



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA



**ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO QUE GENERA LA
INCORPORACIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE PRECIOS JUSTOS Y LA
ENTRADA EN VIGENCIA DE LA PROVIDENCIA ADMINISTRATIVA DEL
MARCAJE DE PRECIO DE VENTA JUSTO EN UNA PYMES
COMERCIALIZADORA ABORDANDO UNA ESTRATEGIA QUE
PERMITA MAYOR RENTABILIDAD ANTE ESTOS NUEVOS
ESCENARIOS.
CASO DE ESTUDIO: TACO'S C.A. MIRANDA-EDO.CARABOBO.**

Autor:
Castrillón S. James

Campus Bárbula, Julio de 2015



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA**



**ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO QUE GENERA LA
INCORPORACIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE PRECIOS JUSTOS Y LA
ENTRADA EN VIGENCIA DE LA PROVIDENCIA ADMINISTRATIVA DEL
MARCAJE DE PRECIO DE VENTA JUSTO EN UNA PYMES
COMERCIALIZADORA ABORDANDO UNA ESTRATEGIA QUE
PERMITA MAYOR RENTABILIDAD ANTE ESTOS NUEVOS
ESCENARIOS.
CASO DE ESTUDIO: TACO'S C.A. MIRANDA-EDO.CARABOBO.**

Tutor:
María Rodríguez

Autor:
Castrillón S. James

**Trabajo de Grado presentado para optar al título
de Licenciado en Contaduría Pública**

Campus Bárbula, Julio de 2015



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA**



CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN

**ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO QUE GENERA LA
INCORPORACIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE PRECIOS JUSTOS Y LA
ENTRADA EN VIGENCIA DE LA PROVIDENCIA ADMINISTRATIVA DEL
MARCAJE DE PRECIO DE VENTA JUSTO EN UNA PYMES
COMERCIALIZADORA ABORDANDO UNA ESTRATEGIA QUE
PERMITA MAYOR RENTABILIDAD ANTE ESTOS NUEVOS
ESCENARIOS.
CASO DE ESTUDIO: TACO'S C.A. MIRANDA-EDO.CARABOBO.**

Tutor:
María Rodríguez

Aceptado en la Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Administración Comercial y
Contaduría Pública.
Por. **María Rodríguez**
C.I. 6.881.185

Campus Bárbula, Julio de 2015



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA



CONSTANCIA DE APROBACION TRABAJO DE GRADO

Nº Exp 1048

Periodo: 1S-2015

Los suscritos, profesores de la Universidad de Carabobo, por medio de la presente hacemos constar que el trabajo titulado: **ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO QUE GENERA LA INCORPORACIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE PRECIOS JUSTOS Y LA ENTRADA EN VIGENCIA DE LA PROVIDENCIA ADMINISTRATIVA DEL MARCAJE DE PRECIO DE VENTA JUSTO EN UNA PYMES COMERCIALIZADORA ABORDANDO UNA ESTRATEGIA QUE PERMITA MAYOR RENTABILIDAD ANTE ESTOS NUEVOS ESCENARIOS. CASO DE ESTUDIO: TACO'S C.A. MIRANDA-EDO.CARABOBO.**

Elaborado y Presentado por:
JAMES CASTRILLÓN S.

20313875 CONTADURÍA PÚBLICA

Estudiante de esta Escuela, se realizó bajo la tutoría del/la Profesor (a) C.I: reúne los requisitos exigidos para su aprobación.

☐

Aprobado

☐

No Presento

JURADOS

MARÍA RODRÍGUEZ
MIEMBRO PRINCIPAL -TUTOR

MARÍA AREVALO
COORDINADOR

RITA JORDAN
MIEMBRO PRINCIPAL

JESÚS USECHE
SUPLENTE

En Valencia a los 27 días del mes de Julio del año 2015

DEDICATORIA

A Jehová Dios padre Todopoderoso ante todas las cosas.

A mi Familia quienes por ellos soy lo que soy.

A mis Padres a quienes amo (James D. Castrillón Castro y Triana J. Simanca de Castrillón), por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mis Hermanos (Cristian S. Castrillón Simanca y Joel D. Castrillón Simanca por estar siempre presentes, acompañándome para poderme realizar.

A mi Hija y su Madre mis compañeras de vida (Gabriella A. Castrillón Hurtado y Carmen E. Hurtado Silva).

