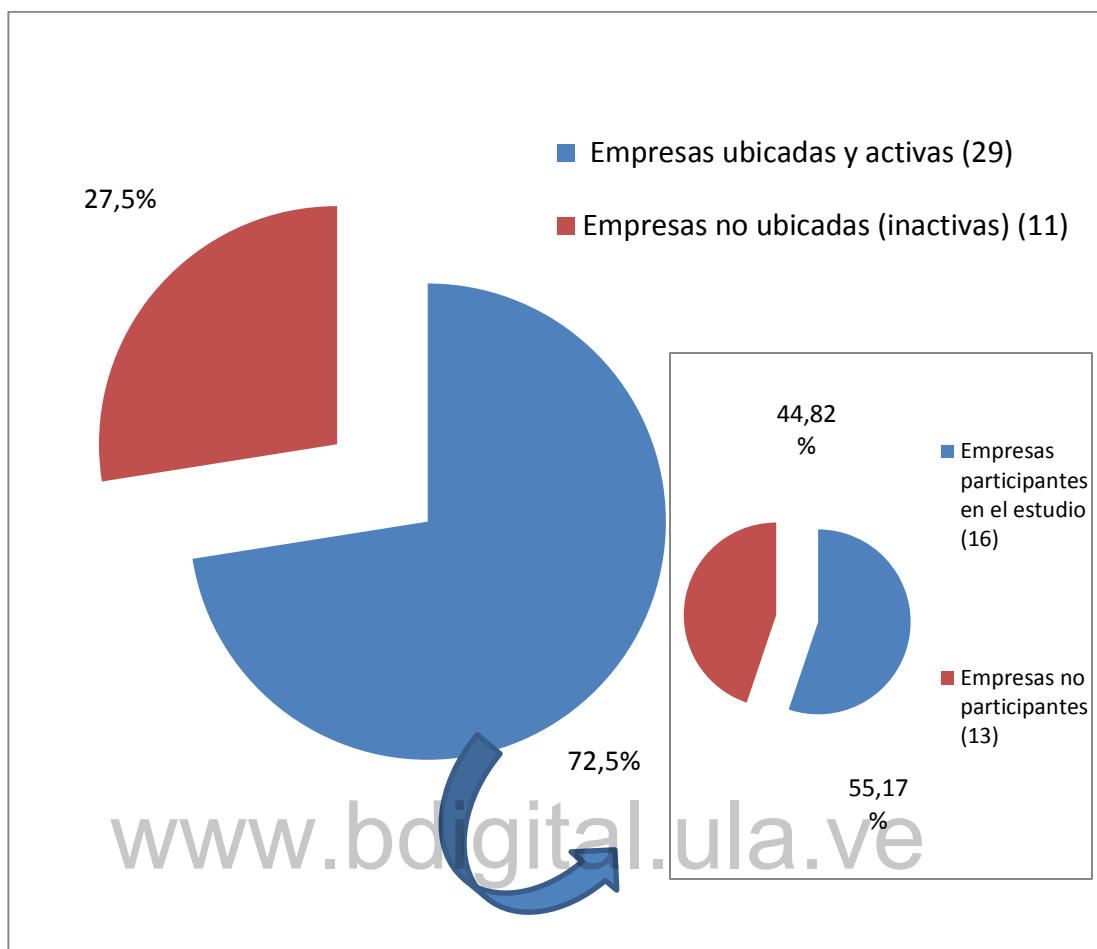


Gráfico N° 1. Proporción de empresas estudiadas. Fuente. Elaboración propia.

Técnicas e instrumentos de recolección de información

En correspondencia con las técnicas e instrumentos de recolección de información, como recursos de los que se vale el investigador para ir adentrándose al problema de estudio, en el presente trabajo de investigación, se plantearon y llevaron a cabo dichas técnicas e instrumentos en relación con los objetivos establecidos para alcanzar el objeto final de este trabajo investigativo.

Según Salinas (2011) quizás la etapa fundamental de toda investigación, sea la recogida de información, en la cual los datos tomados deben reflejar fielmente lo que el investigador procura analizar y tener a la vez suficiente representatividad, probabilidad estadística y elementos de valor, que luego de su proceso de revisión y evaluación permitan desprender conclusiones válidas derivadas de la veracidad de la indagación. Por esta razón, seguidamente se conceptualizan las técnicas e instrumentos de recolección de información, con las que se buscó obtener el mayor grado de objetividad en la recaudación de los datos.

Una primera técnica de recolección de información utilizada fue la revisión documental la cual consistió en una revisión de la información preparada por los sujetos de estudio, contenida en documentos como estados financieros y registros contables.

Posteriormente en la fase de investigación de campo, se realizó una encuesta estructurada o formalizada, apoyada en un cuestionario (anexo 1). La encuesta definida por Ramírez (2005, p 49) como un “test escrito que el investigador formula a un grupo de personas para estudiar constructos como percepción, preferencias actitudes etc.” De acuerdo a Behar (2008), los cuestionarios son los instrumentos de la técnica de la encuesta, los cuales se desarrollan mediante un listado fijo de preguntas cuyo orden y redacción permanece invariable. En este caso, el instrumento utilizado (anexo 1) sintetizó toda la labor previa de investigación documental, es decir, resume los aportes del marco teórico al seleccionar datos que corresponden a los indicadores y, por lo tanto, a las variables o conceptos utilizados.

Además del cuestionario esta investigación se apoyó en la recogida de datos mediante un instrumento denominado ficha de trabajo mixta, el cual según Sabino (1992), es un instrumento usado para hallar datos, que integra

información textual y de libre creación del investigador. En la presente investigación se desarrollaron varias fichas para recolectar datos sobre la estructura de costo de la empresa, y la estructuración del Estado de Resultados principalmente (Anexo 1).

Validez de los instrumentos de recolección de información

Es de resaltar que en la elaboración de los instrumentos de recolección de información es necesario prestar atención a la esencia del mismo en cuanto a su confiabilidad, validez y objetividad, según Hernández et al (2006) la confiabilidad se describe como: el grado de aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales, consistentes y coherentes; la objetividad se refiere al grado en que este es permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de los investigadores que lo administran, califican e interpretan. La validez representa al grado en que un instrumento refleja un dominio específico del contenido de lo que se mide; es decir, es un atributo que busca otorgarle a los instrumentos de recolección de información la exactitud y consistencia necesarias para efectuar las generalizaciones de los hallazgos resultantes del análisis de las variables en estudio. Así, Méndez (2013) define la validez como el grado en que un instrumento mide lo que se propone medir.

En esta investigación se pretendió evaluar la validez de los instrumentos de recolección de información a través de evidencias relacionadas con el constructo, tal como lo menciona Hernández et al (2006), referido al grado de éxito de un instrumento al representar y medir un modelo teórico-empírico que subyace en la variable de interés; considerando que un constructo es una variable medida que tiene lugar dentro de una hipótesis, teoría o esquema teórico, es un atributo que no existe aislado sino en

relación con otros; para conseguir tal validez en los ítems de los instrumentos de recolección de datos utilizados, los instrumentos fueron revisados y sometidos al juicio de expertos en las áreas de costos, finanzas, estadística y metodología.

Específicamente, para determinar la validez de los instrumentos aplicados en esta investigación, fueron previamente sometidos a una validación de contenido mediante un juicio de expertos, es decir, se consultó a personas con amplia experiencia en el campo de la investigación y / o conocedores de la temática en estudio.

Los expertos en contabilidad de costos, finanzas estadísticas y metodología valoraron los instrumentos haciendo uso de un formato de validación creado para este fin. Dicho formato fue proporcionado por el Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial (CIDE) de la Universidad de Los Andes y adaptado conforme a los requerimientos de la investigación. Posteriormente, se realizaron los ajustes y correctivos necesarios a cada pregunta en cuanto a lenguaje, redacción, contenido y correspondencia de los ítems con los objetivos planteados y las variables de estudio, de manera de obtener datos más precisos y pertinentes al problema en estudio.

Igualmente, se calculó el coeficiente de proporción de rangos (anexo 2), el cual indica la concordancia del juicio de los tres expertos que evaluaron el instrumento, en torno al ajuste del contenido del instrumento con las variables de estudio, es decir, con respecto a la medición adecuada de cada una de las variables de estudio. En la validación del instrumento se realizó el siguiente procedimiento:

- Se solicitó la colaboración de tres expertos en el área de investigación, para que evaluaran el contenido del instrumento. Se les proporcionó el cuestionario y la información necesaria.
- Se obtuvo la evaluación del cuestionario cuantitativa de cada uno de los expertos (anexo 2).
- La información proporcionada por cada uno de los expertos se analizó a fin de tomar los correctivos en los casos en que fue necesario.
- Finalmente se calculó el coeficiente de proporción de rango y el coeficiente de proporción de rango corregido.

Al calcular el coeficiente de proporción de rango (Anexo 2) el mismo indicó que los instrumentos son de alta validez, dado que el grado de concordancia de los tres expertos evaluadores resultó alta 0,772 (mayor a 0,66 y menor a 0,80) en torno a las variables que el instrumento pretende medir.

www.bdigital.ula.ve

Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para Balestrini (2006), una vez finalizada la fase de recolección de la información, los datos deben ser sometidos a un proceso de tabulación, técnica que permita recontarlos y resumirlos para luego analizarlos e interpretarlos con miras al alcance de las conclusiones. Una idea similar plantea Arias (2006) al referirse a las técnicas de procesamiento de los resultados como a las distintas operaciones que serán sometidos los datos obtenidos tales como clasificación, registro, tabulación y codificación (si fuere el caso) para el posterior análisis de los mismos.

En este sentido, los datos obtenidos a través de los instrumentos de recolección de datos fueron cuantificados y tabulados con la ayuda del programa Microsoft Excel 2010. Posteriormente, se procedió a la

presentación gráfica de la información atendiendo al orden de los objetivos específicos establecidos, haciendo uso para ello de gráficos de barra y anillos contruidos con Excel, proporcionando así una rápida y fácil visualización de la distribución de las respuestas.

En lo que concierne al análisis de datos Méndez (2013), citando a Tamayo y Tamayo, lo define como “el proceso de convertir fenómenos observados en datos científicos para que a partir de ellos se puedan obtener conclusiones válidas” (p.326). En este sentido, en esta investigación los datos obtenidos, y resumidos en cuadros, gráficos y tablas, y apoyados en un análisis estadístico descriptivo, pudieron ser explicados en referencia al marco teórico, a partir del cual el investigador concluyó y formuló las recomendaciones sobre la problemática estudiada.

www.bdigital.ula.ve

CAPITULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

El presente capítulo detalla los resultados y análisis de los mismos obtenidos en la investigación, recolectados, con el propósito de alcanzar los objetivos planteados.

Los resultados y análisis de datos realizados se presentan de acuerdo a las variables objeto de estudio, relacionados o en correspondencia con los objetivos específicos de la investigación, y detallados en la sistematización de variables.

www.bdigital.ula.ve

Caracterización de las Ferreterías de la Ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida

Del total de 40 empresas ferreteras, ubicadas en la ciudad de Ejido Municipio Campo Elías, solo pudieron ser contactadas 29, participando en el estudio 16 de estas. Las empresas restantes 11, no participaron porque no pudieron ser ubicadas o contactadas; mientras que otro grupo de 13 empresas se negaron aportar información o a participar en el estudio. En estas circunstancias, se obtuvo una tasa de respuesta del 40%, lo cual se considera razonable para una investigación en ciencias sociales.

De la caracterización de las empresas ferreteras, es importante señalar que dentro del grupo de las 29 empresas ferreteras contactadas, se detectaron que 12 de ellas no estaban registradas en el Servicio Autónomo

Municipal de Administración Tributaria de Campo Elías (SAMATCE), lo que representa un 30% de la totalidad de empresas ferreteras de la ciudad de Ejido (Tabla N° 5). El principal motivo de ello es por tratarse de empresas de reciente creación, razón por la cual no han tramitado su registro ante la Alcaldía correspondiente.

Tabla N° 5. Empresas ferreteras objeto de estudio registradas en el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria del municipio Campo Elías (SAMATCE)

	Cantidad Porcentaje	
Ferreterías Visitadas Registradas en el SAMATCE	17	42,50%
Ferreterías Visitadas No Registradas en el SAMATCE	12	30,00%
Ferreterías No Visitadas Registradas en el SAMATCE	11	27,50%
Total ferreterías	40	100,00%

Fuente. Elaboración propia.

Otra de las características destacables de las empresas estudiadas, fueron los altos niveles de confidencialidad y hermetismo que actualmente impera en el sector; por esta razón de las 29 empresas contactadas y localizadas en la ciudad de Ejido, 13 no participaron en el estudio. Específicamente se pudo constatar altos niveles de desconfianza, temor o riesgo percibido por parte de los empresarios, reflejado en el elevado hermetismo y confidencialidad de la información manejada por la empresa tanto en los procesos administrativos como de la información financiera y los datos cuantitativos, especialmente en los procesos de fijación de precios y márgenes de ganancia.

En cuanto a la denominación jurídica de las 16 empresas estudiadas se encontró que en su mayoría las mismas están constituidas como Compañías Anónimas representado un 75%, mientras que las restantes son Firmas Personales (25%).

En lo referente al tamaño, según la cantidad de empleados que labora en las mismas y obedeciendo a los parámetros establecidos por la Oficina Central de Estadística e Informática (OCEI), se halló que la mayoría de empresas estudiadas (11) pueden ser calificadas como microempresas, por presentar entre 1 y 4 trabajadores, lo cual representa un 68,75% de la muestra estudiada. Apenas el 25% de las empresas, específicamente cuatro, se perfilan como pequeñas empresas, por poseer en su nómina de 5 a 20 trabajadores. Solo una de las empresas estudiadas puede ser considerada mediana empresa, ya que su fuerza laboral está comprendida entre 21 y 100 empleados, representando así un 6,25% del total de empresas estudiadas. Ninguna de las empresas estudiadas, corresponde a la categoría de empresa grande, al no tener más de cien (100) empleados (Gráfico N°2).

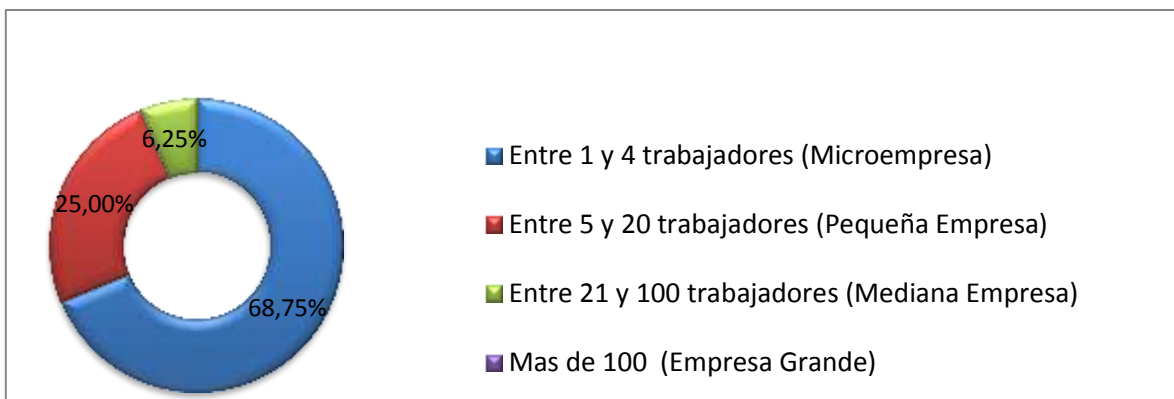


Gráfico N° 2. Cantidad de empleados que labora en las empresas estudiadas. Fuente. Elaboración propia.

Otra importante característica hallada en las empresas estudiadas es el satisfactorio grado de instrucción del personal directivo. En este sentido se conoció que el 68,75% de empresas estudiadas manifestaron que su personal directivo posee un nivel educativo universitario (técnico universitario o egresado universitario), mientras que apenas en el 6,25% de empresas tiene educación primaria (Gráfico N° 2). Conviene destacar que el cargo ocupado en la empresa por la persona que participó en el estudio, fue en un 50% gerentes y administradores, mientras que la otra mitad ocupan cargos de presidente, contador, encargado, compras y vendedor. Lo anterior aseguró la pertinencia de la información aportada por cada uno de los participantes en el estudio.

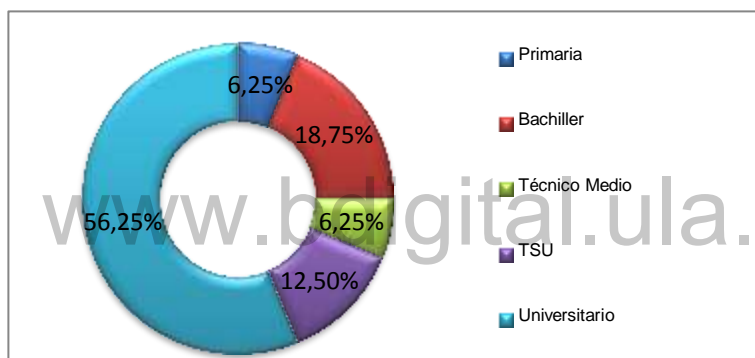


Gráfico N°3. Nivel de instrucción del personal encuestado.

Fuente. Elaboración propia.

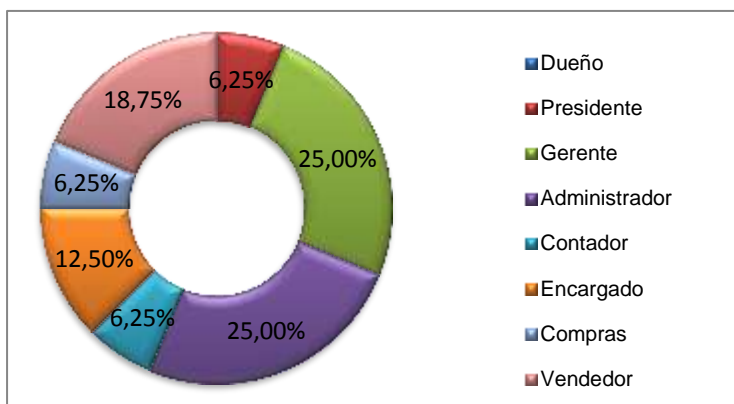


Gráfico N°4. Cargo ocupado en la empresa por el personal encuestado.

Fuente. Elaboración propia.

Entre los productos que comercializan las empresas estudiadas, destacan los equipos y los materiales de electricidad, las herramientas de construcción, las pinturas y accesorios, y los materiales de plomería, los cuales son comercializados por entre el 93,75% y 100% de las empresas estudiadas. Otros productos mercadeados son: los abrasivos, los derivados del acero y del hierro, las herramientas eléctricas, las lámparas, los materiales de construcción (arena, cabilla, bloques, cemento, etc.) y las piezas sanitarias, en su conjunto estos productos son comercializados por entre el 43,75% y el 81,25% de las empresas estudiadas. Dentro del grupo de productos de menor comercialización destacan las cerámicas y las baldosas, los equipos domésticos, las herramientas agrícolas, las máquinas eléctricas a gasoil y gasolina, las piezas decorativas y los equipos de seguridad industrial, estos últimos grupos de productos son mercadeados por menos del 40% de las empresas muestreadas.

www.bdigital.ula.ve

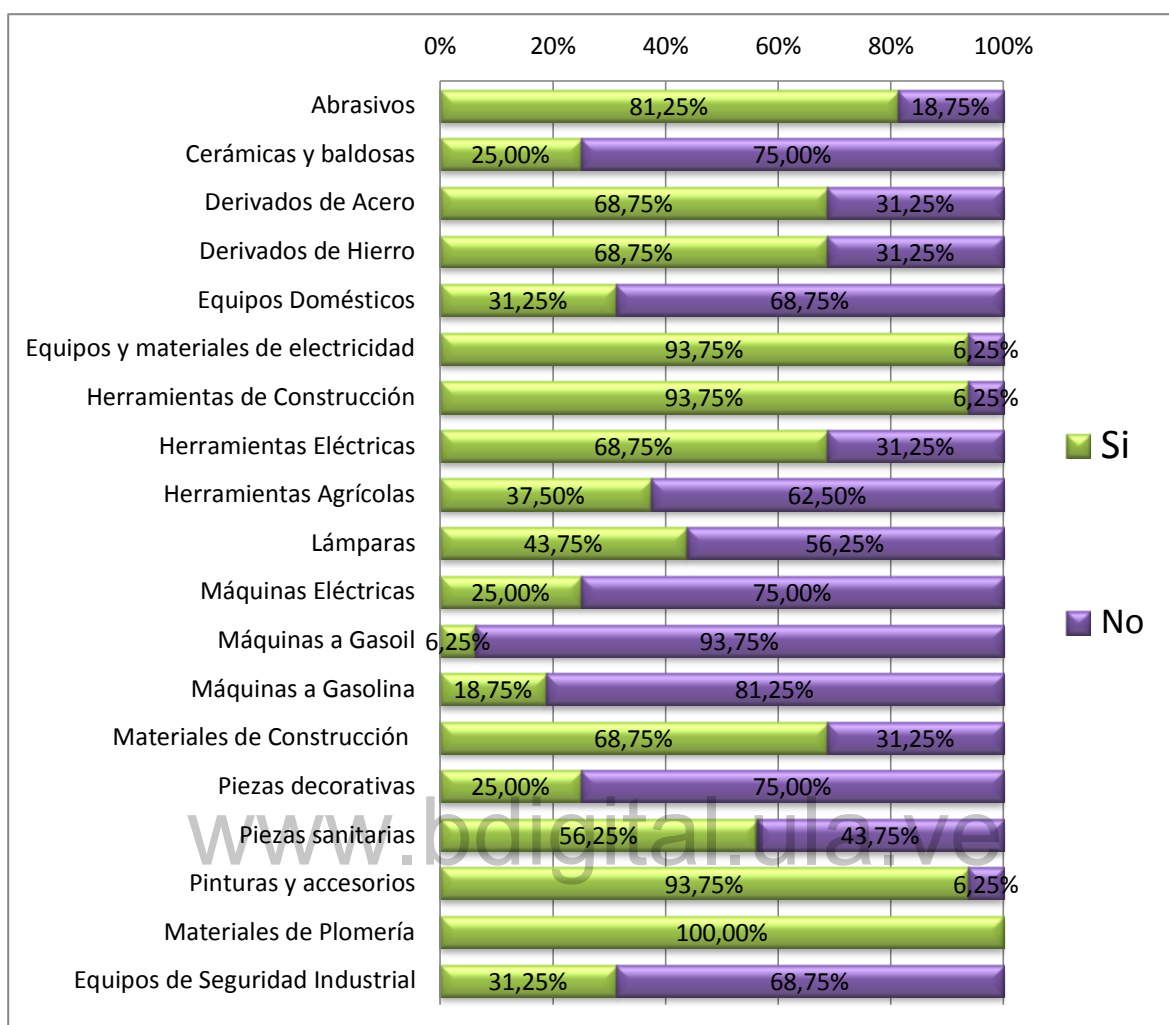


Gráfico N° 5. Porcentaje de ferreterías que comercializan los diferentes tipos de Productos. Fuente. Elaboración propia.