AGRADECIMIENTOS

Mi gratitud, principalmente está dirigida al Dios Todopoderoso por haberme dado la existencia y su infinito amor. Que toda la gloria sea para él.

Igualmente el autor del presente estudio agradece muy profundamente a todos los organismos y personas que hicieron posible la realización del mismo, entre los que se deben mencionar: ...

- A mis padres por su apoyo infinito y su colaboración.
- A mi esposa que siempre creyó en mí.
- A mi casa de estudios por haberme dado la oportunidad de ingresar al sistema de Educación Superior y cumplir este gran sueño.
- A la Profesora María Asunción Rodríguez, por haber aceptado ser mi guía y tutora, que con gran paciencia y dedicación me enseñó el camino para culminar nuestra tesis de investigación.
- A la Empresa Taco's C.A., por brindarnos apoyo e información para realizar nuestro trabajo.
- A todas y todos quienes de una u otra han colocado un granito de arena para el logro de este Trabajo de Grado, agradezco de forma sincera su valiosa colaboración.

“Todo lo puedo en Cristo que me fortalece”.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA



**ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO QUE GENERA LA
INCORPORACIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE PRECIOS JUSTOS Y
LA ENTRADA EN VIGENCIA DE LA PROVIDENCIA
ADMINISTRATIVA DEL MARCAJE DE PRECIO DE VENTA JUSTO EN
UNA PYMES COMERCIALIZADORA ABORDANDO UNA
ESTRATEGIA QUE PERMITA MAYOR RENTABILIDAD ANTE ESTOS
NUEVOS ESCENARIOS.
CASO DE ESTUDIO: TACO'S C.A. MIRANDA-EDO.CARABOBO.**

Autor: Castrillón James

Tutora: Rodríguez María

Fecha: Junio de 2015

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objeto analizar el impacto económico que genera la incorporación de la Ley Orgánica de Precios Justos y la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo en la empresa Taco's C.A. para generar una estrategia que permita mayor rentabilidad ante estos nuevos escenarios, ya que la entidad se ha visto afectada por las regulaciones por parte del gobierno venezolano en el ámbito económico. El marco teórico tuvo como normativas de soporte: La Ley Orgánica de Precios Justos, la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo. Metodológicamente se insertó en una investigación de campo, documental. La población y muestra estuvo conformada por las cinco (5) personas que conforman la empresa, se aplicó un muestreo no probabilístico intencional para los datos reales de productos con Marcaje de Precio. Para la recolección de datos, se empleó la técnica de la entrevista semiestructurada y la revisión documental y los instrumentos fueron la guía de entrevista y el cuaderno de anotaciones. La información fue procesada y analizada empleando las técnicas propias del análisis cualitativo y cuantitativo. Los resultados permitieron determinar que la entidad requiere estrategias para minimizar el impacto económico que ejerce la Ley Orgánica de Precios Justos así como también la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo y generar mayor rentabilidad.

Palabras Claves: Precios Justos, Estrategias, Rentabilidad.



**UNIVERSITY OF CARABOBO
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL
SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION
AND PUBLIC ACCOUNTING
CAMPUS BÁRBULA**



**ANALYSIS OF ECONOMIC IMPACT GENERATED THE
INTRODUCTION OF THE ORGANIC LAW OF FAIR PRICE AND THE
ENTRY INTO FORCE OF THE ADMINISTRATIVE PROVIDENCE OF
MARKING SALE PRICE JUST IN TACKLING A MARKETING SMES A
STRATEGY TO PAYS TO THESE NEW SCENARIOS.
CASE STUDY: TACO'S C.A. MIRANDA-EDO.CARABOBO.**

Author: Castrillón James

Tutor: Rodríguez María

Date: June 2015

ABSTRACT

This research aimed to analyze the economic impact that the incorporation of the Organic Law of Fair Prices and entry into force of the Administrative Order of Marking fair selling price in the company's Taco CA to generate a strategy for increased profitability to these new scenarios, since the company has been affected by the regulations by the Venezuelan government in the economic sphere. The theoretical framework was to support regulations: The Organic Law of Fair Prices, the Administrative Order of Marking fair selling price. Methodologically it was inserted into a field investigation, documentary. The population sample was he made up the five (5) people who make the company an intentional non-probability sampling for products with real data Price Marking applied. For data collection, the technique of semi-structured interviews and document review and the instruments used were the interview guide and logbook. The information was processed and analyzed using the own techniques of qualitative and quantitative analysis. The results allowed to determine that the entity requires strategies to minimize the economic impact that the Organic Law of Fair Prices as well as the Administrative Order of Marking fair selling price and generate higher returns.

Keywords: Fair Prices, Strategies, Performance.

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Dirección de Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública
Campus Bárbula

FORMATO DE POSTULACION TUTORIAL

Periodo: 2015-1

Yo, María Asunción Rodríguez Tortolero; titular de la Cédula de Identidad 6.881.185, acepto en calidad de tutor al equipo/investigador conformado por:

Apellidos y Nombres	Cédula	Teléfono	e-mail	Mención	
Castrillón Simanca James Samuel	20313875	04244360790	james_18_sam@hotmail.com	AC	CP

De acuerdo a las especificaciones del Catálogo de Oferta Investigativa y para dar así cumplimiento al desarrollo del Control de Etapas del Trabajo de Grado.

Se ha seleccionado la siguiente área, línea, e interrogante.

Área: Desarrollo Socioeconómico y Organizacional

Línea: Nueva Economía, Globalización, Nuevas Tecnologías Y Marco Jurídico

Interrogante: ¿Cómo desarrollar ventajas competitivas en las PyMES basadas en la gestión del conocimiento, en el contexto de la Nueva Economía?

Firman:

Tutor:

Nombre y Apellido: María Rodríguez

C.I: 6881185

E-mail: masuncion9@hotmail.com

Estudiante/Investigador

Nombre y Apellido: James Castrillón

E-mail: james_18_sam@hotmail.com

En Valencia, a los 28 días del mes de Mayo del año 2.015



CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Investigación Aplicada a las Ciencias Administrativas y Contables.

Profesor de Investigación Aplicada: Gladys Maribel Guillen Sánchez **Tutor:** María Asunción Rodríguez Tortolero.

Título del Proyecto: Análisis del impacto económico que genera la incorporación de la Ley Orgánica de Precios Justos y la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo en una PYMES comercializadora abordando una estrategia que permita mayor rentabilidad ante estos nuevos escenarios. Caso de estudio: Taco's C.A. Miranda-edo.Carabobo.

CAPÍTULO I El Problema	Sesión	FECHA	OBSERVACIONES	FIRMA
Planteamiento del Problema - Formulación del Problema- Objetivos de la Investigación- Justificación- Alcance y Limitaciones	1.-	14/10/2014	Primera aproximación del planteamiento del problema	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	2.-	21/10/2014	Corrección del planteamiento del problema	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	3.-	28/10/2014	Primera revisión de los objetivos	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	4.-	04/11/2014	Segunda revisión de los objetivos	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública
Oficina de Apoyo a la Investigación



Nº Expediente: 1048

Período Lectivo: 2S/2014

CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Investigación Aplicada a las Ciencias Administrativas y Contables.

Profesor de Investigación Aplicada: Gladys Maribel Guillen Sánchez **Tutor:** María Asunción Rodríguez Tortolero.

Título del Proyecto: Análisis del impacto económico que genera la incorporación de la Ley Orgánica de Precios Justos y la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo en una PYMES comercializadora abordando una estrategia que permita mayor rentabilidad ante estos nuevos escenarios. Caso de estudio: Taco's C.A. Miranda-edo.Carabobo.

CAPÍTULO II	Sesión	FECHA	OBSERVACIONES	FIRMA
Marco Teórico				
Antecedentes de la investigación- Bases Teóricas- Definición de términos- Marco Normativo legal(opcional)- Sistema de variables e hipótesis (opcional).	1.-	11/11/2014	Revisión de los posibles antecedentes de la investigación	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	2.-	18/11/2014	Selección de los antecedentes de investigación	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	3.-	25/11/2014	Selección de las teorías del marco teórico	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	4.-	27/11/2014	Revisión del marco teórico	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.



CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Investigación Aplicada a las Ciencias Administrativas y Contables.

Profesor de Investigación Aplicada: Gladys Maribel Guillen Sánchez **Tutor:** María Asunción Rodríguez Tortolero.