Como se observa en los resultados anteriores existe gran diversidad de productos comercializados, que en los últimos años, se han visto reducidos al disminuir la reposición del inventario debido a múltiples causas. Entre dichas causas destacan, según mencionaron los mismos encuestados:

- El acceso limitado y casi inadmisibles a las divisas, ha restringido la oferta de los importadores y fabricantes de dichos productos, quienes no pueden adquirir sus materias primas o productos

acabados.

- Aunado a lo anterior, se suma los aumentos constantes de sueldos mínimos decretados por el ejecutivo nacional, ello conduce a la reducción de personal en empresas proveedoras e importadoras de los productos mencionados, con las consecuentes disminución de sus operaciones; en otros casos las empresas proveedoras e importadoras no soportan la carga laboral, por lo que se ven en la necesidad de suspender sus operaciones definitivamente.

Estructura de costos en las ferreterías, en el marco de la Ley Orgánica de Precios Justos y de la contabilidad de costos

Continuando con los resultados obtenidos, sobre la estructura de costos de las ferreterías de la ciudad de Ejido, del Municipio Campo Elías, se detallan los conceptos que se consideran en las empresas como costo del producto vendido al momento de fijar los precios, en el caso de que el fabricante no fije el PMVP del producto, es decir, cuando el PMVP no haya sido marcado en el producto. En este caso el 100% de los ferreteros toman en cuenta los costos según factura de la mercancía comprada, un 81,25% consideran también los costos de transporte, fletes o traslados en compras, mientras que solo un 12,5% de los encuestados conciben los Impuestos no recuperables o transferibles al consumidor como parte del costo del producto vendido. Ninguno de los ferreteros adiciona o considera en el costo de sus productos vendidos lo referente a aranceles y gastos de importación (aduanas), ya que no son importadores de los productos que comercializan (Gráfico N° 6).

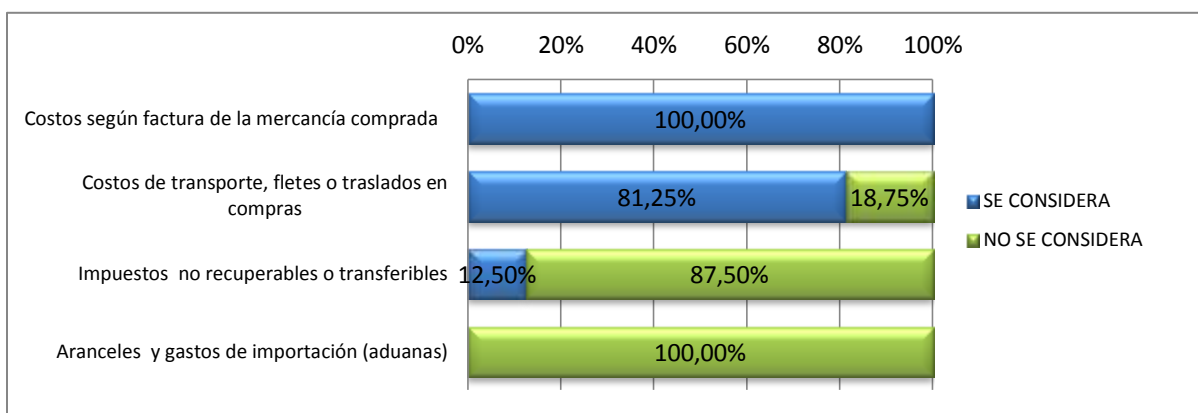


Gráfico N° 6. Costos considerados como costo del producto vendido.

Fuente. Elaboración propia.

En el mismo orden de ideas, en lo referente a los fletes sobre compras, el cual presenta contradicción entre la Ley de Impuesto Sobre La Renta (ISLR) y la Providencia Administrativa 070/2015 (P. A 070/2015)¹; cuando se consultó a los encuestados si existe algún tratamiento para los gastos de transporte o fletes sobre compras, permitidos por la Ley de ISLR (Artículo N° 23) como parte del costo del producto vendido, de cara a su recuperación y una rentabilidad justa en las operaciones de la empresa, estos responden en un 81,25% de los casos que consideran el costo del flete en sus compras al agregarlo al costo unitario de los productos comercializados; en el lado opuesto, un 18,75% declaró no emplear ningún método para ello, por cuanto no son considerados como parte del costo del producto comprado. (Gráfico N° 7). Esta omisión del costo de transporte, se debe, según los mismos

¹ Los gastos de transporte o flete deben ser incorporados al costo del material comprado, según lo señalado en el artículo 23 literal C, Capítulo II de la Ley de Impuesto Sobre La Renta. Mientras que en el marco de la LOPJ, en su Providencia Administrativa 070/2015, indirectamente no admite imputar o agregar al costo de la mercancía ningún concepto por gastos de transporte, dado que dicha providencia indica que el PMVP debe ser calculado por el fabricante al adicionarle un 60% de utilidad, y que por tanto no debe existir otro procedimiento para la fijación de precios a nivel de distribuidor. En estas circunstancias, según lo estipulado en los lineamientos de la Providencia Administrativa 070/2015 todos los integrantes de la cadena de comercialización (mayoristas, distribuidores, detallistas etc.) solo deben considerar el costo de adquisición de las mercancías y adicionar un margen de comercialización global o total que no supere el 60% de utilidad, prefijado por el fabricante o mayorista hasta el usuario final.

encuestados, al desconocimiento de la providencia administrativa 070/2015, y los métodos de prorrateo o asignación de costos, en algunos casos porque lo consideran como un costo mínimo o insignificante, pero en ningún caso se debe a inspecciones o sanciones por parte de la SUNDDE.

La contradicción entre la Ley de ISLR y la Providencia Administrativa 070/2015 la cual indirectamente no permite la recuperación del costo asociado al manejo y traslado de las mercancías compradas para las ferreterías (detallistas), señala por una parte el incumplimiento legal del proveedor del producto en cuanto al marcaje del PMVP, en la mayor parte de empresas estudiadas (81,25%) las cuales consideran dichos costos, y a la vez refleja la no recuperación de los mismos para el 18,75% de las ferreterías, quienes no lo incorporan al costo del producto vendido. En este último caso, es preocupante para este grupo de empresarios, dado que el costo del flete es considerable en su estructura de costos al representar en muchos casos hasta el 10% del valor de la mercancía comprada, porción del costo de adquisición elevada, a juicio de los empresarios ferreteros, para no ser recuperada a través del precio de venta del producto.

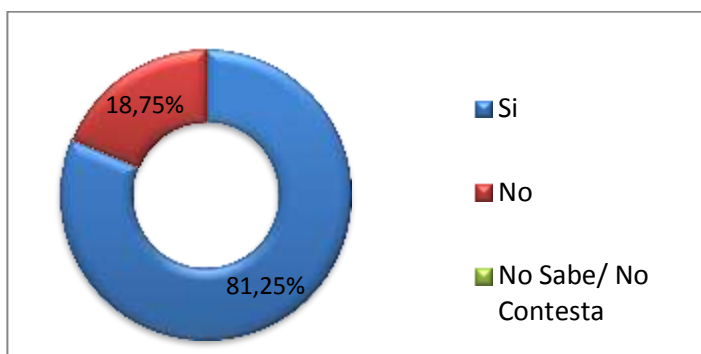


Gráfico N° 7. Existencia de tratamientos para incorporar los gastos de transporte sobre compras, como parte del costo.
Fuente. Elaboración propia.

Con referencia a los costos incurridos por las ferreterías para el desarrollo de sus operaciones, se obtienen los siguientes resultados (Gráfico N° 8). El 75% de las ferreterías incurre en gastos de alquiler del local; el 68,75% de éstas afrontan gastos de publicidad, el 75% presentan en sus gastos periódicos de salarios de vendedores y almacenistas, el 81,25% erogan salarios de personal administrativo, y el 87,50% presentan en sus gastos operativos desembolsos por conceptos de aportes parafiscales (Seguro Social Obligatorio, Instituto Nacional de Capacitación Educativa Socialista, Fondo de Ahorro Obligatorio para la Vivienda y Habitación, y Pérdida Involuntaria de Empleo, entre otros). También, los ferreteros señalaron gastos incurridos por diferentes conceptos tales como: mantenimiento de sus instalaciones y vehículos (equipos de reparto), pago de servicios públicos, (agua, luz teléfono, internet, aseo), servicios contables asesorías jurídicas, seguridad industrial, mantenimiento de equipos de computación, transporte para despacho de las ventas (flete en ventas), seguro del negocio y empleados, impuestos municipales, e incluso hicieron referencia a los sobornos a funcionarios públicos. Igualmente, mencionaron el impuesto a las grandes transacciones financieras (IGTF) contemplado en la Ley Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras del año 2015², y no deducible del ISLR (artículo 18), el cual según lo revelan los ferreteros puede llegar a representar una cifra elevada al final del ejercicio fiscal, y a ser soportada financieramente por la empresa mas no deducida fiscalmente.

²Ley Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras aplica solo a los contribuyentes especiales designados por el SENIAT, al establecer un 0,75% de impuesto calculado sobre el monto de cada pago hecho por la empresa a través del sistema financiero del país o fuera de este.

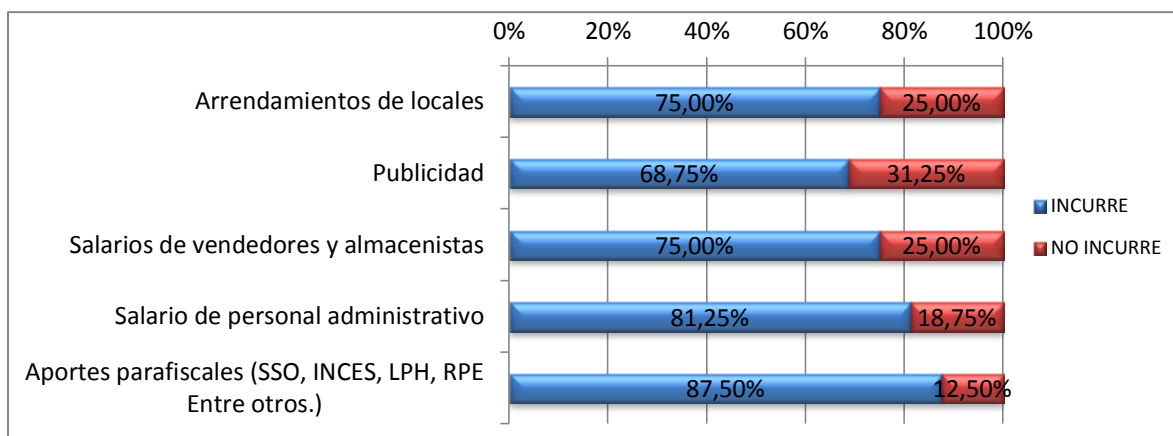


Gráfico N° 8. Costos de funcionamiento incurridos en las ferreterías.

Fuente. Elaboración propia.

En relación a la determinación o cálculo de la estructuras de costos, se les preguntó a los encuestados si conocen o manejan las estructuras de costos por cada tipo de producto que comercializan, a lo que éstos respondieron en las siguientes proporciones. El 75% indicaron conocerlo, mientras que el restante 25% expuso sinceramente que no lo saben o lo desconocen, develándose de esta manera que una cuarta parte de los comerciantes de las ferreterías consultadas de la ciudad de Ejido manejan sus operaciones mercantiles y financieras con insuficiencia en lo relativo a los costos de la ventas, pese a ser esta información básica para planificar y controlar la rentabilidad de cualquier organización con fines de lucro.

Así mismo, se pudo conocer que del 75% de los ferreteros que indicaron conocer la estructura de costos de cada uno de sus productos, el 83,33% de éstos manifestó que elaboran la estructura de costos basándose en la ley (Providencias Administrativas 003/2014 y 070/2015), demostrándose de esta forma que existe una mayoría de comerciantes o ferreteros de la ciudad de Ejido, preocupados por los temas legislativos, como sujetos de aplicación que desarrollan actividades económicas en el territorio nacional (Gráfico N° 8). Igualmente se evidenció preocupación por

dominar algunos conocimientos básicos que permitan el manejo de las operaciones de sus negocios a fin de evitar multas y sanciones por parte del ente encargado y supervisor de la SUNDDE. (Gráfico N° 9).

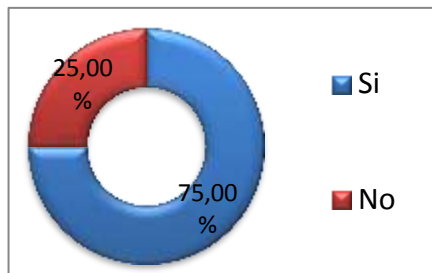


Gráfico N° 9. Conocimiento de la empresa sobre la estructura de costos por tipo de producto. *Fuente. Elaboración propia.*

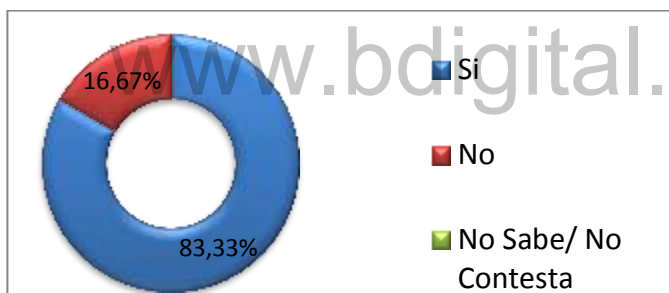


Gráfico N° 10. Ajuste de las estructuras de costos según los lineamientos de la Providencia Administrativa 003/2014. *Fuente. Elaboración propia.*

Por otra parte, cuando se indagó la opinión de los encuestados sobre la contribución de la normativa legal (Providencias Administrativas 003/2014 y 070/2015) en la organización de su empresa, específicamente en cuanto a su estructura de costos, además de otros procedimientos contables y administrativos, el 25% responden en forma positiva, es decir, perciben que las Providencias Administrativas contribuyen con la optimización contable y

financiera de su negocio, en contraposición a un 56,25% que opinó contrariamente. (Gráfico N° 11).

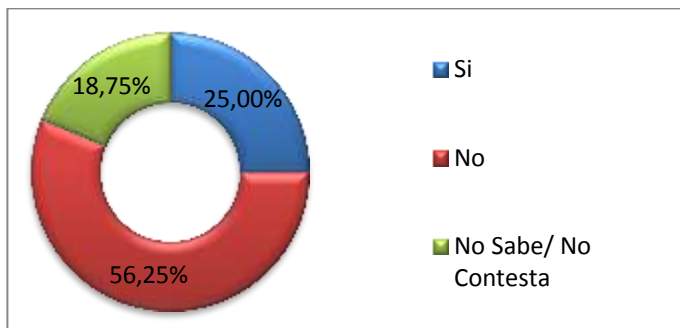


Gráfico N° 11. Contribución de los basamentos legales a la organización de la empresa. Fuente. Elaboración propia.

Asimismo se les consultó a los empresarios ferreteros sobre los costos excluidos de la estructura por la Providencia Administrativa 003/2014, los cuales han sido parte integral o considerados por la contabilidad de costos convencional, tales como las contribuciones parafiscales, los costos de fletes sobre ventas y compras, los costos de almacenamiento y la totalidad de gastos asociados al funcionamiento de la empresa (gastos operativos o gastos ajenos). En este sentido, se les interrogó sobre su conocimiento de la exclusión de éstos conceptos de la estructura de costos contenidos en la Providencia Administrativa 003/2014; el 69% respondió de forma positiva mientras que el restante 31% contestó contrariamente.

Entre los conceptos excluidos por los cuales los empresarios manifiestan inconformidad, resaltan: los intereses y gastos por préstamos bancarios para la comercialización del producto, los cuales para un 90,91% de los encuestados, deben ser considerados en la estructuras de costos de los productos y ser prorrateados al costo unitario de cada uno según un análisis vertical del estado de ganancias y pérdidas u otro método demostrable para la distribución de costos. Otro concepto fue el costo de

distribución, el cual debe ser excluido en las empresas que no se dediquen normalmente a esta actividad o no contemplado dentro de su objeto social, en este caso el 72,73% de los ferreteros opinaron que deben ser tomados en cuenta en la estructura de costos. Igualmente las contribuciones parafiscales (aportes patronales al INCES, SSO, SPF, LVH entre otros), en opinión del 100% de los encuestados deben ser consideradas en su totalidad dentro de la estructura de costos, lo cual coincide con lo señalado en los fundamentos de la contabilidad de costos convencional, por representar una obligación ineludible de la administración de personal. Finalmente y no menos importante son los efectos inflacionarios en el valor de los inventarios, relacionado ello con los costos de reposición y por ende la continuidad de operaciones de la empresa, en este sentido 100% de los encuestados opinan que estos costos no pueden ser obviados.

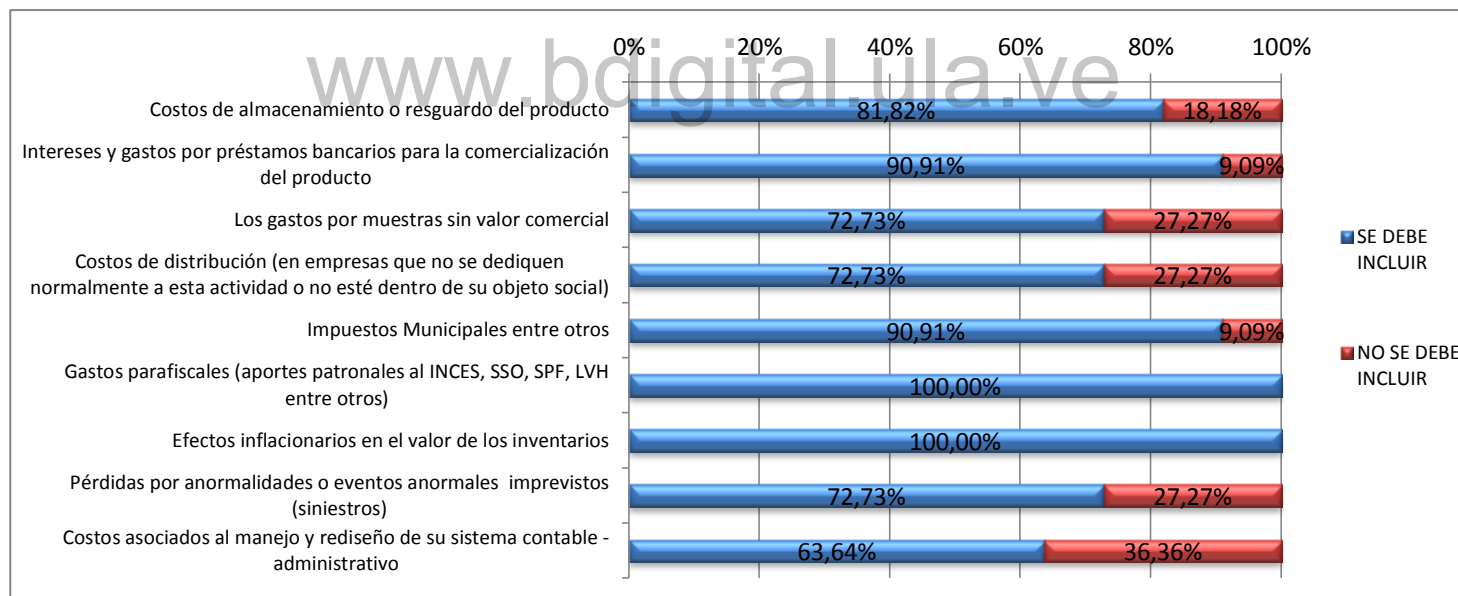


Gráfico N° 12. Opinión de los empresarios sobre la exclusión de costos y gastos de la estructura de costos, impuesta por la Providencia Administrativa 003/2014. Fuente. Elaboración propia.

En el mismo orden de ideas, a los ferreteros se les preguntó lo relacionado a la proporción que representan los gastos operativos o de funcionamiento respecto al costo de ventas, obteniendo los siguientes resultados. Un 6,25% de los ferreteros expuso que sus gastos operativos representan hasta un 4,5% de su costo de ventas, un 18,75% expresó que representan entre el 4,5 hasta el 8,5%, al igual que los ferreteros que indicaron que representan más de 8.5% hasta el 12,5%, un 6,25% de los encuestados manifestaron que estos costos representan entre el 12,5% y el 16,5%. Mientras que una cuarta parte de los consultados (25%) manifestó tener gastos de funcionamiento superior al 16,5% en proporción a su costo de venta.

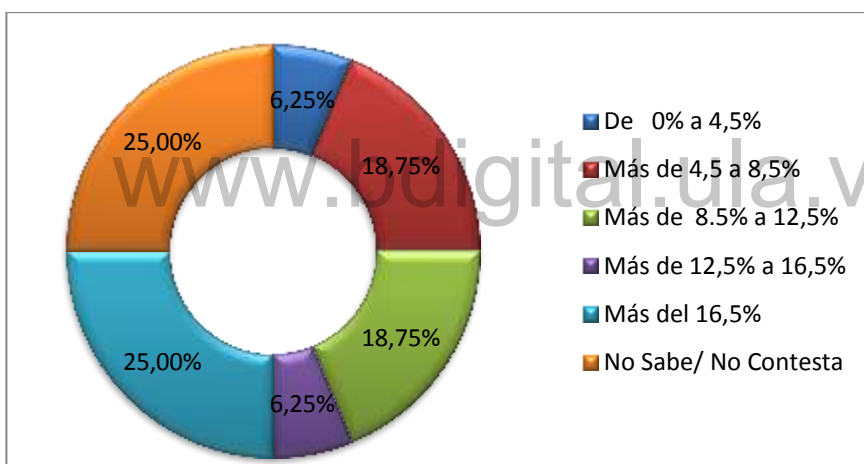


Gráfico N° 13. Porcentaje que representa los gastos operativos o de funcionamiento respecto al costo de ventas. *Fuente. Elaboración propia.*

Es de destacar que un 25% de los encuestados indicó desconocer la cifra porcentual que representan sus gastos operacionales en relación al costo de la mercancía vendida, evidenciándose una grave omisión de indicadores de gestión, y de rentabilidad eficientes para la toma de decisiones en dichas empresas.

Al comparar estas evidencias con lo establecido en la Providencia Administrativa 003/2014, se podría deducir, para este último grupo de ferreteros (25%) que soporta gastos operativos superiores al 16,5%, la omisión de cierta parte de los gastos operativos dentro de su estructura de costos en caso de tener que fijar el PMVP (por omisión del productor y/o importador de los productos o al abastecerse directamente de los mismos). A su vez, estos empresarios, experimentan la reducción de su utilidad operativa respecto a sus ingresos, partiendo del supuesto que los ferreteros se someten a lo establecido en el artículo 31 de la LOPJ 2015, que indica que no pueden asignar márgenes superiores de comercialización del 30%, lo cual refleja a groso modo que la empresa dependiendo del volumen de ventas obtendría apenas el 13,5% (30% menos 16,5%), de utilidad operativa para enfrentar egresos financieros y utilidades para cubrir a su vez futuras inversiones o gastos no planificados, sin considerar los demás conceptos excluidos por la providencia 003/2014.

Por ser la valoración del inventario parte fundamental del cálculo del costo de venta del negocio, se pudo constatar que 37,5% los ferreteros utilizan el método primeras en entrar primeras en salir (PEPS) para determinar el valor de sus inventarios, frente al 50% que manifestó utilizar el método Costo Promedio Ponderado; ambos métodos son permitidos por la P.A. 003/2014 en su artículo 5, y establecidos como métodos de valorización de inventarios en la contabilidad de costos convencional.

Es de destacar que el restante 12,5% de las empresas consultadas reveló que valoran todas las unidades de inventario al último costo de adquisición como una especie de costo de reposición (costo actual de sus proveedores o del mercado), dejando en evidencia el incumplimiento de lo establecido en el artículo 5 de la Providencia Administrativa 003/2014.

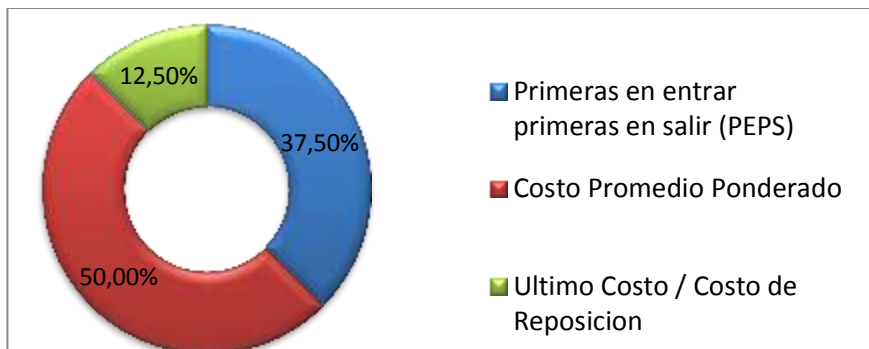


Gráfico N° 14. Métodos de valoración de inventarios que utiliza la empresa. Fuente. Elaboración propia

Determinación de precios en las Ferreterías de la ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías del Estado Mérida, en el marco de la LOPJ 2015 y de la contabilidad de costos

En el proceso de fijación de precios, a continuación, se hace referencia al cumplimiento de lo establecido en la Providencia Administrativa 070/2015, la cual contiene las regulaciones sobre el marcaje de precios de todos los productos comercializados en el territorio nacional. En tal sentido, a los empresarios ferreteros encuestados les fue consultado si los precios de los productos que ofertan en sus casas ferreteras son marcados, etiquetados o rotulados por sus proveedores con el precio máximo de venta al público (PMVP) al momento de ser adquiridos; algunos de los ferreteros indicaron lo siguiente:

- En un principio cuando recién se publicó la Providencia Administrativa 070/2015, los productos traían de sus proveedores la etiqueta indicando el PMVP, actualmente los productos en su mayoría no llegan con el marcaje o la etiqueta del PMVP de sus proveedores.

Específicamente, son varios los grupos de productos que no exhiben el PMVP al momento de ser adquiridos por las ferreterías, tal es el caso de: las cerámicas y baldosas, los derivados del acero, del hierro, los equipos domésticos, las lámparas, las máquinas eléctricas, a gasoil, y a gasolina, los materiales de construcción y las piezas decorativas. Estos 10 grupos de productos, representan más de la mitad de los artículos ofertados por las casas ferreteras estudiadas. Sin embargo, en ocasiones existe un grupo de productos que si presentan el PMVP al momento de ser comprados a los proveedores, es el caso de: los abrasivos, los equipos y materiales de electricidad, las herramientas de construcción, eléctricas y agrícolas, las piezas sanitarias, los materiales de plomería y los equipos de seguridad industrial; estos 8 rubros de productos representan en su conjunto el 42,1% de los productos comercializados en las ferreterías. Es de resaltar que sólo el grupo de pinturas y accesorios llegan a más de la mitad las ferreterías con el precio fijado por su fabricante o importador.

Igualmente también indicaron los empresarios ferreteros encuestados que al momento de recibir la visita del distribuidor o mayorista para ofrecer algún producto a comercializar, éste indica al ferretero el PMVP fijado para cada producto. Sobre esta información, comparada con el costo ofrecido por el vendedor de la casa mayorista, el ferretero calcula el porcentaje de utilidad a percibir con la venta de dicho producto, y de ser conveniente hace el pedido a su proveedor.

También señalaron algunos ferreteros que sí el proveedor (mayorista, distribuidor, fabricante, entre otros) no indica el PMVP del producto al momento de la visita mencionada y el ferretero accede a tomar el pedido del producto, al momento de llegar la mercancía a las instalaciones de la ferretería y ésta se encuentra marcada con el PMVP, el ferretero procede a calcular el porcentaje de ganancia en la comercialización de dicha

mercancía. En caso de no ser satisfactorio dicho margen el ferretero devuelve la mercancía al proveedor; ello implica que no se cancele el flete o los gastos de transporte, dado que generalmente el costo del transporte es calculado como un porcentaje del costo del producto comprado.

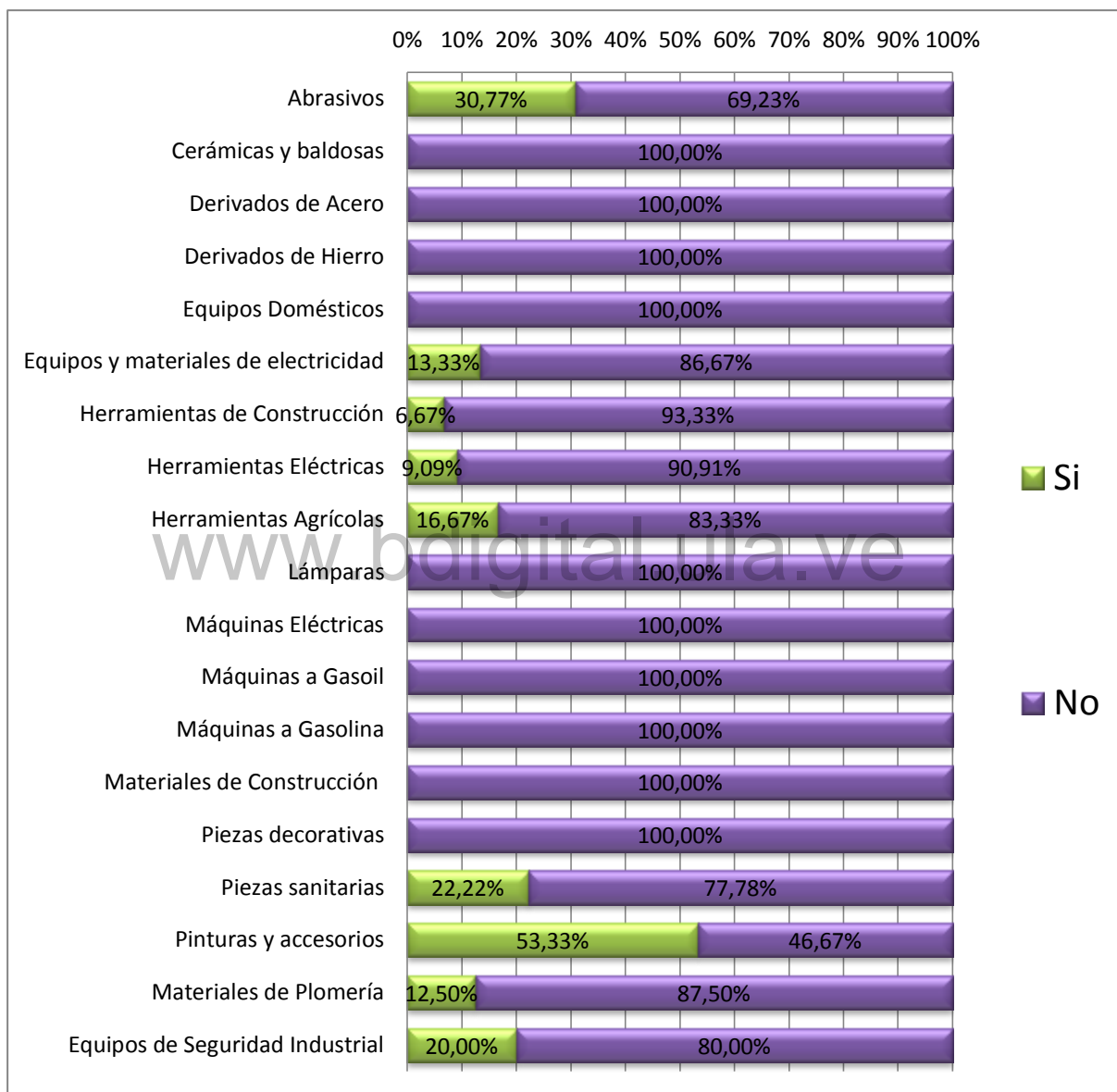


Gráfico N° 15. Porcentaje de ferreterías que reciben productos con PMVP marcado por su proveedor, por rubros de productos.

Fuente. Elaboración propia.

Otro ferretero indicó que algunos productos son vendidos a un precio menor al indicado en la etiqueta o PMVP fijado por el fabricante, sin embargo, en la comercialización de dichos productos se obtienen un 30% de ganancia (margen de comercialización). Esto es producto que al ser adquirida la mercancía directamente a sus fabricantes, como un intento de reducir la cadena de comercialización del producto, la empresa ferretera (distribuidor al detal) fija un PMVP inferior al fijado por el proveedor al adicionarle al precio máximo de venta del productor o importador (PMVPI) un 30% de margen de comercialización y no del 60% de ganancia, como lo regula la Providencia Administrativa 070/2015 a ser repartido entre todos los agentes que participan en la comercialización hasta el usuario final.

Las afirmaciones anteriores dejan en evidencia cierto incumplimiento legal por parte de los sujetos de aplicación, en lo que a la Providencia Administrativa 070/2015 se refiere. Específicamente, existe incumplimiento de lo establecido en la Providencia Administrativa 070/2015, por parte de las fábricas ó importadoras y demás empresas que participan en la comercialización de un bien o servicio hasta su usuario final cuanto se asevera que algunos productos no son etiquetados o rotulados con el PMVP para ser comercializados.

También en relación al tema de fijación de precios, se les consultó a los encuestados su opinión respecto a los factores considerados al momento de fijar el precio de los productos ofrecidos en el mercado ferretero. Para ello, y a partir de una escala de likert, los encuestados expresaron su opinión respecto a siete afirmaciones, con ello se pretendió examinar su actitud o tendencias frente a las metodologías empleadas comúnmente para la fijación de precios. En este sentido, la puntuación promedio de la escala de likert en los establecimientos encuestados, alcanza los 25 puntos, o cual refleja una clara tendencia hacia la fijación de precios en función de variables

múltiples, tales como los niveles de la demanda, las acciones de la competencia y productos sustitutos, el poder adquisitivo del consumidor y los niveles de eficiencia de la misma empresa (Tabla N° 6).

Tabla N°6. Escala de Likert sobre la actitud de los ferreteros a fijar precios en función del nivel de costos

	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Sólo la estructura de costos basta para tomar decisiones respecto a la fijación de precio de un producto	5	4	3	2	1
El nivel de precios debería relacionarse de forma inversamente proporcional con los niveles de demanda, donde a mayor precio menor demanda y viceversa	1	2	3	4	5
Para incrementar la participación en el mercado e incrementar el nivel de ventas es imprescindible variar los precios de acuerdo a los cambios realizados por el competidor más cercano	1	2	3	4	5
El margen de ganancia y el nivel de precios debe ser establecido por la misma empresa	1	2	3	4	5
El precio de los productos debe ser establecido según el precio de venta del producto similar o del producto que lo sustituya.	1	2	3	4	5
El precio de los productos debe ser establecido según el comportamiento de la demanda (cantidad de unidades vendidas)	1	2	3	4	5
El precio de los productos debe ser fijado según la disposición o poder adquisitivo de los compradores	1	2	3	4	5
El precio de los productos debe ser fijado por la misma empresa según sus niveles de eficiencia	1	2	3	4	5
Puntuaciones Totales	12 0-12 Total tendencia a fijar precios según sus costos	18 12-18 Tendencia con fijar precios según sus costos	24 18-24 Indiferencia	30 24-30 Tendencia a fijar precios según múltiples variables	36 30-36 Total tendencia a fijar precios según múltiples variables

Fuente. Elaboración propia.

Específicamente, se obtuvo que un 56,25% están en desacuerdo, frente al 43,75 % de ferreteros que indicó estar totalmente en desacuerdo, con que “Sólo la estructura de costos basta para tomar decisiones respecto a la fijación de precio de un producto”. De la afirmación “El nivel de precios debería relacionarse de forma inversamente proporcional con los niveles de demanda, donde a mayor precio menor demanda y viceversa”, 12,5% y 56,25% de los ferreteros se manifestaron totalmente de acuerdo, y de acuerdo, respectivamente. Respecto a la declaración “Para incrementar la participación en el mercado e incrementar el nivel de ventas es imprescindible variar los precios de acuerdo a los cambios realizados por el

competidor más cercano”, el 25% de los consultados consideran estar totalmente de acuerdo con tal afirmación, mientras que un 62,5% están de acuerdo, frente al 12,5% que opinaron estar totalmente en desacuerdo.

Sobre la afirmación “El margen de ganancia y el nivel de precios debe ser establecido por la misma empresa según sus niveles de eficiencia”, el 25% los ferreteros se mostraron estar Totalmente de acuerdo, un 62,5% están de acuerdo, mientras que apenas un 12,5% están en desacuerdo. Respecto al quinto elemento enunciado, “El precio de los productos debe ser establecido según el precio de venta del producto similar o del producto que lo sustituya”, se halló que el 12,5% de encuestados se mostró totalmente de acuerdo, mientras que el 37,5% y 25% opinaron estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, respectivamente. En el sexto enunciado “El precio de los productos debe ser establecido según el comportamiento de la demanda (cantidad de unidades vendidas)” los ferreteros indicaron estar totalmente de acuerdo en un 18,75% de los casos, el 31,25% de acuerdo, el 6,25% Indiferente, el 18,75% en desacuerdo, y el 25% totalmente en desacuerdo. Finalmente para la afirmación “El precio de los productos debe ser fijado según la disposición o poder adquisitivo de los compradores”, apenas el 12,5% de los consultados opinan estar de acuerdo con dicha afirmación, e indiferentes, respectivamente, mientras que un 56,25% manifestaron estar en desacuerdo, y un 18,75% totalmente en desacuerdo (Gráfico 16).

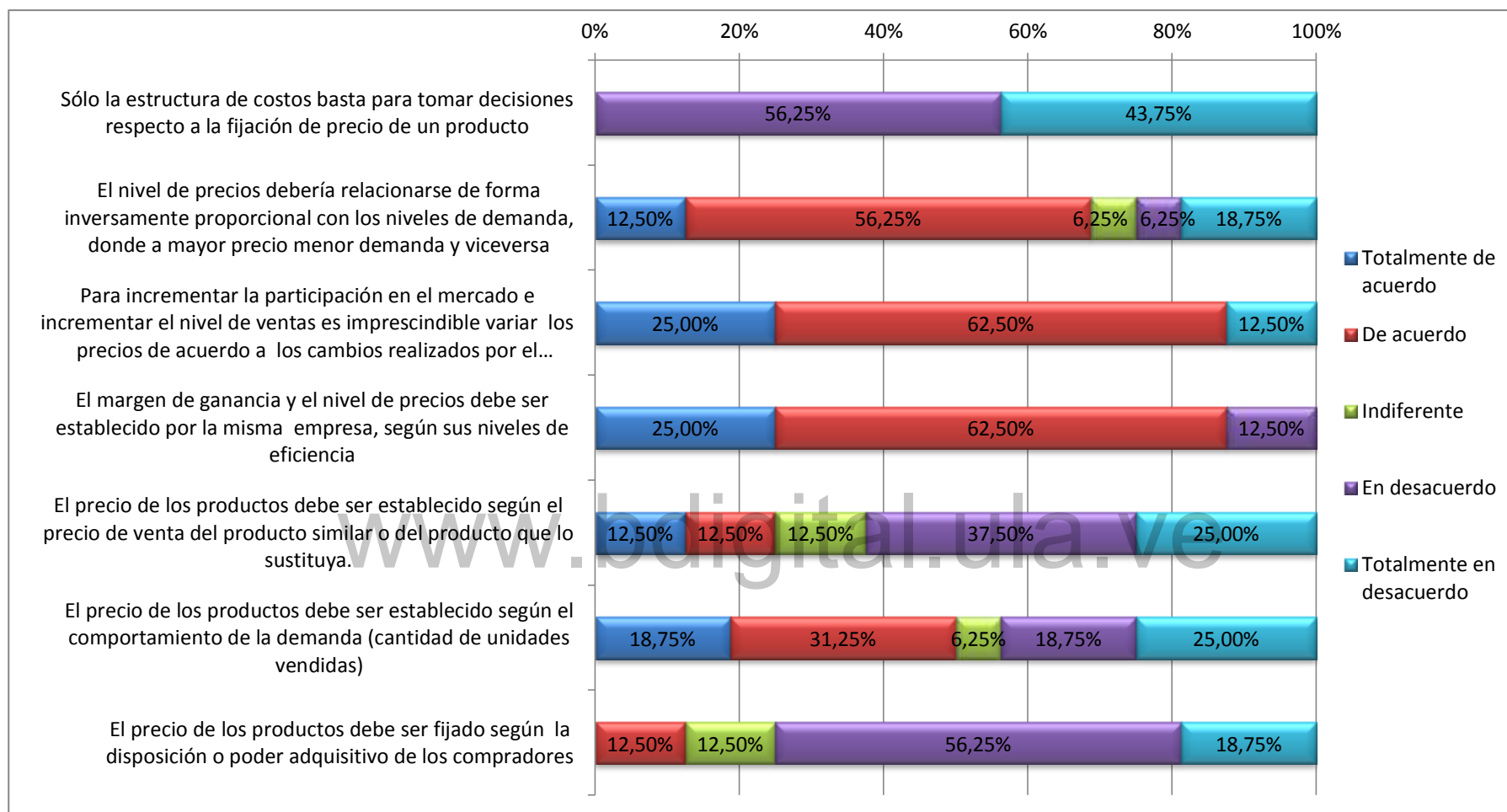


Gráfico N° 16. Opiniones de los ferreteros respecto a técnicas a considerarse al momento de fijar precios.

Fuente. Elaboración propia

Posteriormente a los empresarios encuestados, se les interrogó sobre las metodologías, técnicas y procedimientos, y demás factores considerados para fijar el precio de los productos con mayor rotación o importancia para la empresa, y cuyos PMVP no son fijados por su fabricante o importador (Tabla N° 7). En este sentido, los empresarios además de tener la actitud o tendencia a considerar otros factores como la demanda, la eficiencia, entre otros, la mayoría de estos realmente los consideran al momento de fijar PMVP de los productos que no están marcados por el proveedor, lo cual los coloca al margen de la Ley, y en peligro de las sanciones de la LOPJ, por infracciones y delitos.

Tabla N°7. Factores considerados para fijar el PMVP cuando no son fijados por el proveedor

	Considerado		No Considerado	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Costo del producto + porcentaje de ganancia	16	100,00%		
Nivel de precios de la competencia	7	43,75%	9	56,25%
Nivel de demanda	7	43,75%	9	56,25%
Poder adquisitivo o disposición del comprador	3	18,75%	13	81,25%
Niveles de eficiencia de la empresa	4	25,00%	12	75,00%
Tipo de clientes (fidelidad y volumen de compra)	7	43,75%	9	56,25%

Fuente. Elaboración propia

Para continuar profundizando, sobre el proceso de fijación de precios y determinación de la estructura de costos, a los empresarios se les consultó acerca de los costos y gastos que son tomados en cuenta al momento de determinar el precio del producto, cuyo PMVP no es fijado por el fabricante. (Tabla N° 8).

Tabla N°8. Costos y gastos considerados al fijar el PMVP cuando el mismo no es fijado por el proveedor.

	Considerado		No Considerado	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Costos según factura de la mercancía comprada	16	100,00%		
Costos de transporte, fletes o traslados	14	87,50%	2	12,50%
Impuestos no recuperables o transferibles	3	18,75%	13	81,25%
Aranceles y gastos de importación			16	100,00%
Arrendamientos de locales	6	37,50%	10	62,50%
Publicidad	5	31,25%	11	68,75%
Salarios de vendedores y almacenistas	5	31,25%	11	68,75%
Salario de personal administrativo	5	31,25%	10	68,75%
Aportes parafiscales (SSO, INCES, ect.)	6	37,50%	10	62,50%

Fuente. Elaboración propia

Tal como se evidencia en la tabla N°8, existen diversos costos y gastos considerados por algunos de los ferreteros al momento de cuantificar el costo unitario de los productos que ofrecen, para luego determinar y fijar el respectivo precio de venta. Específicamente todos los ferreteros incluyen el costo de sus mercancías indicados en la factura de compra, pero solo un 87,5% de ellos traslada al costo de adquisición de la mercancía el peso del flete, esto lo hacen bien sea a través del cálculo de alguna fórmula matemática o porcentaje preestablecido que permita acercarse con mayor precisión posible la determinación de la proporción que representa el servicio del flete sobre compras respecto al costo de la mercancía adquirida; otras veces, los encuestados manifestaron que el costo de este servicio es determinado o indicado en la misma factura de compra de la mercancía o en otra factura del mismo proveedor, o inclusive de un tercero (proveedor dedicado solo a los servicios de flete).

Es importante señalar que al examinar la forma como calculan el peso o porcentaje del flete respecto a la mercancía comprada, se logró evidenciar algunas insuficiencias o impresiones de cálculos en buena parte de los consultados (65%), entre los cuales figuran:

- Calculan el peso o proporción del flete respecto a la mercancía comprada dividiendo la base imponible de la factura entre la cantidad total de productos que contiene la factura, siempre que la factura detalle las diferentes cantidades y sus costos unitarios. En este caso la imprecisión consiste en asignar el mismo costo unitario de flete a los diferentes productos, cuando se adquieran diferentes tipos de unidades en cuanto a su costo, tamaño, peso, unidad de medida, entre otros atributos.
- Otros ferreteros, exactamente el 30%, suman los montos de la factura de mercancía y la factura del flete sobre compras, y el monto resultante lo dividen entre la cantidad de unidades totales de los diferentes productos contenidos en la factura de compra. El error de este cálculo es similar al

anterior, al asignarle el mismo costo unitario de fletes a los diferentes productos, los cuales podrían presentar variación en sus características.

En relación con las implicaciones de agregar el costo del flete sobre compras al costo unitario de la mercancía, para efectos de calcular el PMVP cuando el mismo no sea fijado por el proveedor, además de muchos otros conceptos mostrados en la Tabla N°8 tales como los diferentes gastos de distribución, ventas y mercadeo publicidad, salarios de vendedores y almacenistas gastos de administración impuestos no recuperables o transferibles, arrendamientos de locales, salario de personal administrativo y aportes parafiscales, se debe tener presente que según las interpretaciones de la Providencia Administrativa 070/2015 implícitamente no se permite agregar costo o gasto adicional, solo se debe considerar el costo unitario según factura de compra más un 30% de margen de ganancia máximo para fijar el PMVP, tal como lo indica el artículo 31 de la (LOPJ 2015). En este caso, se interpreta que la Providencia Administrativa 003/2014 no sea aplicable a las empresas comercializadoras (mayoristas o detallistas), excluyendo por tanto dentro de su estructuras de costos los gastos ajenos solo considerados para fabricantes o prestadores de servicios hasta un máximo de 12,5% respecto al costo de producción, según el artículo N° 2 numeral 12 de la Providencia Administrativa 003/2014.