Título del Proyecto: Análisis del impacto económico que genera la incorporación de la Ley Orgánica de Precios Justos y la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo en una PYMES comercializadora abordando una estrategia que permita mayor rentabilidad ante estos nuevos escenarios. Caso de estudio: Taco's C.A. Miranda-edo.Carabobo.

CAPÍTULO III Marco Metodológico	Sesión	FECHA	OBSERVACIONES	FIRMA
Tipo de Investigación- Diseño de la Investigación- Descripción de la Metodología- Población y Muestra- Técnica e Instrumento de Recolección de Datos- Análisis de Datos- Cuadro Técnico Metodológico.	1.-	02/12/2014	Revisión de la estructura del marco metodológico	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	2.-	09/12/2014	Revisión de los elementos contenidos en cuadro metodológico	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	3.-	16/01/2015	Revisión del cuadro técnico metodológico	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	4.-	19/02/2015	Elaboración de la guía para la realización de la entrevista semi - estructurada	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública
Oficina de Apoyo a la Investigación



Nº Expediente: 1048

Período Lectivo: 1S/2015

CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

TRABAJO DE GRADO Tutor: María Asunción Rodríguez. E-mail del Tutor: masuncion9@hotmail.com

Título del Trabajo: Análisis del impacto económico que genera la incorporación de la Ley Orgánica de Precios Justos y la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo en una PYMES comercializadora abordando una estrategia que permita mayor rentabilidad ante estos nuevos escenarios. Caso de estudio: Taco's C.A. Miranda-edo.Carabobo.

CAPÍTULO IV Análisis e Interpretación de Resultados	Sesión	FECHA	OBSERVACIONES	FIRMA
Elaboración del instrumento-Validación del Instrumento-Aplicación del Instrumento-Análisis e Interpretación de Resultados	1.-	14/03/2015	Análisis de los resultados de las entrevistas	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	2.-	02/04/2015	Revisión del ajuste del título y línea de investigación.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	3.-	20/04/2015	Revisión de las posibles estrategias	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	4.-	28/04/2015	Elaboración de las estrategias	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública
Oficina de Apoyo a la Investigación



Nº Expediente: 1048

Período Lectivo: 1S/2015

CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

TRABAJO DE GRADO Tutor: María Asunción Rodríguez. E-mail del Tutor: masuncion9@hotmail.com

Título del Trabajo: Análisis del impacto económico que genera la incorporación de la Ley Orgánica de Precios Justos y la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo en una PYMES comercializadora abordando una estrategia que permita mayor rentabilidad ante estos nuevos escenarios. Caso de estudio: Taco's C.A. Miranda-edo.Carabobo.

CAPÍTULO V	Sesión	FECHA	OBSERVACIONES	FIRMA
La Propuesta				
Presentación de la Propuesta-Justificación de la Propuesta-Fundamentación de la Propuesta-Factibilidad de la Propuesta-Objetivos de la Propuesta-Estructura de la Propuesta.	1.-	05/05/2015	Elaboración de la propuesta	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	2.-	12/05/2015	Revisión de las correcciones	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	3.-	19/05/2015	Primera revisión general del trabajo	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	4.-	26/05/2015	Revisión final	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.

INDICE GENERAL

	Pág.
Dedicatoria	xiii
Agradecimientos	ix
Resumen	x
Formato de Postulación Tutorial	xii
Control de Etapas del Trabajo de Grado	xiii
Índice de Tablas	xix
Índice de Gráficos	xx
Introducción	21
CAPITULO I	
EL PROBLEMA.....	24
Planteamiento del Problema	24
Formulación del Problema	28
Objetivos de la Investigación	29
Objetivo General	29
Objetivos Específicos	29
Justificación de la Investigación	30
CAPITULO II	
MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL.....	33
Antecedentes	33
Bases Teóricas	38
Bases Legales	52
CAPITULO III	
MARCO	
METODOLÓGICO.....	58
Tipo de Investigación	58
Método de Investigación	59
Población y Muestra	60
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	62
Técnicas de Análisis de la Información	63
Procedimientos	64
Estrategia Metodológica	65
CAPITULO IV	
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	71
Presentación de los Resultados	71
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	
Conclusiones	93
Recomendaciones	95
Referencias	100
Anexos	103

INDICE DE TABLAS

CUADRO No.	Pág.
1. Ejemplo de una Tabla de Valoración para la dimensión Atractivo del Mercado	49
2. Ejemplo de una Tabla de Valoración para la dimensión Posición Competitiva	49
3. Cuadro Técnico Metodológico	67
4. Cuadro de identificación de elementos que afectan a las PYMES comercializadoras.	71
5. Ejemplo de la determinación del costo de venta en Taco's C.A.....	80
6. Relación ingresos/gastos Taco's 2014.....	80
7. Relación ingresos/gastos Taco's 2015.....	81
8. Inversión inicial de propiedad planta y equipo para Taco's C.A.....	81
9. Obligaciones de la empresa para el 31 de Abril del 2015.....	82
10. Productos con Marcaje de precios en Taco's C.A.....	84
11. Matriz FODA.....	88
12. Valoración para la dimensión Atractivo del Mercado de Taco's C.A...	89
13. Valoración para la dimensión Posición Competitiva de Taco's C.A....	90
14. Matriz de atractivo del mercado-posición competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios (UEN) de Taco's C.A.....	91

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No.	Pág.
1. Muestra de la matriz de atractivo del mercado-posición competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios (UEN).....	45
2. Ejemplo de la matriz de atractivo del mercado-posición competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios (UEN).....	50

INTRODUCCIÓN

Actualmente Venezuela atraviesa una crisis a nivel económico y financiero, viéndose afectados tanto empresarios como inversionistas y las personas en general. El Estado ha aumentado los controles para impedir la fuga de capitales y frenar la inflación que existe en Venezuela la cual avanza cada día a mayor paso, políticas económicas, controles en materia de divisas, fiscalizaciones excesivas, modificaciones en los sistemas cambiarios, nuevas leyes y regulaciones, son parte de los mecanismos implementados y no han podido con la inflación evidencia de ello lo dan los índices inflacionarios que determina el Banco Central de Venezuela los cuales van en constante crecimiento además se han generado nuevos fenómenos como la escasez.

Buscando frenar la inflación la cual para el autor de la presenta investigación se come el bolsillo de todos los venezolanos de forma inescrupulosa, el gobierno venezolano decreto la Ley Orgánica de Precios Justos en la cual se fija un margen de ganancia máximo del 30 por ciento mediante estructuras de costos, con la cual el Estado intenta proteger la economía venezolana, buscando atacar la inflación y el sobreprecio viéndose afectadas por esta Ley todas las personas que desempeñen actividades económicas en Venezuela, teniendo que adaptarse a está normativa además de su órgano rector la Superintendencia Nacional para la Protección de los Derechos Socioeconómicos, generando un cambio económico, además de angustia en el mundo empresarial, ya que en ella se exponen múltiples sanciones como ocupación temporal, multas, sanciones penales con años de prisión.

Nuevamente el panorama empresarial cambió de rumbo con la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo, con la cual el gobierno fija el precio de los productos para toda la cadena de comercialización, y donde no lo fije por medio de órgano rector lo fijara el productor o importador.

En este plano de los cambios se desenvuelve la empresa Taco's C.A. que es una pequeña entidad comercializadora la cual se dedica a la compra-venta de artículos de oficina, útiles escolares, papelería y mercería, esta empresa inicio sus operaciones en Agosto del 2014 bajo NIIF y además de darle cumplimiento a la Ley Orgánica de Precios Justos la cual para el inicio de sus operaciones se encontraba vigente, ahora Taco's C.A. se encuentra con un nuevo reto la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo con la cual siendo una empresa comercializadora para estar en concordancia con las leyes venezolanas debe vender al precio de venta justo (PVJusto) el cual es fijado por la Superintendencia Nacional para la Protección de los Derechos Socioeconómicos, por el productor o el importador en los productos, siendo el monto a pagar por el consumidor, el resultado de sumar el Impuesto al Valor Agregado (en los casos de bienes o servicios gravados con este impuesto) al Precio de Venta Justo.

El presente estudio es necesario para la empresa mencionada y para cualquier otra que realice actividades en Venezuela el profundizar y ampliar el conocimiento de la Ley Orgánica de Precios Justos tanto por las sanciones que en ella se exponen, entre otras muchas razones y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo, para así darles cumplimiento, además de analizar el impacto económico que generan para así establecer estrategias que minimicen dicho impacto y permitan estabilidad y mayor rentabilidad en estos tiempos de crisis. En este orden de ideas el trabajo se estructura de la siguiente manera

Capítulo I. El Problema: Es un compendio introductorio donde se describen los antecedentes del estudio, así como el entorno en el cual se desenvuelve Taco's C.A, lo que permitió formular y plantear la problemática actual, su justificación, los objetivos, alcances y limitaciones.