Varios de los encuestados opinan que a las empresas comercializadoras también se les debería permitir cierto margen porcentual dentro de su estructura de costos de sus productos para cubrir sus gastos operativos o de funcionamiento, respaldando este porcentaje con un análisis vertical del estado de Ganancias y Pérdidas del mes inmediato anterior, tal como es considerado el 12,5% de gastos ajenos para las manufactureras o prestadoras de servicio; y de esta manera al momento de establecer un PMVP se pueda recuperar parte de los gastos del ejercicio o del periodo además de permitir una rentabilidad justa.

Otro costo importante, a criterio de los ferreteros, fue el efecto inflacionario en el valor de los inventarios. El 100% de los encuestados, coincidieron que es el costo más difícil de reponer ó recuperar dado que su PMVP no iguala el costo de reposición de la mercancía o producto vendido.

También, como parte de la estructura de costos, solo uno de los encuestados considera que dada la magnitud o preponderancia de los costos del personal, debe ser tomado en cuenta los aumentos constantes salariales decretados por el ejecutivo nacional en el costo unitario de un producto para su posterior venta, a través de un análisis que permita demostrar el efecto de tales aumentos de sueldos y su incidencia en la utilidad de la empresa. Indicó el consultado que se podría prorratear este costo y trasladarlo porcentualmente al costo unitario del producto, antes de aplicar el margen de comercialización permitido por la LOPJ, a diferencia de los gastos de servicios públicos y otros operacionales los cuales no son necesarios de adicionarlos a los costos unitarios de los productos, al ser estos cubiertos por la utilidad bruta en ventas.

Es de hacer notar que solo uno de los representantes de las ferreterías visitadas que participaron en el estudio, manifestó estar de acuerdo con los lineamientos establecidos por la Providencia Administrativa 003/2014 y la Providencia Administrativa 070/2015 para el cálculo de la estructuras de costos y el proceso de establecer el precio de los productos, argumentando que síse vende por volumen la utilidad bruta cubre los gastos totales de operación de la empresa.

Por último en lo referente a la determinación de precios, se les preguntó a los ferreteros sobre el margen de comercialización utilizado al momento de establecer el precio PMVP de los productos comercializados y cuyos PMVP no es fijado por el fabricante. En este sentido, se obtuvieron los siguientes resultados, el 25% de los ferreteros utiliza entre 10% y 20% de margen comercialización, seguidamente un 62,5% de ellos aplica desde el 21% hasta el

30% de dicho margen bruto de utilidad en ventas, finalmente un 12,5% de los consultados asigna al costo unitarios de los productos un margen de ganancia por unidad vendida entre el 31% al 45%. Es de destacar que ninguno de los ferreteros utiliza márgenes inferiores de comercialización del 10%, ni superiores al 45%. (Gráfico N° 17).

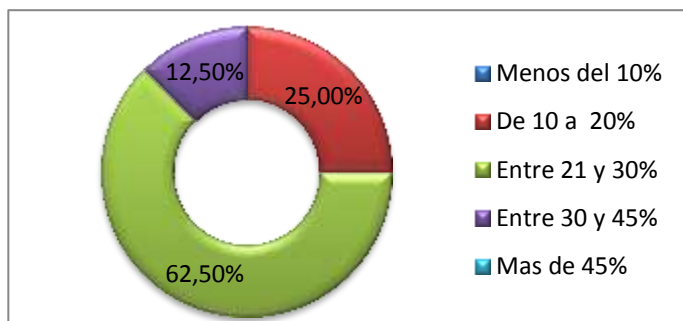


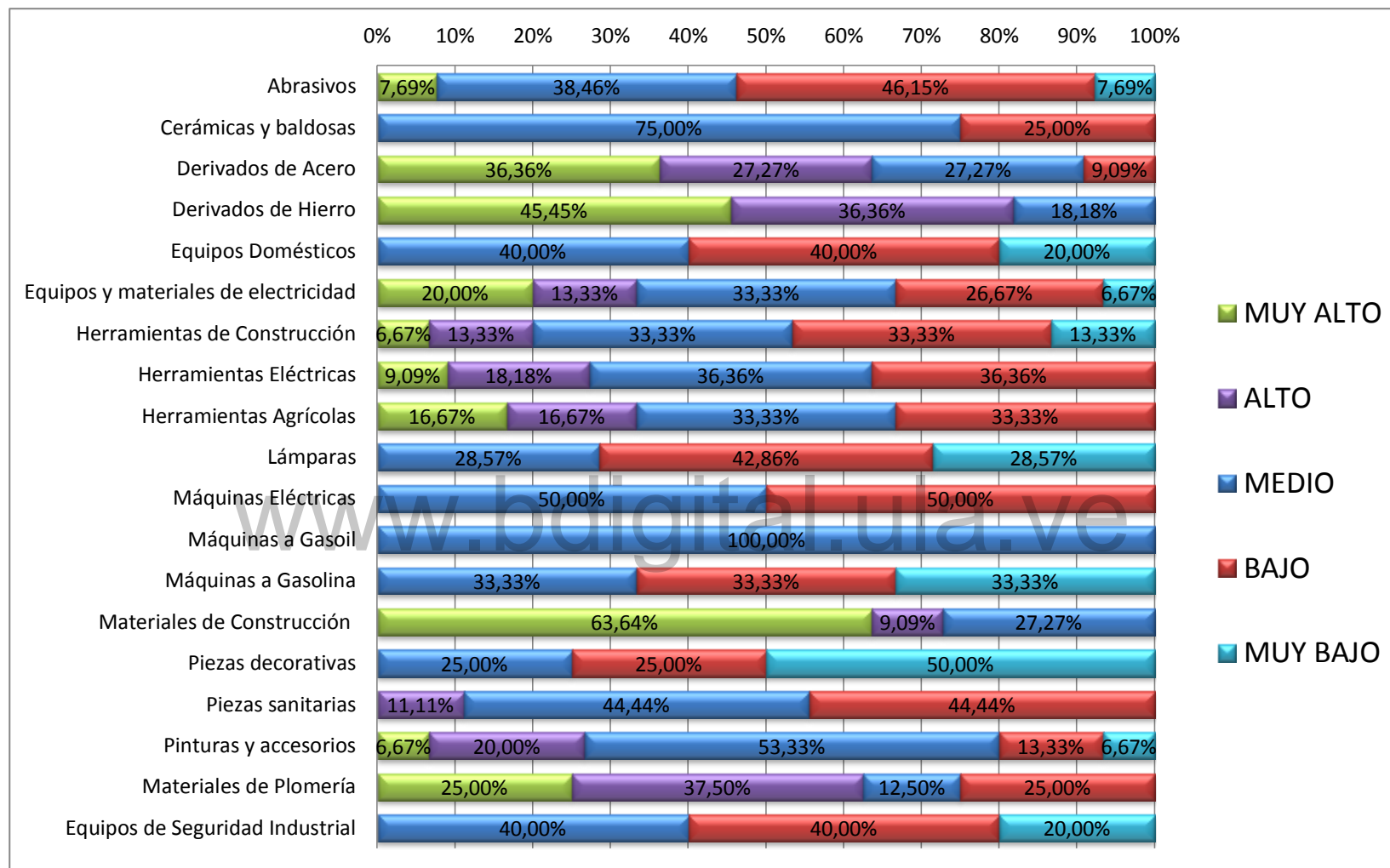
Gráfico N° 17. Margen de utilidad de los productos adquiridos cuyo PMVP no es fijado por el proveedor. Fuente. Elaboración propia

Los anteriores resultados reflejan que cierta parte de los ferreteros de la ciudad de Ejido (12,50%), se encuentran en riesgo de ser sancionados por incumplimiento de la LOPJ, por desacato a la normativa al margen máximo de ganancia. Lo anterior, según lo manifestaron los mismos empresarios, se debe a su apremiante necesidad de recuperar sus inversiones expresada en el costo de los productos para ser comercializados, dado que en ocasiones la proporción de los costos de transporte alcanza en muchas ocasiones entre el 10 y el 15% respecto al costo de la mercancía comprada, además de tener que soportar en su utilidad bruta en ventas, un porcentaje representativo de gastos operativos o de funcionamiento, que en algunos casos es más del 16%. En estas circunstancias, si utilizan solo un 30% o menos de margen comercialización, su utilidad operativa resultaría contraída considerablemente, inclusive pudiendo generar pérdidas en el negocio.

Rentabilidad de las ferreterías, de la ciudad de Ejido, municipio Campo Elías del estado Mérida en el marco de la LOPJ y la contabilidad de costos

De cara al alcance del último de objetivo de la investigación a continuación se aborda la rentabilidad de las ferreterías en la ciudad de Ejido, municipio Campo Elías del estado Mérida, en el marco de la LOPJ; en este sentido se realizaron diferentes preguntas a los encuestados para conocer su opinión y prácticas para incidir en la rentabilidad del negocio, según la contabilidad de costos convencional en comparación con lo establecido en la LOPJ (2015). Para abordar los niveles de ventas y rentabilidad por grupos o rubros de productos comercializados en las empresas en estudio se utilizó una escala evaluativa de likert, con rangos desde muy alto hasta muy bajo; de esta forma se midió el nivel de ventas y utilidad generada de las mercancías ofrecidas por las ferreterías.

Atendiendo a las consideraciones antes señaladas, se presentan los resultados obtenidos del nivel de ventas y rentabilidad en los productos comercializados por las ferreterías. Entre los resultados obtenidos se observó que el grupo de productos, conformado por: materiales de construcción y derivados de hierro, poseen niveles de ventas muy altos. Es decir, tienen un rápido ciclo de ventas o de comercialización, durante un lapso de tiempo definido elevada rotación de la mercancía; Seguidamente se hallaron rubros de productos con niveles medios de ventas, entre los que destacan: cerámicas y baldosas, equipos y materiales de electricidad, herramientas de construcción, piezas sanitarias, y pinturas y accesorios. Respecto al grupo de productos de máquinas a gasoil, vendido solo por una de las ferreterías estudiadas, al consultar al encuestado por las ventas de este rubro se obtuvo que presenta un nivel medio de ventas. Los grupos de productos que tienen los niveles más bajos de ventas, o una baja rotación de inventario, son los equipos domésticos, las lámparas, las máquinas a gasolina, las piezas decorativas y los equipos de seguridad industrial (Gráfico N° 18).



También se halló información importante que explica la reducción en el nivel de ventas en las ferreterías estudiadas; en este sentido, los empresarios señalaron que los niveles de venta han disminuido en primer lugar, por los altos niveles de inflación la cual devora el margen de utilidad por la venta de los productos, desestimulando la actividad comercial. Específicamente, los altos niveles de inflación afecta directamente la reposición del inventario, por cuanto en un mercado mayorista donde cada vez son menos los productos disponibles los pocos productos hallados están disponibles por costos increíblemente altos. Todo lo anterior, impide la adquisición de productos para ser ofertados al público. Igualmente la elevada inflación, en opinión de los ferreteros y desde el punto de vista de la demanda, hace que los consumidores dediquen gran parte de sus ingresos solo a la adquisición de bienes y servicios de primera necesidad, dejando a un lado la adquisición de productos ferreteros.

En segundo lugar, lo empresarios ferreteros encuestados mencionaron como causales de la reducción de ventas las restricciones impuestas por el gobierno a través de las regulaciones por margen máximo de ganancia los cuales no permiten cubrir los grandes y sucesivos incrementos del costos de la mercancía y los elevados gastos operativos del negocio (nomina, alquileres, impuestos, servicios de asesoría, entre otros), ello ocasiona que tanto los márgenes de utilidad bruta sobre venta, como la utilidad operativa resulten fuertemente oprimida.

En tercer lugar los encuestados, señalaron como causal de la reducción de sus ventas, la constante reducción de operaciones por la inseguridad jurídica y personal que les inhibe la realización de inversiones a largo plazo, y mediano plazo. Respecto a los márgenes de utilidad en la comercialización aplicados por los ferreteros al costo de adquisición de la mercancía vendida, se procedió a calcular el promedio de los diferentes porcentajes de utilidad indicados por los ferreteros para cada uno de sus de productos ofrecidos (Tabla N° 9).

Tabla N°9. Margen promedio de comercialización por grupo de productos ofertados.

Grupos Genéricos de Productos	Ferreterías consultadas																Margen promedio de comercialización (%)
	ferreteria 1	ferreteria 2	ferreteria 3	ferreteria 4	ferreteria 5	ferreteria 6	ferreteria 7	ferreteria 8	ferreteria 9	ferreteria 10	ferreteria 11	ferreteria 12	ferreteria 13	ferreteria 14	ferreteria 15	ferreteria 16	
Abrasivos	30%	30%	30%	30%	25%	15%	30%	30%	30%				30%	30%	23%	30%	27,88%
Cerámicas y baldosas	30%			30%	25%					20%							26,25%
Derivados de Acero	30%		30%	30%	25%			30%		10%	30%	30%	15%	30%		20%	25,45%
Derivados de Hierro	30%		30%	30%	25%	20%				10%	30%		15%	30%	23%	20%	23,86%
Equipos Domésticos	30%		30%					30%			30%					30%	30,00%
Equipos y materiales de electricidad	30%	30%	30%	30%	25%		30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	23%	30%	29,17%
Herramientas de Construcción	30%		30%	30%	25%	10%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	23%	30%	27,83%
Herramientas Eléctricas	30%	30%	30%	30%	25%			30%		30%	30%		30%	30%		25%	29,09%
Herramientas Agrícolas	30%		30%	30%	25%						30%			30%			29,17%
Lámparas	30%		30%	30%	25%			30%				30%		30%			29,29%
Máquinas Eléctricas	30%		30%	30%							30%						30,00%
Máquinas a Gasoil			30%														30,00%
Máquinas a Gasolina			30%	30%	25%												28,33%
Materiales de Construcción (Arena, Cabilla, Bloques, Cemento, etc.)	30%	30%	30%	30%	25%				30%	10%	30%		15%	30%		30%	26,36%
Piezas decorativas	30%		30%		25%				30%								28,75%
Piezas sanitarias	30%			30%	25%					15%	30%		30%	30%	23%	25%	26,39%
Pinturas y accesorios	30%	30%	30%	30%	25%	30%		30%	30%	25%	30%	30%	30%	30%	23%	12%	27,63%
Materiales de Plomería	30%	30%	30%	30%	25%	10%	35%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	23%	30%	28,28%
Equipos de Seguridad Industrial	30%		30%		25%									30%		25%	28,00%

Fuente. Elaboración propia.

En la Tabla N°9 se observa que el menor porcentaje de utilidad en la comercialización percibido por los ferreteros, se concentra en el grupo de productos derivados de hierro, con un 23,86% de utilidad percibida. Los productos por los cuales obtienen un margen de ganancia más alto (30%) son los equipos domésticos, las máquinas eléctricas, y las máquinas a gasoil, los cuales son los que presentan menor grado de comercialización (Gráfico N° 5). Igualmente, los resultados obtenidos hacen referencia a que en promedio ninguno de los grupos de productos comercializados por las empresas estudiadas superan el 30% de utilidad respecto a su costo de adquisición, cumpliendo con lo establecido en el artículo 31 de la Ley Orgánica de Precios Justos 2015.

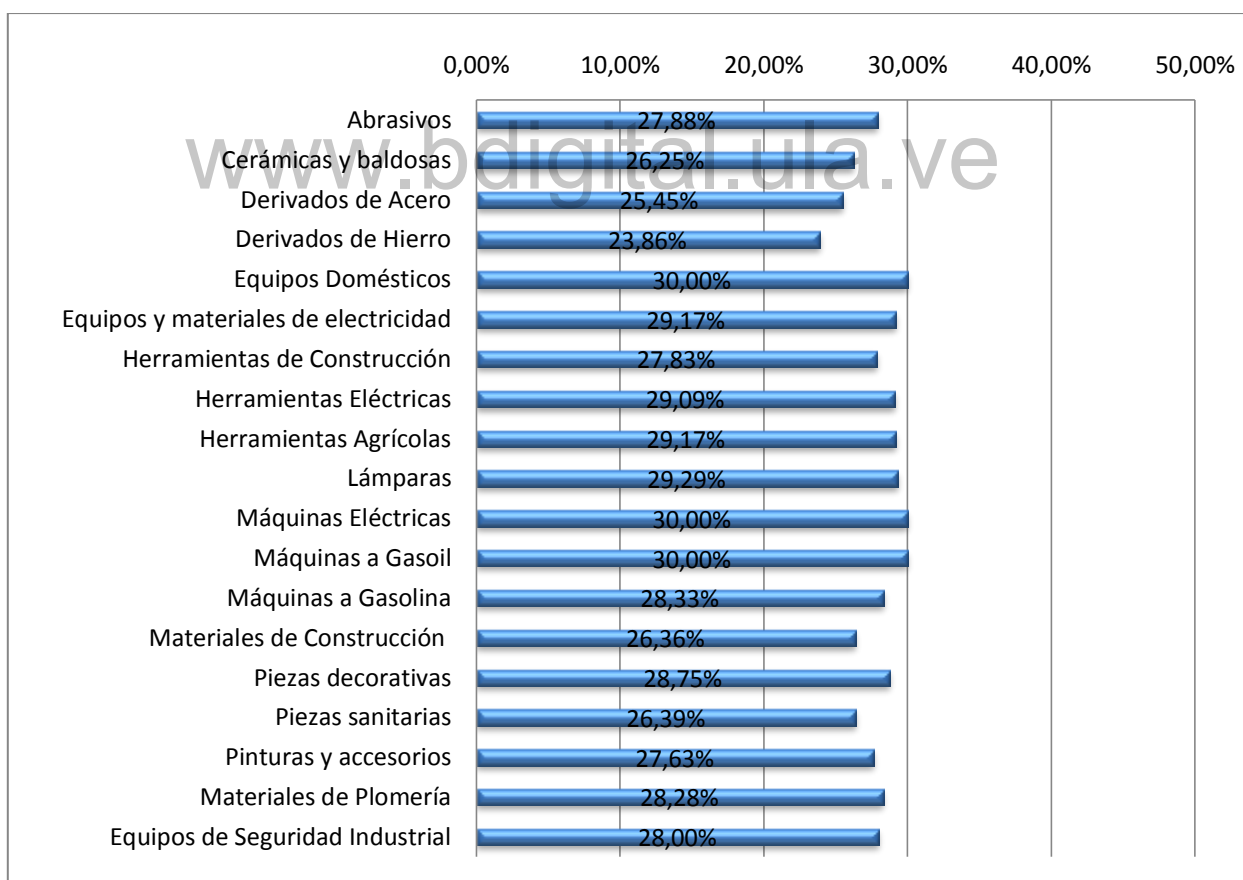


Gráfico N°19. Margen de ganancia promedio por grupo de productos comercializados. Fuente. Elaboración propia.

Al consultar a los ferreteros acerca de los productos más rentables en sus empresas, las respuestas obtenidas se relacionan directamente con los niveles de ventas de los productos comercializados. Incluso, varios ferreteros indicaron que: “la utilidad se ve en el grado de rotación dada a los inventarios”, es decir, la rentabilidad del negocio va a depender o va a crecer en la medida que vende mayor número de unidades (rotación del inventario), y no necesariamente por solo manejar altos márgenes de comercialización. Entre los resultados conseguidos se observó que el grupo de productos, conformado por: materiales de construcción, derivados de hierro y derivados de acero presentan muy altos niveles de rentabilidad para los ferreteros que los comercializan.

Consecutivamente se encuentra el conjunto de productos con niveles medios de rentabilidad, entre los que figuran: abrasivos, cerámicas y baldosas, equipos domésticos, equipos y materiales de electricidad, herramientas de construcción, herramientas eléctricas, herramientas agrícolas, máquinas eléctricas, máquinas a gasoil, piezas sanitarias, pinturas y accesorios, y materiales de plomería. Y por último los grupos de productos que tienen los niveles más bajos de rentabilidad son: las lámparas, las máquinas a gasolina, las piezas decorativas y los equipos de seguridad industrial; estos bajos niveles de rentabilidad obedecen directamente a sus bajos niveles en las ventas. Posteriormente, se le consultó a los ferreteros su opinión en lo referente a algunos de los factores que inciden en la rentabilidad de sus empresas, tanto financiera como operativa, como son las condiciones del sector donde se desenvuelve, la eficiencia empresarial y las fuentes de financiamiento, en lo que se obtuvieron los siguientes resultados. El 31,25% de los consultados opinan que el sector y la industria en la que se desenvuelven es un factor de elevada incidencia en la rentabilidad de las ferreterías; un 50% de los ferreteros considera que este factor tiene moderada incidencia de la sustentabilidad del negocio, mientras que apenas entre un 12,5% y 6,25% de los encuestados aprecian que la incidencia este factor es leve y ninguno respectivamente.

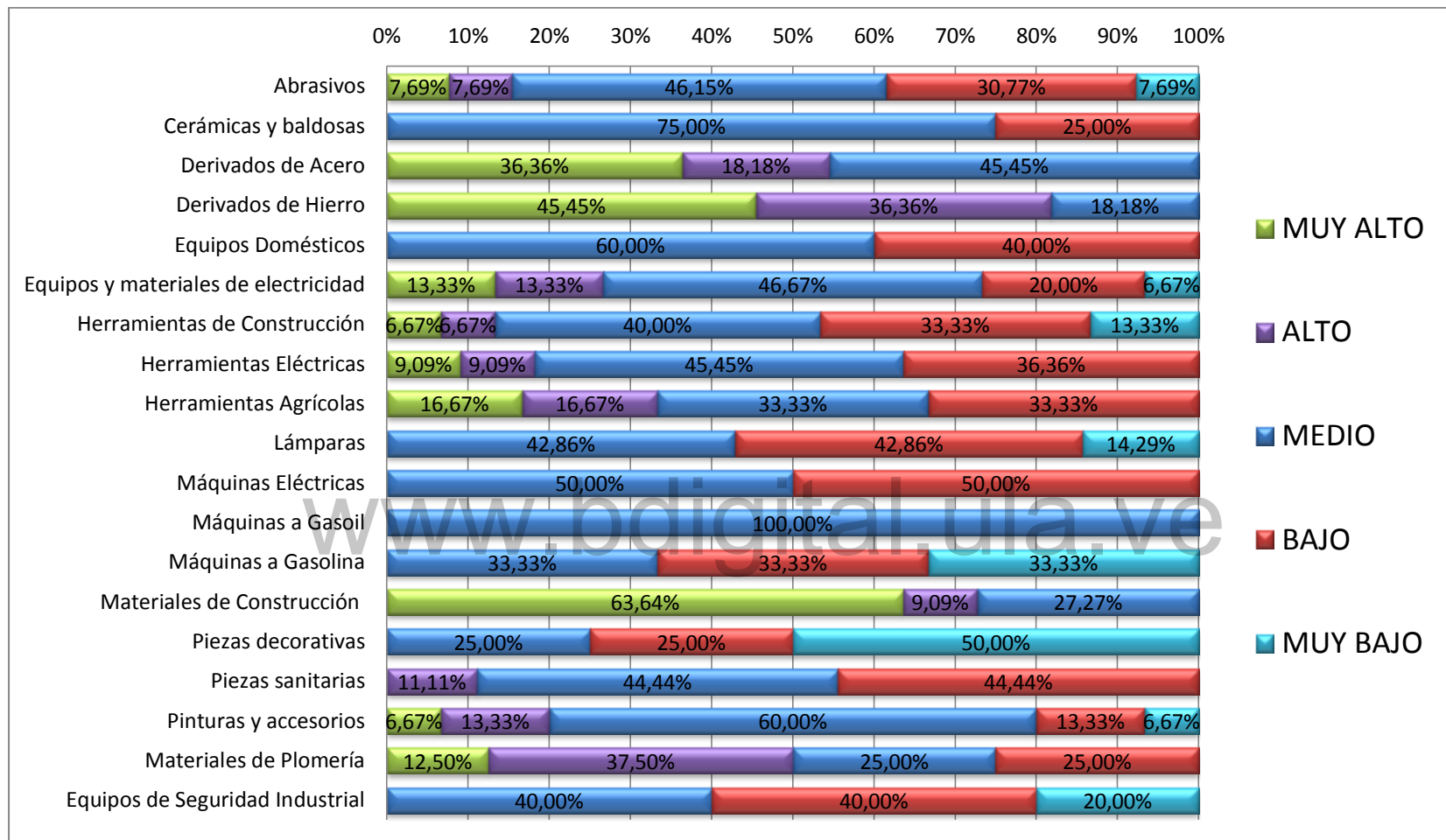


Gráfico N°20 Nivel de rentabilidad, por grupo de productos comercializados. Fuente. Elaboración propia

Sobre el segundo factor, la eficiencia empresarial, el 56,25% de los encuestados considera que es un factor de elevada preponderancia en la rentabilidad de los negocios, mientras que un 18,75 % de los encuestados opina que es moderadamente su efecto sobre el lucro en las entidades comerciales, al igual que el 18,75 % de quienes los perciben el factor como leve, frente a tan solo un 6,25% que no percibe incidencia alguna.

Respecto al último factor de incidencia, las fuentes de financiamiento, los ferreteros consideran que este factor es de levada incidencia en la rentabilidad y por tanto de gran valía para el provecho de la empresa. Así como lo manifestó el 56,25% de los consultados, quienes además indicaron que ante las circunstancias actuales en Venezuela con altas tasas de inflación, es sano endeudarse siempre que el costo de la deuda sea bajo, especialmente cuando se trata de créditos preferenciales obtenidos en el sistema financiero público y privado del país(Gráfico N° 20).,

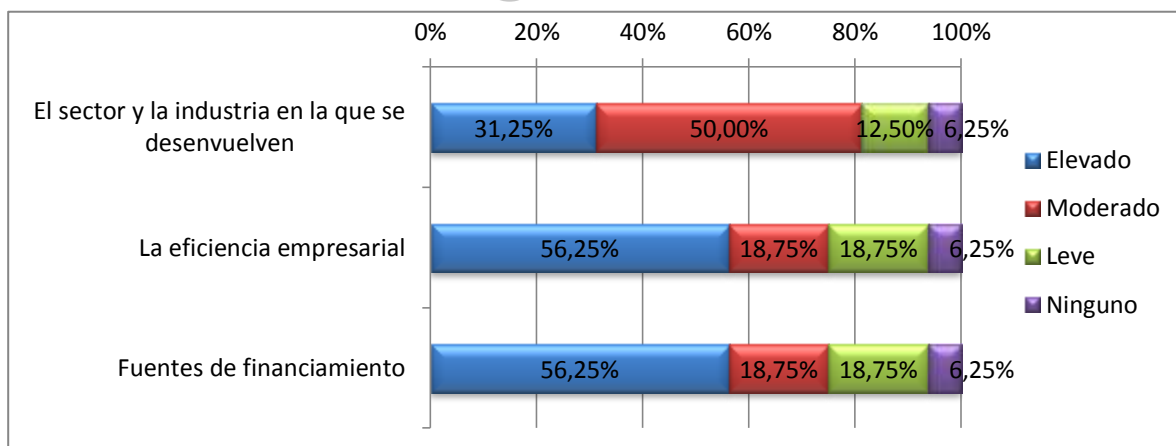


Gráfico N° 21. Factores que inciden en la rentabilidad de las empresas ferreteras. *Nota.* Elaboración propia

Dos de los empresarios encuestados (12,5%) señalaron además otros factores de gran impacto según su opinión en la rentabilidad de sus

negocios, como la motivación al personal, materializada en retribuciones o incentivos monetarios, ascensos, superación profesional o cualquiera otro incentivo similar. Este factor es considerado clave en las operaciones medulares de la empresa dado que impacta en la productividad de los empleados; en estas circunstancias los empresarios perciben una relación de beneficio de ganancia para los empleados y para la empresa. Otro factor de gran preponderancia es la atención al cliente, en un sector comercial y de servicio de alta competitividad; los empresarios consideran que la forma de atender a los clientes al brindarle soluciones a sus problemas y diligenciar sus peticiones con prontitud y confiabilidad los ubica en una posición ventajosa, por cuanto muchos clientes se sienten complacidos al ver resueltas sus necesidades, al ser escuchados, no teniendo problemas en pagar un precio más alto respecto a otro proveedor que no les brinde la atención esperada, incrementando por tanto el nivel de ventas.

www.bdigital.ula.ve

Seguidamente se analizó la metodología utilizada por los ferreteros para incrementar la rentabilidad de la empresa desde sus operaciones intrínsecas sin requerir o acudir a fuentes de financiamiento, conocido como apalancamiento operativo. Concibiendo el apalancamiento operativo como el grado en que la empresa puede experimentar un incremento considerable de sus utilidades operativas mediante un moderado incremento de la producción y las ventas, gracias a la presencia de costos fijos en su estructura de costos, y de cierto riesgo dada la variación de las ventas frente al nivel de utilidades.

En este sentido a los encuestados se les consultó sobre el uso de costos fijos para aumentar los niveles de rentabilidad o utilidades, en este caso los ferreteros se inclinaron en su mayoría (87,5%) hacia la opción afirmativa, mientras que apenas el 6,25% de los consultados no estaba de

acuerdo, al igual que otra proporción expuso no tener una respuesta acertada, por lo que no respondieron (Gráfico N° 22).

Del 94% de los ferreteros que respondieron la anterior interrogante sobre el apalancamiento operativo, 33,33% de éstos indicó que aplican esta estrategia en sus negocios, 60% no lo hacen, mientras que el 6,67% desconocen utilizar tal estrategia, por no tener una estructura de costos correctamente determinada (Gráfico N° 23).

Sólo un tercio (33,33%) de los ferreteros consultados practican un análisis de sensibilidad de sus inversiones y capital de trabajo respecto en sus estructuras de costos, utilidades y rentabilidad, dicho 33% está dentro del 75% de ferreteros que afirmó conocer y calcular la estructura de costos para cada uno de los productos comercializados con precisión.

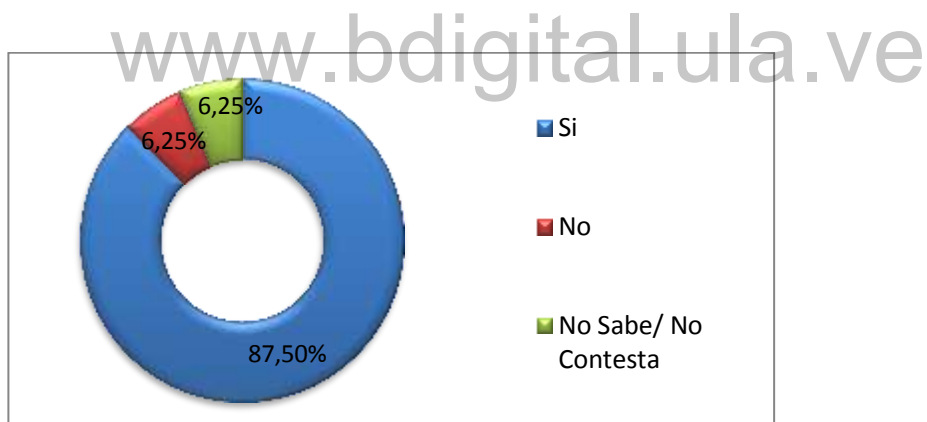


Gráfico N° 22. ¿Considera usted que la empresa debe utilizar sus niveles de costos fijos para aumentar los niveles de rentabilidad o utilidades? *Fuente. Elaboración propia.*

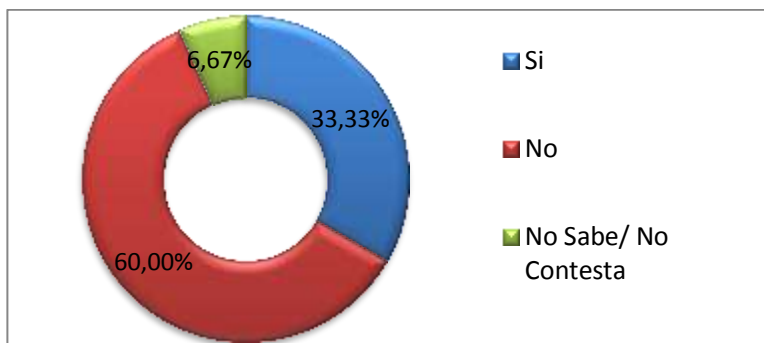


Gráfico N° 23. Actualmente la empresa utiliza la estrategia de variar sus niveles de costos fijos para aumentar sus niveles de rentabilidad.

Fuente. Elaboración propia.

Continuando con las técnicas o estrategias para aumentar los niveles de rentabilidad se hace referencia al apalancamiento financiero, el cual busca aumentar la inversión, a través de la obtención de créditos o fondos ajenos que permitan maximizar el rendimiento de los fondos propios. En este caso, el 75% de los encuestados considera que se debe asumir el riesgo financiero de obtener créditos, es decir, incurrir en apalancamiento financiero y trabajar con fuentes de financiamiento ajeno, incluso, varios de los ferreteros que no usan esta estrategia financiera, declaran estar deseosos por acceder a créditos o deudas por parte de las entidades financieras públicas o privadas, los cuales son imposibles o inalcanzables producto de la burocracia de estas entidades y de la excesiva cantidad de requisitos.

El 25% de los ferreteros considera que no es viable esta técnica, posiblemente por el desconocimiento de éstos acerca del funcionamiento de esta estrategia o por aversión al riesgo financiero. Sobre el uso del apalancamiento financiero para el incremento de las utilidades, el 62,5% de los consultados manifestó utilizar actualmente esta estrategia en sus empresas, mientras que otra porción considerable (37,5%) admitió no utilizar

o aprovechamiento de esta estrategia financiera.

A diferencia del uso del apalancamiento operativo, los ferreteros brindaron mayor cantidad de opiniones sobre el uso del apalancamiento financiero, concebido éste como el uso de endeudamiento externo para aumentar niveles de rentabilidad o utilidad. Tales opiniones surgen probablemente por el mayor conocimiento empírico sobre el uso de deuda en las operaciones de su empresa, las cuales comprueban lo señalado por las teorías económicas y financieras. En este sentido los ferreteros advierten los beneficios, riesgos y condiciones del uso del endeudamiento externo para aumentar niveles de rentabilidad en los negocios, entre lo que destaca lo siguiente:

- Se debe incurrir en deuda siempre que el nivel de ingresos generado por sus operaciones, o el nivel de ventas permita cubrir la deuda y sus intereses, es decir, reponer la inversión financiada con la deuda además de generar excedentes que dejen utilidades para la empresa. De lo contrario, o en caso de que el nivel de ingresos no alcanzará para cubrir los compromisos de la deuda, la empresa estará en una situación crítica de insolvencia. Es decir, la condición indicada por los encuestados girar en torno al nivel de ventas de la empresa las cuales deben mantener un nivel considerable o al menos no disminuir, para no reducir el nivel de rentabilidad operativa frente a los intereses por gastos de financiamiento. En estas circunstancias, los gastos por intereses quedan reducidos o cubiertos por los niveles de rentabilidad obtenida en la empresa.
- Varios de los ferreteros coinciden con que ante la elevada inflación del país, lo mejor es endeudarse puesto que los gastos de interés en términos reales se hacen cada vez más bajos frente a la utilidad

que dejarían sus inversiones si estas avanzan al ritmo porcentual de la inflación. En este caso dicho rendimiento les permitiría pagar el costo de la deuda con mayor holgura o facilidad y así obtener provecho o beneficio del uso del capital de terceros.

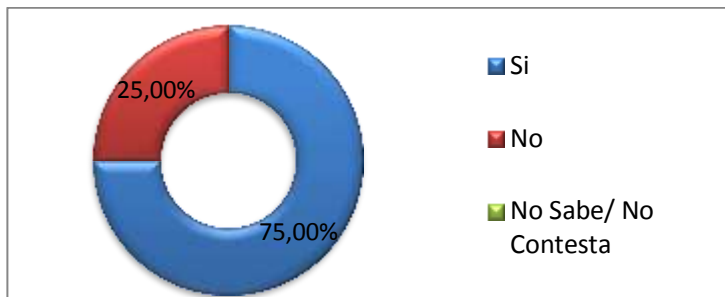


Gráfico N° 24. ¿Considera usted que la empresa debe utilizar sus niveles de endeudamiento externo para aumentar sus niveles de rentabilidad o utilidades? Fuente Elaboración propia.

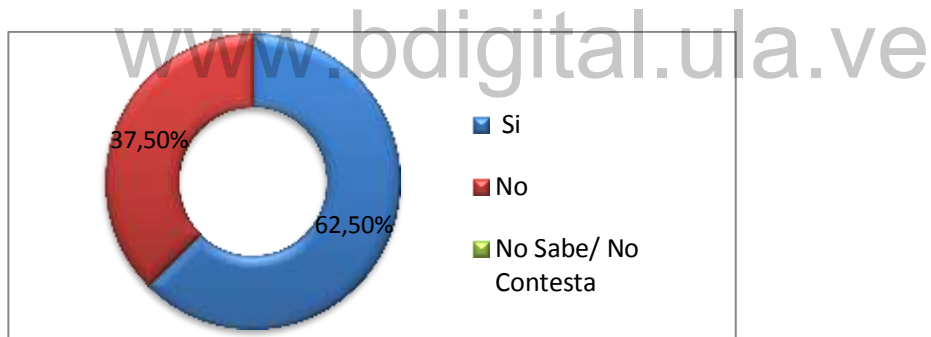


Gráfico N° 25. Uso de los niveles de endeudamiento externo para aumentar sus niveles de rentabilidad. Fuente. Elaboración propia.

En cuanto a las herramientas de planificación de utilidades, en la investigación se indagó el uso del punto de equilibrio económico o modelo costos-volumen-utilidad, como herramienta que brinda a la gerencia la posibilidad de conocer el nivel de ingresos a obtener para igualar o cubrir la totalidad de sus costos y gastos totales. En este sentido, se les preguntó a los ferreteros, sobre su conocimiento exacto de la cantidad mínima de ventas

que deben alcanzar para cubrir la totalidad de sus costos y gastos, obteniendo los siguientes resultados. El 75% de los ferreteros respondieron de forma afirmativa conocerla, y que incluso hacen seguimiento constantemente de este indicador respecto a sus costos totales (fijos y variables); por otra parte, un 18,75% declaró no conocer la cantidad mínima de ventas que deben alcanzar, mientras que un 6,25% no sabe o no contesta a la interrogante.

Así mismo se les consultó a los ferreteros que indicaron usar el cálculo del punto de equilibrio en sus empresas (75%), sí la información obtenida de dicha herramienta es usada para la fijación de precios y/o la maximización de beneficios. En este caso, solo un 33,33% de los encuestados indicaron que utilizan esta información para estos fines, de cara a realizar cambios en sus estructuras de costos y en las decisiones concernientes al manejo de sus operaciones para la determinación de precios en sus productos. Contrariamente, un 66,67% expresó que solo hacen el cálculo para conocer el monto en bolívares que esperan conseguir y que deben superar en sus niveles de ventas.

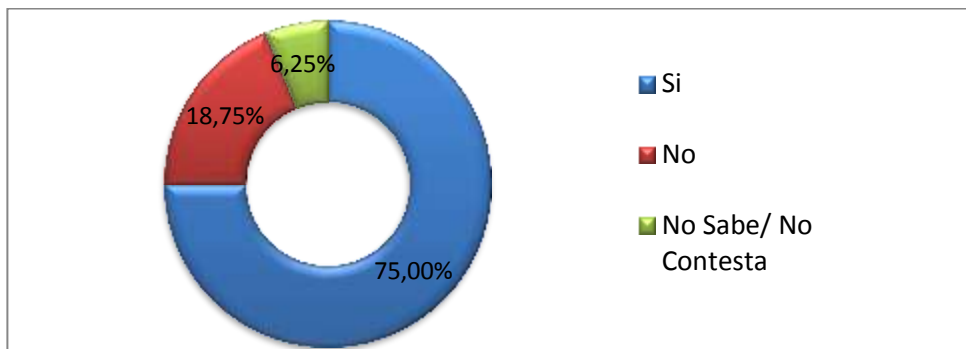


Gráfico N° 26. ¿En la empresa se conoce con exactitud la cantidad mínima de ventas que debe alcanzarse para cubrir la totalidad de sus costos y gastos? *Fuente. Elaboración propia.*

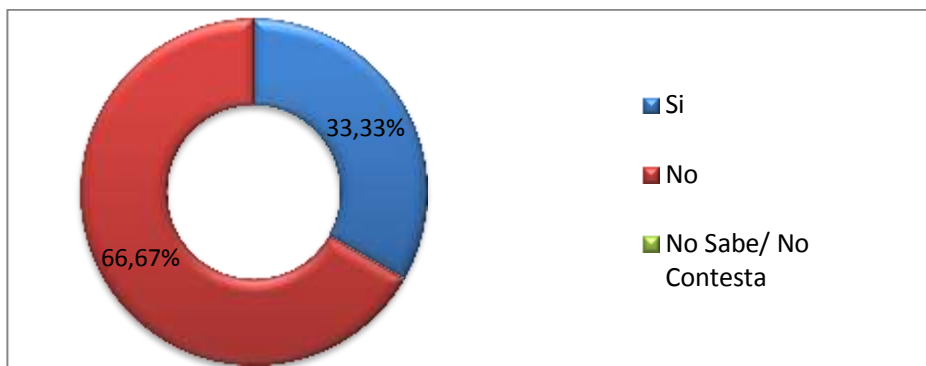


Gráfico N° 27. Se utiliza la información del Punto del Equilibrio para la fijación de precios y/o la maximización de beneficios.
Fuente. Elaboración propia.

Para finalizar el estudio sobre la rentabilidad en las actividades comerciales de los sujetos de estudio, se examinó el grado de conformidad o acuerdo de los ferreteros con el marco legal venezolano respectivo a las actividades mercantiles y sus márgenes de lucro, específicamente con la Ley Orgánica de Precios Justos del año 2015 y sus providencias administrativas. Específicamente, se indagó la satisfacción de los encuestados respecto a los márgenes máximos de ganancia impuestos por el marco legal para los sujetos de aplicación. Un 18,75% afirmó estar conforme con lo establecido en dicha LOPJ (2015), al permitirles cubrir todos sus costos y gastos, además de permitir una rentabilidad justa. Contrariamente a la gran mayoría de ferreteros (81,25%) quienes manifestaron su inconformidad con lo estipulado por la LOPJ (2015) respecto al margen máximo de utilidad aplicado sobre la estructura de costos de un producto.

Es importante destacar algunas de las opiniones relativas a la interrogante anterior de ambas posturas, entre las que figuran textualmente las siguientes:

- “El 30% de utilidad no existe porque se va en gastos

administrativos”, es decir, porque los gastos ajenos son elevados.

- “No se están cubriendo los gastos operativos, el 12,5% de gastos operativos sobre el costo de venta, es mayor al margen de comercialización del 30%”.
- “Estamos en un ambiente inflacionario, ese porcentaje (30% de utilidad) no permite reponer inventario”. Es decir, los costos de reposición de los inventarios son superiores al PMVP, el cual apenas incluye el margen de ganancia (30%).

Por el contrario los ferreteros que manifestaron su conformidad argumentaron exactamente lo siguiente:

- “A pesar de que hay productos que no se logra cubrir la ganancias la mayoría si son rentables”. Es decir, están subsidiando la comercialización de productos.
- “En las comercializadoras si, de servicio no”. Es decir, están de acuerdo con el marco legal si solo se trata de la comercialización de los productos, considerando solo los costos de adquisición de los productos; mas no con los servicios adicionales que prestan las ferreterías en las comercialización de los productos, tales como el servicio al cliente, las entregas, entre otros, en los cuales se incurre en gastos ajenos (gastos administrativos y de ventas)
- “Con altos volúmenes de ventas si se puede trabajar con el 30% de utilidad sobre el costo de venta de la mercancía; la utilidad bruta permite cubrir gastos operativos y dejar un margen aceptable de rentabilidad”. Es decir, están de acuerdo siempre que los volúmenes de actividad sean elevados, lo cual es difícil en la actualidad dado los niveles de recesión económica, de escaso poder adquisitivo de los consumidores y de desempleo que retraen los niveles de demanda y por tanto los niveles de actividad de las empresas.

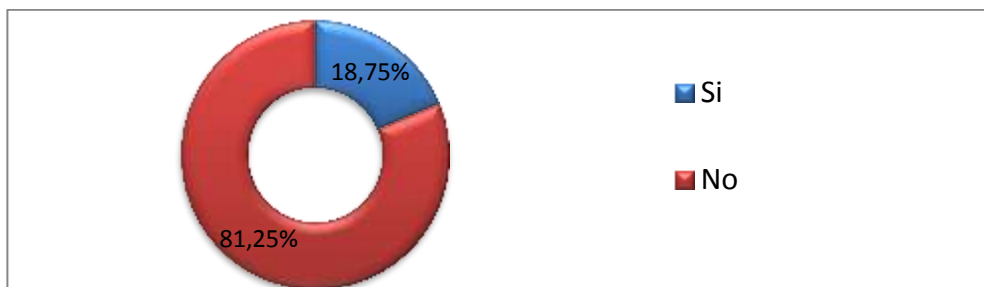


Gráfico N° 28. Conformidad de los ferreteros con el margen máximo de utilidad 30% sobre la estructura de costos dispuesto por la LOPJ (2015). Fuente. Elaboración propia.

Sobre el margen máximo de intermediación del 60% para todos los intermediarios, o integrantes de la cadena de comercialización, aplicado por el fabricante para calcular el PMVP, se indagó sobre su suficiencia para cubrir todos los costos y gastos de la cadena además de permitir una rentabilidad justa, según lo dispuesto en la Providencia Administrativa 070/2015. En este sentido se halló que un 18,75% de los ferreteros están de acuerdo con lo estipulado en dicha providencia, frente a un 75% que aseguró estar en desacuerdo con esta disposición legal, y un 6,25% que indicó no saber o no contestar.

Algunas de las opiniones dadas por los encuestados, sobre su inconformidad con la regulación, fueron:

- “Hay muchos intermediarios, quedaría poca utilidad para el detallista, ... y además no se sabe la cantidad de agentes que participan en la cadena de comercialización (mayoristas, distribuidores etc.); tomando cada uno una fracción del 60% preestablecido para algún producto, quedaría muy reducido e imperceptible el margen de utilidad al detallista o vendedor final”.
- “Siempre y cuando se le deje el 30% al detallista, y que hayan altos volúmenes de ventas, se podría trabajar, la gran cantidad de intermediarios mayoristas, ganan por sus ventas voluminosas, y

podrían trabajar con bajos márgenes de comercialización, para recuperar inmediatamente lo invertido, a diferencia de las ferreterías las cuales demoran mas en recuperar su inversión a través de las ventas al menudeo”.