Capítulo II. Marco Teórico: Comprende los antecedentes los cuales preceden a la temática de investigación, presentando detalladamente el sustento teórico sobre el cual se rige la investigación y los aspectos legales.

Capítulo III. Marco Metodológico: En este apartado se describe la metodología empleada incluyendo el tipo, diseño, nivel y modalidad de investigación, población y muestra y las técnicas e instrumentos de recolección y análisis de la información.

Capítulo IV. Análisis e Interpretación de los Resultados: Se refiere al estudio, discusión de la información y las conclusiones del análisis realizado.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

En Venezuela actualmente han surgido diferentes cambios que afectan al mundo empresarial, el país se ha caracterizado desde los últimos años por tener una economía inestable, debido a los altos índices de inflación, diferentes políticas impartidas por parte del gobierno, uno de ellos el control cambiario en materia de adquisición de divisas, las expropiaciones, la devaluación de la moneda además de la política económica socialista impartida por el Estado, por lo cual se ha visto reducido sustancialmente el número de empresarios que invierten en el país, a estas dificultades empresariales se les suma las diferentes normativas referentes al control de precios como lo es Ley Orgánica de Precios Justos, con la cual el gobierno impone el margen de ganancia al sector empresarial.

La incertidumbre social y económica en Venezuela se ha acrecentado, no sólo por la situación política que vive el país, sino también por las medidas que ha tomado el estado para impedir la fuga de capitales y controlar la inflación. Son estos los factores que han afectado directamente al sector empresarial; en las grandes, medianas y pequeñas empresas, generando así la devaluación de la moneda y el aumento en los índices de precios, disminución en las ventas, problemas para la adquisición de materias primas lo cual genera menor producción para las empresas y originando escasez para el mercado de los consumidores, por lo tanto es importante que una empresa en marcha y quienes decidan iniciar operaciones posean claridad de todos los aspectos económicos existentes en el país además de estar en concordancia con las Normas Internacionales de Información Financiera para evitar sanciones y llevar su contabilidad enmarcada en el plano legal.

Desde una perspectiva contable es necesario que en un mundo globalizado la información financiera pueda ser legible entendible y auditable a nivel mundial, hoy en día más de 100 países requieren, permiten o están convergiendo en las Normas Internacionales de Información Financiera, es por ello que Venezuela se sumó en el 2008 a dichas normas denominándolas como las VEN-NIIF año en el cual a fecha de cierre se debían reconocer y medir todas las partidas bajo esta norma por parte de la mayoría de las compañías existentes en el país, para el cierre del ejercicio del 2008 y el inicio del ejercicio 2009 según año civil era fecha de estados financieros comparativos y fecha de adopción y así ya para el 31 de Diciembre de 2010 era la fecha de emisión de los primeros informes según las VEN-NIIF donde se usaron las normas vigentes en esta fecha y se presentaron los primeros estados financieros bajo VEN-NIIF.

Es importante resaltar que para Julio del 2009 se publican las NIIF para las pequeñas y medianas entidades (PYMES) siendo su mayor diferencia de las NIIF completas las cuales resultaron para grandes empresas ya que estas fueron diseñadas para los estados consolidados de las compañías que cotizan en bolsa y también quienes sean responsables públicamente como los bancos o compañías de seguro ya que para otras empresas ciertas partes de las NIIF completas son innecesarias.

Existen muchos factores que regulan los costos y gastos que posee una empresa por lo tanto es importante conocerlas, sin embargo “la Inflación” es el fenómeno que mayor afección causa, porque distorsiona la estructura de costos de los productos en las empresas, lo que repercute en el precio final del producto y por ende perjudica al consumidor y afecta la demanda, otro factor que se suma es el Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT) ya que esta presiona a las empresas en materia de control contable y fiscal además de que exige el pago de los tributos. El sistema cambiario que para el presente (2015) existe un nuevo sistema de adjudicación de divisas denominado SIMADI con el cual grandes, medianas y pequeñas empresas además de particulares

pueden adquirir divisas pero a un valor mayor que el antiguo sistema de subastas, a todos estos factores se incorpora Ley Orgánica de Precios Justos en la cual se fija un margen de ganancia máximo del 30 por ciento y su órgano regulador es la nueva Superintendencia Nacional para la Defensa de los Derechos Socio Económicos (SUNDDE) quien dictará las sanciones a quienes no cumplan con la Ley.