- “La inflación, los aumentos constantes en el pago al personal, el preestablecimiento de precios, los altos costos operativos, amenazan con dejar cerca de un 10% de margen de ganancia para el detallista, luego de pasar el producto por varios intermediarios o cualquier revendedor, lo cual hace no rentable la venta del producto para un negocio detallista”.
- “Lo mejor sería comprar directamente a la fábrica y dependiendo de los gastos de logística en adquisición de la mercancía (fletes, tramites entro otros), no habría ningún problema en trabajar con el 30% o menos de utilidad, dependiendo el nivel de ventas; de esta forma se lograría cubrir los gastos operativos y dejar un nivel aceptable de rentabilidad al negocio”.

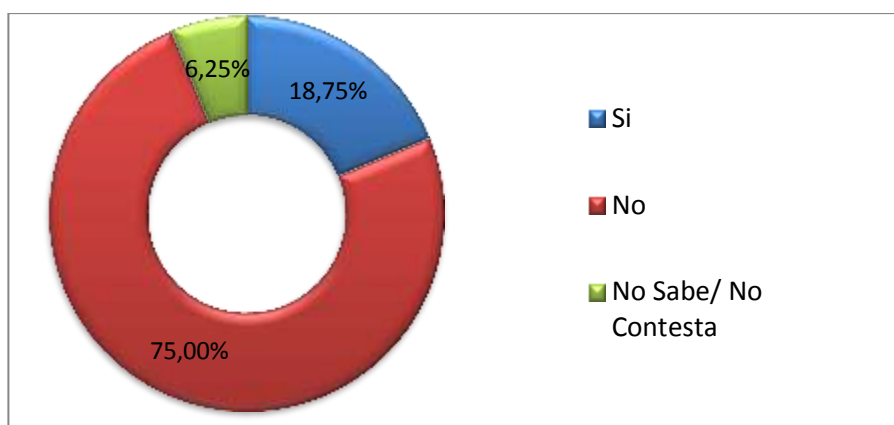


Gráfico N° 29. De la conformidad con el margen máximo de intermediación del 60% dispuesto por la Providencia Administrativa 070/ 2015. *Fuente. Elaboración propia.*

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A partir de los resultados expresados en el capítulo IV, a continuación se hace mención de las principales conclusiones de la investigación, así como las recomendaciones para las ferreterías de la ciudad de Ejido, municipio Campo Elías del estado Mérida, y las futuras líneas de investigación provenientes.

Conclusiones

www.bdigital.ula.ve

Entre los aspectos resaltantes hallados en el estudio sobre las características en las ferreterías de la ciudad de Ejido, municipio Campo Elías del estado Mérida, se encontró que un número significativo de éstas (30%), no estaban registradas en el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria de Campo Elías (SAMATCE); organismo adscrito a la Alcaldía del municipio Campo Elías que registra y fiscaliza a las entidades comerciales de la ciudad de Ejido en lo referente a impuestos y otros deberes tributarios de los entes comerciales. La principal consecuencia de este no registro, es que estas empresas no pagan impuestos municipales, tampoco son fiscalizadas, entre otras derivadas de no estar al día con este organismo. Esta ausencia de registro se debe a que se trata de empresas de reciente creación, en otros casos las empresas que tienen años en el mercado pero llevan sus operaciones sin tener presente todos los trámites legales, deben diligenciar y estar al día con las entidades y organismos

públicos competentes que podrían fiscalizar y sancionar sus negocios, entre otras.

Otra de las características destacables de las empresas estudiadas, fueron los altos niveles de confidencialidad y hermetismo que actualmente impera en el sector; por esta razón de las 29 empresas contactadas y localizadas en la ciudad de Ejido, 13 no participaron en el estudio. En estas empresas se pudo constatar altos niveles de desconfianza, temor o riesgo percibido por parte de los empresarios, reflejado en el elevado hermetismo y confidencialidad de la información manejada por la empresa tanto en los procesos administrativos como de la información financiera y los datos cualitativos, especialmente en los procesos de fijación de precios y márgenes de ganancia.

En lo referente al tamaño de las compañías estudiadas, la mayoría se califican como microempresas, por presentar entre 1 y 4 trabajadores, lo cual representa un 68,75% de la muestra estudiada. Otra importante característica hallada en las empresas estudiadas es el elevado grado de instrucción del personal directivo. En este sentido se conoció que el 68,75% de empresas estudiadas manifestaron que su personal directivo posee un nivel educativo universitario (técnico universitario o egresado universitario), lo cual tiene elevada incidencia en la aplicación del marco legal, y en las decisiones tomadas, entre otros aspectos. Conviene destacar que el cargo ocupado en la empresa por la persona que participó en el estudio, fue en un 50% gerentes y administradores, mientras que la otra mitad ocupan cargos de presidente, contador, encargado, compras y vendedor, asegurándose así la pertinencia de la información aportada por cada uno de los participantes en el estudio.

Sobre los productos que comercializan las empresas estudiadas, se constató que (entre el 93,75% y 100%) de las compañías, venden equipos y materiales de electricidad, herramientas de construcción, pinturas y accesorios, y materiales de plomería. Otros productos mercadeados son: los abrasivos, derivados del acero y del hierro, herramientas eléctricas, lámparas, materiales de construcción (arena, cabilla, bloques, cemento, etc.) y piezas sanitarias, en su conjunto son comercializados por entre el 43,75% y el 81,25% de las empresas estudiadas. Dentro del grupo de productos de menor comercialización destacan las cerámicas y baldosas, equipos domésticos, herramientas agrícolas, máquinas eléctricas a gasoil y gasolina, piezas decorativas y equipos de seguridad industrial, mercadeados por menos del 40% de las empresas.

En los últimos años, se han visto reducidas las cantidades de mercancía comercializadas al disminuir la reposición del inventario debido a múltiples causas. Entre dichas causas se hallaron: 1. El acceso limitado y casi inadmisibles a las divisas, ha restringido la oferta de los importadores y fabricantes de dichos productos, quienes no pueden adquirir sus materias primas o productos terminados. 2. Aumentos constantes de sueldos mínimos decretados por el ejecutivo nacional, ello conduce a la reducción de personal en empresas proveedoras e importadoras de los productos mencionados, con las consecuentes disminuciones de sus operaciones. Las causas halladas conllevan a la continua merma en la fabricación nacional e importación de productos ferreteros, perjudicando así en efecto cascada a toda la cadena de comercialización de productos ferreteros, y a la industria de la construcción en general.

Sobre la estructura de costos de las ferreterías de la ciudad de Ejido, del Municipio Campo Elías, los conceptos que se consideran como costo del producto vendido al momento de fijar los precios, en el caso de que el

fabricante no fije el PMVP del producto (es decir, cuando el PMVP no haya sido marcado en el producto), son los costos según factura de la mercancía comprada, en el 100% de los casos estudiados, los Impuestos no recuperables o transferibles al consumidor por solo un 12,5% de los casos, y los costos de transporte, fletes o traslados en compras en el 81,25% de empresas, el 12,75% de los casos omiten este costo por desconocimiento de la providencia administrativa 003/2014 y de los métodos de prorrateo o asignación de costos, por considerarlos como un costo mínimo o insignificante, pero en ningún caso se debe a inspecciones o sanciones por parte de la SUNDDE. Ninguno de los ferreteros considera en el costo de sus productos vendidos aranceles y gastos de importación (aduanas), al no ser importadores de los productos que comercializan.

Respecto a los costos incurridos por las ferreterías para el desarrollo de sus operaciones, se obtienen los siguientes resultados el 75% de las ferreterías incurre en gastos de alquiler del local; el 68,75% de éstas afrontan gastos de publicidad, el 75% presentan en sus gastos periódicos salarios de vendedores y almacenistas, el 81,25% erogan salarios de personal administrativo, y el 87,50% presentan en sus gastos operativos desembolsos por aportes parafiscales. Otros gastos importantes evidenciados son incurridos por mantenimiento de instalaciones y vehículos (equipos de reparto), servicios públicos, contables, asesorías jurídicas, seguridad industrial, mantenimiento de equipos de computación, flete en ventas, seguro del negocio y empleados, impuestos municipales, y el impuesto a las grandes transacciones financieras (IGTF) contemplado en la Ley Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras del año 2015, y no deducible del ISLR (artículo 18), este último puede llegar a representar una cifra elevada al final del ejercicio fiscal, y a ser soportada financieramente por la empresa mas no deducida fiscalmente.

Sobre el conocimiento o cálculo de las estructuras de costos por cada tipo de producto que comercializan, el 75% indicaron conocerlo, las restantes empresas evidencian un manejo de operaciones mercantiles y financieras insuficiente, en lo relativo a los costos de las ventas, como información básica para planificar y controlar la rentabilidad de cualquier organización con fines de lucro. Se halló, que de las empresas que conocen la estructura de costos por tipo de producto, más del 83%, la elaboran según la Ley (Providencias Administrativas 003/2014 y 070/2015), demostrando preocupación por temas legislativos, como sujetos de aplicación que desarrollan actividades económicas en el territorio nacional, y preocupación por el manejo de las operaciones de sus negocios a fin de evitar multas y sanciones por parte del ente encargado y supervisor de la SUNDDE, pese a que apenas el 25% de las empresas estudiadas, consideran que la normativa legal (Providencias Administrativas 003/2014 y 070/2015) ha realizado una contribución en la organización de su empresa, y a la optimización contable y financiera de su negocio; frente a la gran mayoría que opina lo contrario (56.25%).

En cuanto a los costos excluidos de la estructura por la Providencia Administrativa 003/2014, los cuales han sido parte integral o considerados por la contabilidad de costos convencional (contribuciones parafiscales, costos de fletes sobre ventas y compras, de almacenamiento y la totalidad de gastos operativos), es importante destacar que solo el 69% de los ferreteros conoce dicha exclusión, siendo sus principales inconformidades, por la naturaleza de sus operaciones, la exclusión de los intereses y gastos por préstamos bancarios para la comercialización del producto, el costo de distribución, las contribuciones parafiscales y los efectos inflacionarios en el valor de los inventarios, relacionado con los costos de reposición. Todas estas omisiones amenazan la continuidad de operaciones de la empresa, por

lo que la totalidad de los empresarios estudiados, consideran que no pueden ser obviados.

Respecto a la proporción que representan los gastos operativos o de funcionamiento respecto al costo de ventas, más del 31% de los empresarios manifestaron que estos costos representan más del 12,5% como porción máxima permitida por la LOPJ. Es alarmante, evidenciar que también una importante proporción de empresarios (25%) desconoce la cifra porcentual que representan sus gastos operacionales en relación al costo de la mercancía vendida, evidenciándose una grave omisión de indicadores de gestión, y de rentabilidad eficientes para la toma de decisiones en dichas empresas. Se deduce que la omisión de una parte de los gastos operativos dentro de su estructura de costos, en caso de tener que fijar el PMVP (por omisión del productor y/o importador de los productos o al abastecerse directamente de los mismos), conducen a reducir la utilidad operativa respecto a sus ingresos, partiendo del supuesto que los ferreteros se someten a lo establecido en el artículo 31 de la LOPJ 2015, es decir, que no pueden asignar márgenes superiores de comercialización del 30%.

Es de resaltar que una de las prácticas para intentar reducir la cadena de comercialización del producto, que conduce que algunos productos sean vendidos a un precio menor al indicado en la etiqueta o PMVP fijado por el fabricante, es adquirir la mercancía directamente a sus fabricantes; en este caso por la comercialización de dichos productos se obtienen un 30% de ganancia (margen de comercialización), no del 60% de ganancia, como lo regula la Providencia Administrativa 070/2015 a ser repartido entre todos los agentes que participan en la comercialización hasta el usuario final.

Sobre los métodos de valoración de inventarios, la mayoría de ferreteros utilizan el método primeras en entrar primeras en salir (PEPS) y el

método Costo Promedio Ponderado; ambos métodos permitidos por la P.A. 003/2014 en su artículo 5, y establecidos como métodos de valorización de inventarios en la contabilidad de costos convencional, y fundamentales en el cálculo del costo de venta del negocio. Solo una minoría de las empresas (12,5%) valoran todas las unidades de inventario al último costo de adquisición como una especie de costo de reposición (costo actual de sus proveedores o del mercado), incumpliendo lo establecido en el artículo 5 de la Providencia Administrativa 003/2014, con la correspondiente vulnerabilidad ante una fiscalización, y las posibles multas y sanciones por parte de la SUNDDE.

Sobre el marcaje y fijación de precios, más de la mitad de los precios (PMVP) de artículos ofertados por las ferreterías encuestadas no son fijados y marcados o etiquetados por su proveedor, tales como las cerámicas y baldosas, los derivados del acero, del hierro, los equipos domésticos, las lámparas, las máquinas eléctricas, a gasoil, y a gasolina, los materiales de construcción y las piezas decorativas. A diferencia de otros grupo de productos que si presentan el PMVP al momento de ser comprados a los proveedores (abrasivos, equipos y materiales de electricidad, de seguridad, herramientas de construcción, eléctricas y agrícolas, piezas sanitarias, y materiales de plomería).

Lo anterior evidencia cierto incumplimiento legal por parte de los sujetos de aplicación, en lo que a la Providencia Administrativa 070/2015 se refiere. Esto podría generar de que a lo largo de la cadena de comercialización, desde la fábrica o importadora hasta las casas detallistas, los productos sean adulterados al ser removidos las etiquetas del PMVP por los mismos miembros de la cadena de comercialización, especialmente en aquellos productos cuyos precios no pueden ser rotulados sino etiquetados; inclusive algunas veces se modifica o se remueven el PMVP del cuerpo del

bien, lo cual no permite al consumidor final observar el PMVP en el cuerpo del bien adquirido. Tales acciones conducen a razonar que existen prácticas poco honestas por parte de los integrantes de la cadena de comercialización para aumentar el precio de venta de la mercancía y así presumiblemente obtener mayor margen de ganancia en sus operaciones, lo cual amerita actividades de fiscalización por parte de los entes competentes.

De los factores considerados al momento de fijar el precio de los productos ofrecidos en el mercado ferretero, los datos recolectados y analizados reflejan una marcada tendencia hacia la fijación de precios en función de variables múltiples, tales como los niveles de la demanda, las acciones de la competencia y productos sustitutos, el poder adquisitivo del consumidor y los niveles de eficiencia de la misma empresa, en lugar de una sola variable como el nivel de costo establecida en la LOPJ y sus providencias administrativas. Específicamente, sobre las metodologías, técnicas y procedimientos, y demás factores considerados para fijar el precio de los productos con mayor rotación o importancia para la empresa, y cuyos PMVP no son fijados por su fabricante o importador, los empresarios consideran factores como la demanda, la eficiencia, entre otros, lo cual los coloca al margen de la Ley, y en peligro de las sanciones de la LOPJ, por infracciones y delitos.

De estos resultados se deduce que en opinión de los empresarios ferreteros existen múltiples elementos a ser considerados al momento de fijar el precio a un producto, y no solo la estructura de costos del mismo, tal como lo establece legalmente la Providencia Administrativa 070/2015 (P.A. 070/2015) y la Ley Orgánica de Precios Justos 2015 (LOPJ 2015). Así mismo, se puede deducir que los comerciantes en el juego de la demanda y oferta presentan tendencias al ubicar el uso de diferentes estrategias al momento de establecer el precio de sus mercancías, tales como técnicas,

conocimientos y metodologías propias o adecuadas en la competencia de libre mercado, como parte de un sistema variante donde cada negocio visualizan la forma cómo afrontar el entorno competitivo y cambiante, en pro de su sustentabilidad. Lógicamente, dentro de este entorno cambiante, se considera en primera lugar la normativa impuesta por la LOPJ desde hace varios años para la fijación de precios, así como los altos niveles de inflación y desabastecimiento, entre otras variables de deterioro de la economía.

En relación con la consideración o cuantificación del costo del flete sobre compras al costo unitario de la mercancía, y de otros conceptos (gastos de distribución, ventas y mercadeo publicidad, salarios de vendedores y almacenistas gastos de administración impuestos no recuperables o transferibles, arrendamientos de locales, salario de personal administrativo y aportes parafiscales), no permitidos por la Providencia Administrativa 070/2015 implícitamente, porque solo considera el costo unitario según factura de compra más un 30% de margen de ganancia máximo para fijar el PMVP (artículo 31 de la LOPJ, 2015), se interpreta que la Providencia Administrativa 003/2014 no sea aplicable a las empresas comercializadoras (mayoristas o detallistas), excluyendo por tanto dentro de su estructuras de costos los gastos ajenos a la producción solo considerados para fabricantes o prestadores de servicios hasta un máximo de 12,5% respecto al costo de producción, según el artículo N° 2 numeral 12 de la Providencia Administrativa 003/2014.

Sobre el margen de comercialización utilizado al momento de establecer el precio PMVP de los productos comercializados y cuyos PMVP no es fijado por el fabricante, en la mayoría de empresas utiliza márgenes inferiores al 30%, como un margen bruto de utilidad en ventas, ninguno de los ferreteros utiliza márgenes inferiores de comercialización del 10%, ni superiores al 45%, pero si una considerable porción (12,5%) utilizan un

margen de ganancia por unidad vendida entre el 31% al 45%, al momento de fijar sus precios. Lo anterior evidencia nuevamente, riesgo de ser sancionados por incumplimiento de la LOPJ, por desacato a la normativa al margen máximo de ganancia, debido a la apremiante necesidad de recuperar sus inversiones expresada en el costo de los productos para ser comercializados, además de tener que soportar en su utilidad bruta en ventas, un porcentaje representativo de gastos operativos o de funcionamiento.

Respecto a la rentabilidad de las ferreterías en la ciudad de Ejido, municipio Campo Elías del estado Mérida, en el marco de la LOPJ, la reducción en el nivel de ventas en las ferreterías estudiadas es producto de los altos niveles de inflación la cual devora no solo el poder adquisitivo de los consumidores de productos ferreteros, sino el margen de utilidad por la venta de los productos, y la posibilidad de reposición del inventario, desestimulando la actividad comercial; también la escasez en el mercado mayorista contribuye con la reducción del nivel de ventas. También las mismas restricciones impuestas para el margen máximo de ganancia no permiten cubrir los grandes y sucesivos incrementos del costos de la mercancía y los elevados gastos operativos del negocio (nomina, alquileres, impuestos, servicios de asesoría, entre otros), ello ocasiona que tanto los márgenes de utilidad bruta sobre venta, como la utilidad operativa resulten fuertemente oprimida.

Respecto a los márgenes de utilidad en la comercialización, el menor porcentaje de utilidad en la comercialización percibido por los ferreteros (23,86%), se concentra en el grupo de productos derivados de hierro. Los productos por los cuales obtienen un margen de ganancia más alto (30%) son los equipos domésticos, las máquinas eléctricas, y las máquinas a gasoil, los cuales son los que precisamente presentan menor grado de

comercialización. Este menor grado de comercialización es atenuado en cierta parte por el margen de ganancia obtenido, por lo que se deduce que la rentabilidad de las empresas se relacionan directamente con los niveles de ventas de los productos comercializados, también se deduce que los constantes controles de precios y de márgenes de ganancia que podrían contribuir con la contracción o merma de utilidades, no ha podido eliminar el atractivo o rentabilidad para la actividad económica desarrollada por las ferreterías de la ciudad de Ejido, municipio Campo Elías del estado Mérida, o causar un estrangulamiento o cese de actividades en el sector, luego de la rigurosidad en la aplicación de la Ley orgánica de precios justos 2015 (LOPJ 2015) por parte de los sujetos fiscalizadores, siempre que el nivel de ventas se mantenga elevado.

Sobre los factores que inciden en la rentabilidad de sus empresas, tanto financiera como operativa a juicio de los empresarios, se hallaron en una mayor proporción las condiciones del sector donde se desenvuelve, la eficiencia empresarial y las fuentes de financiamiento; otros factores menos considerados fueron la motivación al personal y la atención al cliente, factores claves en las operaciones medulares a partir de su impacto en la productividad de los empleados. Igualmente la metodología utilizada por los ferreteros para incrementar la rentabilidad operativa, a partir del uso de los costos fijos, una considerable porción de empresas (60%) no la practican debido al desconocimiento de su estructura de costos, al no estar perfectamente determinada. Lo anterior apunta a señalar que dependiendo del conocimiento que los empresarios tengan del apalancamiento operativo, es posible utilizar esta estrategia en beneficio de la empresa, considerando o siendo consciente de los riesgos relacionados con la inversión en costos fijos y su efecto en la variación de las ventas. De hecho sólo una pequeña porción de los ferreteros practican un análisis de sensibilidad de sus

inversiones y capital de trabajo respecto en sus estructuras de costos, utilidades y rentabilidad.

Se evidenció una marcada tendencia hacia el uso de apalancamiento financiero, dado que la mayoría de empresarios considera que se debe incurrir en apalancamiento financiero; otra considerable porción (25%) considera que no es viable posiblemente por su desconocimiento acerca del funcionamiento de esta estrategia o por aversión al riesgo financiero.

Igualmente se evidencia que el modelo punto de equilibrio es particularmente útil en condiciones de incertidumbre económica o de mercado como las actuales en Venezuela, para las empresas comercializadoras ferreteras, dado que la mayoría de empresarios (75%) conocen dicha herramienta y es usada para la fijación de precios y/o la maximización de beneficios, por su pertinencia.

www.bdigital.ula.ve

Recomendaciones

A continuación, a partir del análisis efectuado, se formularán una serie de lineamientos de cara al desarrollo y mantenimiento de ventajas competitivas, basados principalmente a través de la reducción de costos y la diferenciación en el marco de la LOPJ 2015, dirigidos tanto a la gerencia como al gobierno nacional, que podrían coadyuvar a mejorar las operaciones desarrolladas por las ferreterías de la ciudad de Ejido, municipio Campo Elías del estado Mérida.

En primer lugar es recomendable que las empresas reconozcan la necesidad de un adecuado sistema de acumulación de costos, hacia el cálculo apropiado de la estructura de costos por cada uno de sus productos

que comercializan, sólo así se podrán detectar los productos generadores de pérdidas o de utilidades bajas. Igualmente la empresa podrá mejorar su nivel de utilidades ajustando la estructura de costos de cada producto ofrecido, o realizando esfuerzos por diferenciarse en la comercialización de algunos rubros comercializados, y así lograr una mejor posición en el mercado. Por ejemplo, estos ajustes y esfuerzos podrían consistir en decisiones de desinversión, o eliminación de productos comercializados para impulsar otros de mayor rentabilidad para la empresa, así como muchas otras estrategias para incrementar la rentabilidad operativa a partir del uso el apalancamiento operativo.

Dada la inconformidad de la gran mayoría de empresaria con lo estipulado por la LOPJ (2015) respecto al margen máximo de utilidad aplicado sobre la estructura de costos de un producto (30%), debido a que los gastos ajenos son elevados en la mayoría de los casos superiores al 12,5% de gastos operativos sobre el costo de los productos vendidos, lo cual se traduce en la reducción del margen real de ganancias de la empresa se recomienda la reducción de los costos, especialmente de los gastos operativos, calificados como gastos ajenos a la producción, a partir del incremento de la eficiencia en las operaciones de la empresa, de la identificación de mejores formas de hacer las cosas que pudieran reducir costos y agregar mayor valor a los clientes y empresa.

Por lo anterior para la gerencia de las empresas estudiadas la información de costos debe ser considerada relevante no sólo para la toma de decisiones sino para el control eficiente de los costos, orientado a la reducción de los mismos, y el diseño y mantenimiento de ventajas competitivas. En este caso se sugiere la capacitación y actualización de los profesionales que ejercen cargos administrativos en las ferreterías sobre procedimientos expeditos de asignación de costos, tal es el caso de la

asignación de costos por fletes sobre compras, entre otros, los cuales son omitidos por parte de una considerable porción de empresarios. Se sugiere la realización de cursos y talleres constantemente sobre procedimientos de acumulación y asignación de costos, para lograr una adecuada preparación y actualización en relación con estas materias tan cambiantes como las jurídicas.

Tales esfuerzos de capacitación también deberían ser realizados por los organismos de la SUNDDE, dirigidos a su propio personal encargados de las fiscalizaciones y a los sujetos de aplicación empresas comercializadoras, es decir, es necesario que las entidades gubernamentales encargadas de impartir capacitación y asesoría técnica realicen campañas dirigidas a los micros, pequeños y medianos empresarios, para instruirles sobre tópicos relacionados con la cultura organizacional, en conocimientos de tipo contable y fiscal, con la integración de aplicaciones de Internet y del comercio electrónico, entre otras, para que a lo largo del tiempo puedan configurar un negocio exitoso.

Dado que los niveles de rentabilidad y de supervivencia de la empresa depende de los niveles de venta o volúmenes de producción, ante las regulaciones del margen máximo de ganancia, se sugiere a las ferreterías de la ciudad de Ejido, municipios Campo Elías del estado Mérida continuar haciendo esfuerzos por mantener los niveles de venta. En este caso, las actividades de diferenciación y de posicionamiento en el mercado, podrían contribuir a mantener e incrementar los niveles de venta. Estas actividades de diferenciación podrían consistir en esfuerzos en calidad en el servicio, reflejada en una excelente atención al cliente, asesoría, actitudes de empatía, confiabilidad y responsabilidad en el servicio.

No obstante estos esfuerzos de incrementar el nivel de ventas, pueden ser infructuosos o muy difíciles en la actualidad dado los niveles de recesión económica, de escaso poder adquisitivo de los consumidores y de desempleo que retraen los niveles de demanda y por tanto los niveles de actividad de las empresas. Por ello, se sugiere al estado y al gobierno nacional el control de la inflación y la reactivación del aparato productivo, que coadyuven efectivamente ante la recesión económica. Lo anterior serían las condiciones ideales de operación, con un marco regulatorio que incluye un margen máximo de intermediación del 60% para todos los intermediarios, o integrantes de la cadena de comercialización, y una regulación individual de la de ganancia máxima de cada uno de ellos al 30%, por cuanto la mayoría de empresarios están de acuerdo con las regulaciones y están dispuestos a continuar sus operaciones con un margen máximo del 30% siempre que los volúmenes de ventas sean altos.

Dada la reducción de variedad de productos ofertados por las empresas ferreteras se sugiere, al estado y al gobierno nacional, el desarrollo de procedimientos expeditos para la administración de divisas y la estimulación de las actividades de manufactura de materiales y bienes para la construcción, dado según lo arrojado por los resultados son estas las principales causas que han disminuido la oferta de bienes de la construcción en toda la cadena de valor industrial, es decir, desde el productor e importador hasta su venta al detal.

También, en el ambiente inflacionario actual, cuyo porcentaje (30% de utilidad) no permite reponer inventario por cuanto los costos de reposición de los inventarios son superiores al PMVP de los productos vendidos, se sugiere al poder legislativo nacional encargados de establecer el marco legal en los procesos de fijación de precios, ajustar lo contenido en la Providencia N° 003/2014 al contemplar dentro de los procesos de fijación de precio la

variable inflacionaria en el comportamiento de los precios de los bienes a nivel de productor e importador.

Igualmente al poder legislativo nacional se recomienda orientar el contenido en la Providencia N° 003/2014 no solo al sector manufacturero y de servicio, dado que la misma no es aplicable al sector comercial al solo considerar los costos de adquisición de los productos como costos de producción y los demás costos como gastos ajenos, supeditados en algunas oportunidades al 12,5% del costo de producción y en otras son simplemente omitidas por parte de fiscales, lo cual es delicado dado que precisamente los servicios adicionales que prestan las ferreterías incluyen una gran cantidad de costos asociados a la gestión empresarial, al servicio al cliente y las entregas (gastos administrativos y de ventas). En virtud de ello, se considera pertinente que a las empresas comercializadoras se les debería elevar el margen porcentual dentro de su estructura de costos de sus productos para cubrir sus gastos operativos o de funcionamiento, respaldando este porcentaje con un análisis vertical del estado de ganancias y pérdidas del mes inmediato anterior, tal como es considerado el 12,5% de gastos ajenos para las manufactureras o prestadoras de servicio; y de esta manera al momento de establecer un PMVP se pueda recuperar parte de los gastos del ejercicio o del periodo además de permitir una rentabilidad justa.

Finalmente, producto del constante incumplimiento legal por parte de los sujetos de aplicación, en lo que a la Providencia Administrativa 070/2015 se refiere, como en el caso del marcaje de PMVP por parte del proveedor que conduce a constante riesgos de remoción de precios y demás prácticas poco honestas por parte de los integrantes de la cadena de comercialización, amerita mayores esfuerzos en las actividades de fiscalización por parte de la entes competentes de la SUNDDE.

Futuras Líneas de Investigación

A continuación se definen una serie de líneas investigativas, como una invitación en la búsqueda de la optimización de la gestión empresarial de las ferreterías objeto de estudio.

Dado el elevado grado de los altos niveles de confidencialidad y hermetismo que actualmente impera en el sector, es importante desarrollar una investigación con un nutrido enfoque cuantitativo donde se pueda medir porcentualmente el margen de ganancia, el nivel de costos y el comportamiento del nivel de ventas, de las empresas de acuerdo a los parámetros establecidos por la Ley Orgánica de Precios Justos (2015).

Igualmente se pueden desarrollar estudios sobre las percepciones empresariales en ambientes de precios y ganancias controladas, es decir, sobre el grado de aceptación, incentivos y riesgos percibidos por el empresariado, de lo cual dependen los planes de permanencia y expansión de tan importante la actividad económica. Así como estudios donde se traten de vincular variables como los niveles de escasez en la oferta de productos ferreteros en ambientes de precios y ganancias controladas.

Referencias Bibliográficas

- Álvarez, V. (2014,). El impacto económico de la Ley de Precios Justos. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.elmundo.com.ve/firmas/victor-alvarez/el-impacto-economico-de-la-ley-de-preciosjustos.aspx#ixzz3AyGpeAQr> [Consulta: 2014, Julio 15]
- Amat, O. y Soldevila, P. (2011). *Contabilidad y gestión de costes*. Barcelona, España: Profit Editorial.
- Arias G. (2006). El Proyecto De Investigación. Guía Para Su Elaboración. Venezuela: Episteme.
- Arrieche M. (2004). *Contabilidad de Costos para Administradores* [Libro en línea] Programa de Estudios Inspeccionados Unipersonales, Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado” Barquisimeto, Lara. Disponible: <https://www.google.co.ve/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ucla.edu.ve%2Fdac%2Fdepartamentos%2Fcoordinaciones%2Fcostoadmin%2Ftema1.doc&ei=3PbjVLGzAejGsQSN5YHQBQ&usq=AFQjCNHhSJMqey3XFDYc0eVJ01GPoLCg-w&bvm=bv.85970519,d.cWc> [Consulta: 2014, Diciembre 29]
- Backer, M., Jacobsen, L. y Ramírez, D. (1997). *Contabilidad de costos: Un enfoque administrativo para la toma de decisiones*. México: McGraw-Hill.
- Banco Central de Venezuela (2016). Índice Nacional de Precios al Consumidor Área Metropolitana de Caracas. [Datos en línea] En BCV: Información Estadística, Indicadores. Índices y Variaciones Porcentuales. Serie desde Dic. 2007 (Mensual). Disponible:

<http://www.bcv.org.ve/c2/indicadores.asp> [Consulta: 2016, noviembre 03].

Banco Mundial (2016).Crecimiento del PIB (% anual) [Datos en línea].
Disponible: <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2015&start=1961&view=chart>. [Consulta: 2016, Noviembre 07].

Barfield, J., Raiborn, C. y Kinney, M. (2005). *Contabilidad de costos, tradiciones e innovaciones*. (5ta. Ed.). México: Thompson Editores.

Behar, D. (2008).*Metodología de la Investigación*. [Libro en Línea] Ediciones Shalom. Disponible: <http://museoarqueologico.univalle.edu.co/imagenes/Proyecto%20de%20Grado%201/lecturas/Libro%20metodologia%20investigacion.%20Libro%20NB.pdf> [Consulta: 2015, Agosto 23].

Botero, M. (2012). La estructura de costos de un negocio. [Documento en línea]Disponible: <http://www.gerencie.com/category/costos> [Consulta 2014, septiembre 11].

Cabrera, E. (2012).*Implementación de un sistema de contabilidad de costos y su incidencia en la presentación de estados financieros de la empresa siderúrgica Fundiciones Aceros Industriales Mejía Villavicencio FiamCia. Ltda.* Trabajo de grado de maestría no publicado, Universidad Politécnica Salesiana. Disponible: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2796/1/UPS-CT02459.pdf> [Consulta: 2014, Diciembre 28]

Centro de Estudios Latinoamericanos (2015). [Página web en línea].
Disponible:<http://www.cesla.com/coyuntura-economica-latinoamerica.php> [consulta: 2015, Agosto 20].

Centro de Investigación, Educación y Consultoría Capefi (2011) Para cumplir con la Ley de Costos es vital conocer la empresa [Documento en

Línea]. Disponible: 1/67Para%20cumplir%20con% 20la%20Ley%20de %20Costos%20es%20vital%20conocer%20la%20empresa.pdf [consulta: 2014, Mayo 19].

Código de Comercio (475) (1955, Diciembre 21) [Transcripción en línea]. Disponible:<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ve/ve029es.Pdf> [Consulta: 2015, Mayo 27]

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2015). [Página web en línea]. Disponible: http://www.cepal.org/sites/default/files/pr/files/tabla._proyecciones_pib_america_latina_y_el_caribe.pdf [Consulta: 2015, Junio 03]

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (36.860) (1999, Diciembre 30). [Transcripción en línea]. Disponible: http://www.mppp.gob.ve/wp-content/uploads/2014/01/LeyesOrganicas/GO-36860_constitucion.pdf [Consulta: 2013, Noviembre 19]

Convenio Cambiario N° 35. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela (40.865) (2016, Marzo 9). [Transcripción en línea]. Disponible: <http://www.bcv.org.ve/ley/convenio35.pdf>

De Velasco, E. (1994). *El Precio: Variable Estratégica de Marketing*, Madrid: Mc Graw-Hill.

Federación de Colegios de Contadores Públicos de Venezuela (FCCPV) (2014) comunicado dirigido al Doctor Dante Rivas, Superintendente Nacional para la Defensa de Derechos Socio Económicos (SUNDDE) [Documento en línea]. Disponible: <https://drive.google.com/folderview?id=0B1R39FOoICRyZI9DZkdjM0Q5X1k&usp=sharing> [Consulta: 2015, Enero 10].

- Gayle R., L. (1999). *Contabilidad y administración de costos* (6ª. ed.). México: McGraw-Hill.
- Hansen, D. y Mowen, M. (2007). *Administración de costos Contabilidad y control*. (5ta. Ed.) Cengage Learning, Inc.: México.
- Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Horngren, C. Datar, S. Y Raján, M. (2012). *Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial* (14° ed.) Pearson Educación: México.
- Hurtado de Barrera, J. (2010) *El Proyecto de Investigación: Comprensión Holística de la Metodología y la Investigación*. Caracas: Quiron-Sypal
- Inchausti, J. (2011). *Estructura De Costos*. (Documento en línea) Disponible:<http://javierinchausti.files.wordpress.com/2009/05/estructura-de-costos.ppt> [Consulta: 2015, Enero 4]
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2008) *Fundamentos de Marketing*, México: Pearson Educación.
- Lázaro A. (2008) *Diagnostico para la Fijación Estratégica de Precios de una empresa productora y comercializadora de alimentos*. Trabajo de grado de maestría no publicado, Instituto Politécnico Nacional. Disponible: http://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/3924/DIAGNOSTICO_FIJACION.pdf?sequence=1 [Consulta: 2014, Diciembre 24]
- Ley de Impuesto a las Grandes Transacciones Financieras (No. 6.210) (2015, Diciembre 30). [Transcripción en línea]. Disponible: http://declaraciones.seniat.gob.ve/portal/page/portal/MANEJADOR_CONTENTIDO_SENIAT/01NOTICIAS/00IMAGENES/GACETAOFICIAL/EXT_RA6210IGTF.pdf [Consulta: 2016, Enero 07].

Ley Orgánica de Precios Justos (No. 6.202) (2015, Noviembre 08). [Transcripción en línea]. Disponible: <http://www.superintendencia.depreciosjustos.gob.ve/?q=descargas/gacetas-oficiales/6202> [Consulta: 2015, noviembre 16].

Lores, J. (2002) *Diseño de una herramienta de apoyo gerencial para la toma de decisiones en la fijación de precios de empresas comercializadoras de artículos al detal* Caso: Representaciones Roci. C.A. Trabajo de grado de maestría no publicado, Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado” Disponible: http://bibadm.ucla.edu.ve/edocs_baducla/tesis/P235.pdf [Consulta: 2014, Diciembre 27]

Márquez, A. (2005) Una mirada integral a la decisión de precios de la organización. *Visión Gerencial*, [Revista en línea] ,1. Disponible en: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/25084/2/articulo4.pdf> [Consulta: 2014, Septiembre 12]

Martínez, J. (2014). La Ley de Precios y las NIIF en Venezuela (VEN-NIF) [Discusión en línea]. Disponible: <http://niifpymes-venezuela.blogspot.com/2014/02/la-ley-de-precios-y-las-niif-en.html> [Consulta: 2014, Septiembre 12]

Méndez, C. (1988). Metodología Guía para elaborar diseños de Investigación en Ciencias Económicas, Contables Administrativas. Santafé de Bogotá: Mc Graw-Hill.

Molina, L. (2004). Algunas reflexiones sobre la situación alimentaria internacional y la seguridad alimentaria. *Agroalimentaria* [Revista en línea], 15 disponible en <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/agroalimentaria/article/view/1287>. [Consulta: 2014, Julio 28].

- Mora, F. (2003). El marco jurídico regulatorio de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Venezuela. *Visión Gerencial* [Revista en línea], 3 disponible en http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/25040/2/articulo_1.pdf. [Consulta: 2015, Marzo 03].
- Morillo, M y Pulido, D. (2006) Diseño de un sistema de acumulación de costos para la micro, pequeña y mediana industria panadera. *Revista de Ciencias Sociales*, [Revista en línea], 2. Disponible en: www.redalyc.org/articulo.oa?id=28011651007 [Consulta: 2014, Octubre 03]
- Morillo, M. (2003) La Contabilidad de Costos y El Diseño de Mezcla de Productos. *Actualidad Contable Faces*, [Revista en línea], 6. Disponible en: http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17332/1/Marysela_morillo.pdf [Consulta: 2014, Julio 15].
- Morillo, M. (2010) La Contabilidad de Costos y la adopción en Venezuela de las normas internacionales de información financiera. *Actualidad Contable*, [Revista en línea], 13 Disponible: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/33524/1/art7.pdf> [Consulta: 2014, Diciembre 17]
- Morillo, M. (2013) Contabilidad de costos en el marco de la Ley de Costos y Precios Justos. I Parte: Etapas de Notificación de Precios y de Costos. *Visión Gerencial*, [Revista en línea], 2. Disponible: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/37754/1/articulo8.pdf> [Consulta: 2014, Septiembre 22].
- Morillo, M. (2013) *Contabilidad de Costos para la Toma de Decisiones*. Trabajo de Ascenso. Universidad de Los Andes, Mérida.

Morillo, M. (2014) Estructura de costos y presentación del estado de costos de producción y ventas [Serie de 43 Diapositivas con guía]. Mérida: Universidad de Los Andes.

Normas de información financiera (NIF). (2007). México, DF: Instituto Mexicano de Contadores Públicos y Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de NIF, A.C.

Normas internacionales de contabilidad -NIC- (2005). Barcelona: Gestión 2000.

Organización de las Naciones Unidas (1990). Informe estadístico de la ONU, Clasificación Industrial Uniforme de todas las Actividades Económicas, Tercera Revisión. Nueva York: ONU

Palomec, R. (1989) "Léxico Básico del Contador" [Documento en línea]. Disponible: <https://www.clubensayos.com/Ciencia/Ejercicio-Del-Comercio-Y-El-Estado-De-Quiebra/2278504.html> [Consulta: 2015, septiembre 10]

Polimeni, R., Fabozzi, F., Adelberg, A. (1994). Contabilidad de costos. Conceptos y aplicaciones para la toma de decisiones gerenciales. México: McGraw Hill.

Providencia Administrativa N° 003/2014 Mediante la cual se fijan criterios contables generales para la determinación de precios justos (Decreto N° 750). (2014, Febrero 07) [Transcripción en línea]. Disponible: <http://www.superintendenciadepreciosjustos.gob.ve/sites/default/files/Providencia%20003-2014.pdf> [Consulta: 2014, Julio 15].

Providencia Administrativa N° 070/2015 Mediante la cual se regulan las modalidades para la determinación, fijación y marcaje de precios en todo el territorio nacional (2015, Octubre 27) [Transcripción en

línea]. Disponible: <http://www.superintendenciadepreciosjustos.gob.ve/sites/default/files/selection%20%281%29.compressed.pdf> [Consulta: 2015, Octubre 30].

Ramírez, A. (2005) *Metodología de la investigación Científica*. [Libro en línea]. Disponible: <http://www.javeriana.edu.co/ear/ecologia/documentos/ALBERTORAMIREZMETODOLOGIADELAINVESTIGACIONCIENTIFICA.pdf> [Consulta: 2015, Septiembre 05].

Ramírez, D. (2013). *Contabilidad administrativa: Un enfoque estratégico para competir* (9a. Ed.). México: McGraw-Hill.

Reino A. y Torres K. (2012) *Modelo para la Fijación de Precios en la Industria del Comercio de electrodomésticos aplicado a Marcimex*. Trabajo de grado de maestría no publicado. Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. Disponible: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3313/1/UPS-CT002541.pdf> [Consulta: 2014, Diciembre 26]

Rojas, M. (2014, Junio). *Análisis de la Providencia Administrativa 003/2014 – “Criterios Contables Generales para la determinación de precios justos”*. [Documento en línea]. Ponencia presentada en Caracas. Disponible: <http://www.marcoanunez.com/wp-content/uploads/2014/06/Ley-de-Costos-y-VEENNIF.pdf> [Consulta: 2014, Septiembre 17]

Rosas, D. (2011) *Análisis de la Fijación de Precios de las PYME del Sector Grafico en la Ciudad de Quito*, Trabajo de grado de maestría no publicado Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Disponible: <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2869/1/T1017-MBA-Rosas-Analisis.pdf> [Consulta: 2014, Diciembre 26]

Sabino, C. (1992) *El Proceso de Investigación*. Caracas: Panapo.

- Salinas, P (2011) *Metodología de la Investigación Científica*. [Libro en línea] Disponible: http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/34398/1/metodologia_investigacion.pdf [Consulta: 2015, Octubre 01]
- Salkind, J. (1999). *Métodos de investigación*. México: Prentice Hall.
- Semtei, E. (2014,). *Ley de Precios Justos: un disparate económico*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.eduardosemtei.com/2014/02/Ley-de-Precios-Justos:-un-disparate-económico.html> [Consulta: 2014, Octubre 3]
- Semtei, E. (2014,). *Más sobre la Ley de Precios Justos*. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.eduardosemtei.com/2014/03/mas-sobre-la-ley-de-precios-justos.html> [Consulta: 2014, Septiembre 29]
- Stefani, R. (2013). *Comentarios sobre la inconstitucionalidad de la Ley de Costos y Precios Justos*. Ulpiano [Revista en línea], 5. Disponible en http://www.ulpiano.org.ve/revistas/bases/artic/texto/ADPUBMONTEAVILA/5/ADPUB_2012_5_219-242.pdf [Consulta: 2014, Julio 27].
- Suárez, J. (2005) *Impacto del Régimen De Control De Cambio en la actividad operativa de las industrias del Ramo alimentos, bebidas y tabacos*. Municipio Libertador del Estado Mérida. Régimen de Control de Cambio Publicado en Gaceta N° 37.625 del 05 / 02 / 2003. Universidad de Los Andes, Mérida.
- Tamayo, M. (2009). *El Proceso de la Investigación Científica*, México: Limusa.
- Tarziján J., Brahm F. y Daiber L. (2005) *Explicando la rentabilidad de la empresa y su sustentación*. Revista Abante [Revista en línea], 1, Disponible: <http://eacc10.puc.cl/files/ABT/Contenidos/Vol-8-N1/Tarzijan.pdf> [Consulta: 2015, Enero 2].

Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado”. (2005). [Pagina Web en Línea]. Disponible: <http://es.calameo.com/read/0028862773cec66d7a296> [Consulta: 2014, Diciembre 30]

Uribe, R. (2011). Costos para la toma de decisiones. McGraw Hill: Colombia.

Villalobos, B. (2008) *Diseño de una estructura de costos para los pequeños productores de banano en el Departamento del Magdalena*. Trabajo de grado de maestría no publicado, Universidad del Norte. Disponible: <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/99/22521433.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [Consulta: 2014, Diciembre 29]

Warren, C., Reeve, J. y Duchac, J. (2010). *Contabilidad Administrativa*. (10ma ed.). México: Cengage Learning.

Weston, J. F. (2000). *Fundamentos da Administração Financeira*. (2000). São Paulo: Makron Books.

www.bdigital.ula.ve

ANEXO 1: Instrumentos de recolección de datos

República Bolivariana De Venezuela
Universidad de Los Andes
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial
Sección de Post Grado Maestría en Administración - Mención Finanzas

Cuestionario dirigido a los gerentes, administradores o responsables del proceso de Fijación de Precios y Estructura de costos de las ferreterías ubicadas en la ciudad de Ejido, Municipio Campo Elías, Estado Mérida.

Datos de identificación

Fecha de la encuesta: _____

Nombre y apellido del encuestador: _____

Nombre y apellido del entrevistado: _____

Cargo que desempeña el entrevistado: _____

Nivel de Instrucción el entrevistado: _____, Especialidad: _____

Datos de la empresa

1) Nombre comercial o Razón Social: _____

2) Registro de información fiscal: _____

3) Domicilio Fiscal: _____

4) Teléfono: _____

c.c Reconocimiento

5) Cantidad de empleados que labora en la empresa

- a) Entre 1 y 4 trabajadores (Microempresa) ____
- b) Entre 5 y 20 trabajadores (Pequeña Empresa) ____
- c) Entre 21 y 100 trabajadores (Mediana Empresa) ____
- d) Más de 100 (Empresa Grande) ____

6) ¿Qué tipos de productos se comercializan en la empresa? Indique el porcentaje (margen de ganancia) de cada uno, y si sus precios máximos de venta al público (PMVP) son fijados por su fabricante, de acuerdo a la Providencia Administrativa N° 070.

Productos:	Comercializados		Margen de ganancia	PMVP fijados por su fabricante	
	Si	No		Si	No
Abrasivos					
Cerámicas y baldosas					
Derivados de Acero					
Derivados de Hierro					
Equipos Domésticos					
Equipos y materiales de electricidad					
Herramientas de Construcción					
Herramientas Eléctricas					
Herramientas Agrícolas					
Lámparas					
Máquinas Eléctricas					
Máquinas a Gasoil					
Máquinas a Gasolina					
Materiales de Construcción (Arena, Cabilla, Bloques, Cemento, etc.)					
Piezas decorativas					
Piezas sanitarias					
Pinturas y accesorios					
Materiales de Plomería					
Equipos de Seguridad Industrial					
Otros:					

7) **¿Cuáles de los productos mencionados presentan mayores ventas y rentabilidad para la empresa?** (marque con “X”, siendo el número 1 el nivel de mayores ventas y rentabilidades, 5 el nivel más bajo)

Grupo de Productos	Nivel de ventas:					Nivel de rentabilidad:				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Abrasivos										
Cerámicas y baldosas										
Derivados de Acero										
Derivados de Hierro										
Domésticos										
Equipos y materiales de electricidad										
Herramientas (de Construcción ; Eléctricas; Agrícolas)										
Lámparas										
Maquinas (Eléctricas; a Gasoil o Gasolina										
Materiales de Construcción										
Piezas decorativas										
Piezas sanitarias										
Pinturas y accesorios										
Plomería										
Seguridad Industrial										

Estructura de costos de las Empresas

8) **En el caso de que el fabricante no fije el PMVP, ¿qué conceptos se consideran en la empresa como costo del producto vendido?**

- a) Costos según factura de la mercancía comprada ____
- b) Costos de transporte, fletes o traslados ____
- c) Impuestos no recuperables o transferibles ____
- d) Aranceles y gastos de importación (aduanas) ____
- e) Otros ____

¿Cuáles? _____

9) En la empresa, ¿existe algún tratamiento para los gastos de transporte o fletes, permitidos por la Ley de Impuestos sobre la Renta (Artículo N° 23) como parte del costo del producto vendido?, de cara a su recuperación y una rentabilidad justa en las operaciones de la empresa

a) Si ____ b) NO ____ c) No sabe / No contesta ____

9.1. Explique brevemente:

10) ¿En qué costos se incurre en la empresa para su funcionamiento?

- a) Arrendamientos de locales____
- b) Publicidad ____
- c) Salarios de vendedores y almacenistas____
- d) Salario de personal administrativo____
- e) Aportes parafiscales (SSO, INCES, LPH, RPE Entre otros.)____
- f) Otros____

¿Cuáles? _____

11) ¿La empresa actualmente conoce su estructura de costos por tipo de producto?

a) Si _ b) No _

Indique de cuáles productos:

- a) Abrasivos____
- b) Cerámicas y baldosas ____
- c) Derivados de Acero____
- d) Derivados de Hierro____
- e) Equipos Domésticos____

- f) Equipos y materiales de electricidad__
- g) Herramientas__ (de Construcción __; Eléctricas__; Agrícolas__)
- h) Lámparas __
- i) Máquinas__ (Eléctricas__; a Gasoil ó Gasolina__; etc.)
- j) Materiales de Construcción (Arena, Cabilla, Bloques, Cemento, etc.)__
- k) Piezas decorativas__
- l) Piezas sanitarias __
- m) Pinturas y accesorios__
- n) Materiales de Plomería __
- ñ) Equipos de Seguridad Industrial __

Sí la respuesta es negativa pasar a la pregunta 13

12) Esta estructura de costos, ¿se basa en los lineamientos de la Providencia Administrativa 003/2014 (Prov. 003) y la Providencia 070 de la Ley Orgánica de Precios Justos 2015 (LOPJ 2015)?

a) Si ____ b) No ____ c) No sabe / No contesta ____

12.1.) Explique brevemente:

13) Considera usted que, ¿la Providencia Administrativa 003/2014 y la Ley Orgánica de Precios Justos 2015, han contribuido a organizar su empresa en cuanto a su Estructura de Costos, además de otros procedimientos contables y administrativos?

- a) Si ____
- b) No ____
- c) No sabe / No contesta ____

www.bdigital.ula.ve

c.c Reconocimiento

14) Considera usted que, ¿los lineamientos estipulados en la Providencia Administrativa 003/2014 excluyen algunos costos de la empresa?

a) Si__b) No__c) No sabe / No contesta__

¿Cuáles?:

- a) Costos de almacenamiento o resguardo del producto__
- b) Intereses y gastos por préstamos bancarios para la comercialización del producto__
- c) Los gastos por muestras sin valor comercial __
- d) Costos de distribución (en empresas que no se dediquen normalmente a esta actividad o no esté dentro de su objeto social)____
- e) Impuestos Municipales entre otros____
- f) Gastos parafiscales (aportes patronales al INCES, SSO, SPF, LVH entre otros) ____
- g) Depreciaciones ____
- h) Efectos inflacionarios en el valor de los inventarios ____
- i) Pérdidas por anomalías o eventos anormales imprevistos (siniestros)____
- j) Costos asociados al manejo y rediseño de su sistema contable - administrativo____
- k) Todos las anteriores ____

c.c Reconocimiento

15) ¿Qué porcentaje representa los gastos operativos o de funcionamiento respecto al costo de ventas?

- a) De 0% a 4,5% ____
- b) Más de 4,5 a 8,5%____
- c) Más de 8.5% a 12,5%____
- d) Más de 12,5% a 16,5%____
- e) Más del 16,5% ____

16) ¿Cuál de los siguientes métodos de valoración de inventarios utiliza la empresa?

- a) Primeras en entrar primeras en salir (PEPS)
- b) Costo Promedio Ponderado

www.bdigital.ula.ve

Procesos de fijación de precios

17) En las siguientes afirmaciones exprese su opinión, marcando con una equis “X” la opción de su preferencia:

Afirmación	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Sólo la estructura de costos basta para tomar decisiones respecto a la fijación de precio de un producto					
El nivel de precios debería relacionarse de forma inversamente proporcional con los niveles de demanda, donde a mayor precio menor demanda y viceversa					
Para incrementar la participación en el mercado e incrementar el nivel de ventas es imprescindible variar los precios de acuerdo a los cambios realizados por el competidor más cercano					
El margen de ganancia y el nivel de precios debe ser establecido por la misma empresa					
El precio de los productos debe ser establecido según el precio de venta del producto similar o del producto que lo sustituya.					
El precio de los productos debe ser establecido según el comportamiento de la demanda (cantidad de unidades vendidas)					
El precio de los productos debe ser fijado según la disposición o poder adquisitivo de los compradores					
El precio de los productos debe ser fijado por la misma empresa según sus niveles de eficiencia					

c.c Reconocimiento

18) Considerando el producto de mayor rotación o importancia para la empresa (_____), cuyo PMPV no sea fijado por su fabricante, indique qué factores son considerados para fijar sus precios:

- | | | | | | | |
|---|--|--------------------------|---|---|--|------------------------------|
| a) Costo del producto + porcentaje de ganancia ____ | b) Nivel de precios de la competencia ____ | c) Nivel de demanda ____ | d) Poder adquisitivo o disposición del comprador ____ | e) Niveles de eficiencia de la empresa ____ | f) Tipo de clientes (fidelidad y volumen de compra) ____ | g) Todas las anteriores ____ |
|---|--|--------------------------|---|---|--|------------------------------|

18.1) Indique cuáles costos son considerados:

- a) Costos según factura de la mercancía comprada ____
- b) Costos de transporte, fletes o traslados ____
- c) Impuestos no recuperables o transferibles ____
- d) Aranceles y gastos de importación ____
- e) Arrendamientos de locales ____
- f) Publicidad ____
- g) Salarios de vendedores y almacenistas ____
- h) Salario de personal administrativo ____
- i) Aportes parafiscales (SSO, INCES, ect.) ____
- j) Otros ____ ¿Cuáles? _____

18.2) Indique el porcentaje de ganancia:

- a) Menos del 10% ____
- b) De 10 a 20% ____
- c) Entre 21 y 30% ____
- d) Entre 30 y 45% ____
- e) Mas de 45% ____

c.c Reconocimiento

Medidas de Rentabilidad

19) Indique la preponderancia de los siguientes factores en la rentabilidad de la empresa (Marque con una X, según su nivel)

	Elevado	Moderado	Leve	Ninguno
El sector y la industria en la que se desenvuelven				
La eficiencia empresarial				
Fuentes de financiamiento				
Otros ____ ¿Cuáles? _____ _____ _____				

20) ¿Considera usted que la empresa debe utilizar sus niveles de costos fijos para aumentar los niveles de rentabilidad o utilidades?

a) Si ____ b) No ____ c) No sabe / No Contesta ____

20.1) ¿Utiliza la empresa actualmente
Esta estrategia?

a) Si ____
b) No ____
c) No sabe / No contesta ____

21) ¿Considera usted que la empresa debe utilizar sus niveles de endeudamiento externo para aumentar sus niveles de rentabilidad o utilidades?

a) Si ____ b) No ____ c) No sabe / No Contesta ____

21.1.) ¿Utiliza la empresa actualmente esta estrategia?

a) Si ____
b) No ____
c) No sabe / No contesta ____

22) ¿En la empresa se conoce con exactitud la cantidad mínima de ventas que debe alcanzarse para cubrir la totalidad de sus costos y gastos?

a) Si ____ b) No ____ c) No sabe / No contesta ____

22.1) ¿Se utiliza esta información para la fijación de precios y/o la maximización de beneficios?

a) Si ____
b) No ____
c) No sabe / No contesta ____

23) Considera usted que, ¿el margen de utilidad 30% sobre la estructura de costos de determinado producto en el proceso de fijar su precio es suficiente para lograr alcanzar cubrir todos los costos y gastos, además de permitir una rentabilidad justa a las empresas según lo dispuesto por la LOPJ 2015 Y providencia 003?

a) Si__ b) No __ c) No sabe / No contesta ____

¿Porqué? _____

24) Considera usted, ¿que el margen máximo de intermediación del 60% para todos los intermediarios, aplicado por el fabricante para calcular el PMVP, es suficiente para cubrir todos los costos y gastos de la empresa y una rentabilidad justa?

a) Si__ b) No __ c) No sabe / No contesta ____

¿Porqué? _____

Ficha de Registro

Fijación de Precios según lineamientos de la Ley Orgánica de Precios Justos 2015, la Providencia Administrativa 003/2014 y la Providencia Administrativa 070/2015.

Fecha de Observación: _____

Nombre de la empresa: _____

Producto Ejemplo para determinar el precio de venta al público:

	NOMBRE DE LA PARTIDA Ó INDICADOR DE COSTOS (REFERENCIA A COSTOS UNITARIOS)	BOLÍVARES
ART 2 N° 7 PROV 003	COSTOS DE ADQUISICION DE LAS MERCANCIAS	_____
	COSTOS FLETES	_____
	COSTOS DE SEGURO	_____
	IMPUESTOS DE NACIONALIZACION	_____
	IMPUESTOS NO RECUPERABLES	_____
	OTROS COSTOS	_____
	ACARREOS	_____
	ALMACENAMIENTO	_____
	TOTAL COSTOS	=====
	ART 2 N° 12Prov. 003	GASTOS AJENOS A LA PRODUCCION _____% (12,5% máximo permitido del costo de producción del bien ó prestación del servicio)
	TOTAL COSTOS Y GASTOS	=====
ART 31 LOPJ	MARGEN DE GANANCIA _____ (30 % máximo permitido del costo de producción del bienó prestación del servicio)	_____
ART 2,3 y 17 Prov. 070	PRECIO MÁXIMO DE VENTA AL PÚBLICO (PMVP):	_____
	IMPUESTO AL VALOR AGREGADO 12%	_____
	TOTAL A PAGAR	=====

Detalle o explicación del cálculo del prorrateo del flete sobre compras y/o algunos otros costos y gastos unitarios relacionados a la adquisición del Producto Ejemplo para determinar el precio de venta al público.

Ejemplo de Formulas y secuencia del Cálculo:

www.bdigital.ula.ve

Ficha de Registro

Fijación de Precios según Criterios de Propios de la Empresa

Fecha de Observación: _____

Nombre de la empresa: _____

Producto Ejemplo para determinar el precio de venta al público:

**Nombre de la partida ó indicador de Costos Bolívares
y Gastos (REFERENCIA A COSTOS Y GASTOS UNITARIOS)**

www.bdigital.ula.ve

TOTAL COSTOS y GASTOS

=====

Margen de Comercialización _____ %
(Respecto al total costos y Gastos)

PRECIO MÁXIMO DE VENTA AL PÚBLICO (PMVP):_____

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (12%)

TOTAL A PAGAR_____

Detalle o explicación del cálculo del prorrateo de los costos y gastos unitarios relacionados a la adquisición del Producto Ejemplo para determinar el precio de venta al público. _____

c.c Reconocimiento

www.bdigital.ula.ve

c.c Reconocimiento

FICHA DE REGISTRO ESTRUCTURA DE COSTOS

Fecha de Observación: _____

Nombre de la empresa: _____

Cód.	Cuenta o Indicador	Bolívars	% de Participación de las Cuentas del Costo de Venta
EC-1	Inventario Inicial Mercancías		
EC-2	Compras de Mercancías		
EC-3	Menos Rebajas en Compras		
EC-4	Menos Descuentos en Compras		
EC-5	Menos Devoluciones en Compras		
EC-6	Costo de Flete		
EC-7	Costo de Seguro de las Mercancías		
EC-8	Gastos de importación		
EC-9	Impuestos de Nacionalización		
EC-10	Impuestos No Recuperables		
EC-11	Acarreo		
EC-12	Almacenamiento		
EC-13	Otros costos de la compras		
EC-14	Menos Inventario Final		
EC-15	Costo de La Mercancía Vendida		100%

c.c Reconocimiento

Cód.	Cuenta o Indicador	Bolívares	% de Participación de los Gastos (Ventas, Administrativos, Financieros y Otros) con Respecto al Costo de Venta
EC-16	Gasto de Ventas		
EC-17	Nomina		
EC-18	Bono de Alimentación		
EC-19	Aporte Patronal SSO		
EC-20	Aporte Patronal FAOV		
EC-21	Aporte Patronal SPF		
EC-22	Aporte INCES		
EC-23	Adiestramiento y Capacitación		
EC-24	Dotación Equipos de Seguridad (Uniformes)		
EC-25	Servicios Médicos		
EC-26	Bono de Fin de Año		
EC-27	Vacaciones		
EC-28	Prestaciones		
EC-29	Utilidades		
EC-30	Comisiones a Vendedores		
EC-31	Gastos Viáticos		
EC-32	Flete Sobre Ventas		
EC-33	Depreciación de Equipo de Reparto		
EC-34	Gastos Equipo de Reparto		

c.c Reconocimiento

EC-35	Perdida en Cuentas Incobrables		
EC-36	Gastos de Mercadeo		
EC-37	Gastos de Representación		
EC-38	Papelería y Otros insumos Operativos		
EC-39	Gastos de Administración		
EC-40	Nomina		
EC-41	Bono de Alimentación		
EC-42	Aporte Patronal SSO		
EC-43	Aporte Patronal FAOV		
EC-44	Aporte Patronal SPF		
EC-45	Aporte INCES		
EC-46	Adiestramiento y Capacitación		
EC-47	Dotación Equipos de Seguridad (Uniformes)		
EC-48	Servicios Médicos		
EC-49	Bono de Fin de Año		
EC-50	Vacaciones		
EC-51	Prestaciones		
EC-52	Utilidades		
EC-53	Impuestos Municipales, Patentes y Otros Gastos Legales		
EC-54	Aporte Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación LOCTI)		

c.c Reconocimiento

EC-55	Aporte Ley Orgánica Contra el Tráfico Ilícito y el Consumo de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas (LOTICOSEP)		
EC-56	Aporte Ley Orgánica de Deporte, Actividad Física y Educación Física LODAFEF		
EC-57	Aporte Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente del Trabajo (LOPCYMAT)		
EC-58	Depreciación de Activos Fijos		
EC-59	Depreciación de Mobiliario y Equipo de Oficina		
EC-60	Adquisición de Nueva Propiedad Planta y Equipo		
EC-61	Mantenimiento de Propiedad Planta y Equipo		
EC-62	Amortización de Intangibles		
EC-63	Alquiler del Local		
EC-64	Gasto de Luz		
EC-65	Gasto de Agua		
EC-66	Gasto de Teléfono		
EC-67	Gasto Gas		
EC-68	Gasto Aseo		
EC-69	Gastos de Seguros		
EC-70	Gastos de Artículos de Oficina		
EC-71	Servicios de Terceros (OutSourccing) Asesorías		
EC-72	Seguridad y Vigilancia		
EC-73	Servicio de Mensajería y Encomienda		

c.c Reconocimiento

EC-74	Artículos de limpieza		
EC-75	Gastos de Representación		
EC-76	Gastos de Financiamiento		
EC-77	Cuota Capital Préstamo Bancario		
EC-78	Intereses Pagados por Prestamos		
EC-79	Comisiones Bancarias por Prestamos		
EC-80	Impuesto a las Transacciones Financieras		
EC-81	Intereses de Financiamiento propio		
EC-82	Comisión por Puntos de Ventas Bancarios		
EC-83	Otros Egresos		
EC-84	Donaciones		
EC-85	Descuento Por Pronto Pago Otorgados a Clientes		
EC-86	Perdida En Venta de Propiedad Planta y Equipo		
EC-87	ISLR		
EC-88	Pérdida Neta del Ejercicio (Sí Aplica)		

c.c Reconocimiento

Ficha de Registro
RESUMEN ESTADOS DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

Fecha de observación: _____

Nombre de la empresa: _____

<u>Cód.</u>	<u>Cuenta o indicador</u>	<u>2014</u>	<u>2015</u>
EGyP-1	Ventas al Contado		
EGyP-2	Total Ventas		
EGyP-3	Cobranzas (de Ventas a Crédito)		
EGyP-4	Descuentos y Devoluciones		
EGyP-5	Total Ingresos		
EGyP-6	Costo Fijo de Ventas		
EGyP-7	Costo Variable de Ventas		
EGyP-8	Total Costo de Ventas		
EGyP-9	Utilidad Bruta en Ventas		
EGyP-10	Gastos de Ventas		
EGyP-11	Gastos de Administración		
EGyP-12	Depreciaciones y Amortizaciones		
EGyP-13	Total Gastos Operativos		
EGyP-14	Utilidad Operativa		
EGyP-15	Gastos Financieros		
EGyP-16	Reajuste Partidas No Monetarias		
EGyP-17	Resultado Monetario del Ejercicio REME		
EGyP-18	Total Costo Integral de Financiamiento		
EGyP-19	Ingresos Extraordinarios		
EGyP-20	Ganancia en Venta de Activo Fijo		
EGyP-21	Gastos Extraordinarios		
EGyP-22	Perdida en Venta de Activo Fijo		
EGyP-23	Utilidad antes de Impuestos		
EGyP-24	Impuesto Sobre la Renta		
EGyP-25	Utilidad Después de Impuestos		
EGyP-26	Reserva Legal		
EGyP-27	Reservas Estatutarias		
EGyP-28	Reserva de Contingencias		
EGyP-29	Utilidad (Perdida) Neta del Ejercicio		

Anexo 2

Coeficiente de Proporción de Rangos y el Coeficiente de Proporción de Rangos Corregido

- a. Coeficiente de Proporción de Rangos (CPR): Coeficiente de validez de los instrumentos.

$$CPR = \frac{\sum PPri}{N}$$

$$PPri = \frac{\sum Pri}{k}$$

$$Pri = \frac{\sum ri}{j}$$

Por lo tanto,

$$CPR = [\sum(\sum ir/J) / K] / N$$

Puntaje de la escala evaluativa de los ítems

A = 5

B = 4

C = 3

D = 2

E = 1

www.bdigital.ula.ve

- b. Coeficiente de Proporción de Rango Corregido (CPRc): Coeficiente de validez y concordancia entre los expertos.

$$CPRc = CPR - \sum Pe$$

$$Pe = \left(\frac{1}{J}\right)^J$$

i = Ítems.

ri = Rango i.

$\sum ri$ = Sumatoria de rangos para cada ítems i.

Pri = Promedio de rangos para cada ítems i.

PPri = Proporción de rangos de cada ítems i. Es el promedio de rangos de cada ítems dividido entre el puntaje máximo de la escala evaluativa de los ítems (coeficiente de validez de cada ítems).

J = Número de rangos observados o expertos.

K = Número de rangos de la escala evaluativa (máximo puntaje de la escala evaluativa para cada ítems).

N = Número de ítems.

Interpretación del coeficiente de proporción de rangos corregido – CPRc:

Menor de 0,40: validez y concordancia baja.

Mayor de 0,40 y menor que 0,60: validez y concordancia moderada.

Mayor de 0,60 y menor que 0,80: validez y concordancia alta.

Mayor que 0,80: validez y concordancia muy alta.

Tabulación de los datos respecto a la evaluación del instrumento.

Objetivo Específico	Instrumento – Preguntas	Evaluadores		
		1	2	3
1	Cuestionario C-1: 1,2,3,4,5,6 Y 7	B	A	A
2	Cuestionario C-1: 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14,15, Y 16.	B	B	A
3	Cuestionario C-1: 17 Y 18	B	A	A
4	Cuestionario C-1: 19,20,21, 22, 23 y 24	B	A	A

Objetivo Específico	Instrumento – Preguntas	Evaluadores		
		1	2	3
1	Cuestionario C-1: 1,2,3,4,5,6 Y 7	4	5	5
2	Cuestionario C-1: 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14,15, Y 16.	4	4	5
3	Cuestionario C-1: 17 Y 18	4	5	5
4	Cuestionario C-1: 19,20,21, 22, 23 y 24	4	5	5

Instrumento – Preguntas	Evaluadores			$\sum r_i$	Pri	PPri	Pe
	1	2	3				
Cuestionario C-1: 1,2,3,4,5,6 Y 7	4	5	5	14	4,66	0,93	0,037
Cuestionario C-1: 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14,15, Y 16.	4	4	5	13	4,33	0,87	0,037
Cuestionario C-1: 17 Y 18	4	5	5	14	4,66	0,93	0,037
Cuestionario C-1: 19,20,21, 22, 23 y 24	4	5	5	14	4,66	0,93	0,037
TOTAL	16	19	20	55	18,33	3,67	0,148

$$CPR = \frac{\sum Ppri}{N} = \frac{3,67}{4} = 0,92$$

$$CPRc = CPR - \sum Pe = 0,92 - 0,148 = 0,772$$

Anexos

www.bdigital.ula.ve

c.c Reconocimiento