Según la Ley Orgánica de Precios Justos (2014):

Artículo 37: El margen máximo de ganancia será establecido anualmente, atendiendo criterios científicos, 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. En ningún caso, el margen de ganancia de cada actor de la cadena de comercialización excederá de treinta (30) puntos porcentuales de la estructura de costos del bien o servicio. (p.5).

Pero más allá de ésta Ley que originó un cambio drástico a nivel empresarial debido a la fijación de un margen máximo de ganancia, la realización de estructuras de costos para todas las empresas poder fijar el precio de venta de los productos, además de las fuertes sanciones que ella contiene, los actores de la cadena de comercialización se ven nuevamente afectados en Marzo del 2015 con la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa N° 057/2014, mediante la cual se regulan las condiciones para la obligatoriedad del Establecimiento y Marcaje del Precio de Venta Justo (PVJusto) en los Bienes y Servicios que sean comercializados o prestados en el Territorio Nacional publicada su vigencia en la Gaceta Oficial 40.547 del 24 de noviembre de 2014 y aplazada hasta Marzo del 2015.

Según la Providencia Administrativa N° 057/2014

Artículo 6: Cuando se trate de productos, bienes o mercancías cuyo Precio de Venta Justo no haya sido

establecido de acuerdo al Artículo anterior, el mismo será determinado por el productor o importador de los mismos, de acuerdo a lo expresado en la presente providencia.
La Superintendencia Nacional para la Protección de los Derechos Socioeconómicos podrá tomar las medidas necesarias para evitar cobros y ganancias excesivas por parte de los sujetos de aplicación, en cualquier etapa de la cadena de comercialización. (p.3)

Esto genera mayor controversia ya que el productor o quien presta el servicio es quien fija el precio para toda la cadena de comercialización denominándolo precio justo si el estado no lo ha hecho aún como dictamina el artículo anterior, precio que viene siendo menor para el consumidor pues anteriormente cada actor de la cadena podía sumar una ganancia no mayor de treinta (30) puntos porcentuales de la estructura de costos del bien o servicio como establece la Ley Orgánica de Precios Justos, evidenciándose una disminución en la ganancia para todos los actores económicos teniendo mayor incidencia donde la cadena sea más larga y provocando la reducción de la cadena en algunos casos.

Esta normativa genera nuevamente cambios en el panorama económico además de existir mayor incertidumbre y escasez pues con el marcaje del precio justo los pocos productos que llegan a los anaqueles son adquiridos por personas inescrupulosas que aunque no los necesiten realizan las compras de ellos para luego venderlos a valores mucho mayores, existiendo ahora en Venezuela un mercado negro para muchos productos que han sido regulados o se venden a precio justo generando mayores colas cuando llegan los productos a los establecimientos y una dificultad mayor para el consumidor que termina por necesidad comprando en este mercado negro a precios sumamente altos.

La empresa Taco's C.A. es una empresa dedicada a ventas de artículos de oficina, útiles escolares, papelería y mercería ubicada en el Municipio Miranda Estado Carabobo, la cual inicio operaciones de manera formal en Agosto de 2014 en concordancia con las Normas Internacionales de Información Financiera en Venezuela para las pequeñas y medianas empresas además ha sido afectada por

los diversos cambios en las políticas económicas del gobierno venezolano como la Ley Orgánica de Precios Justos así como también la entrada en vigencia de la nueva Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo buscando minimizar el impacto económico que genera cumplir con todas las exigencias de las leyes y regulaciones venezolanas y no caer en sanciones por las violaciones que puedan inferirse a la Ley Orgánica de Precios Justos.

Formulación del Problema

El problema de estudio en síntesis consiste en el análisis del impacto económico que genera la incorporación de la Ley Orgánica de Precios Justos y la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo y como abordar una estrategia que permita mayor rentabilidad ante estos nuevos escenarios para Taco's C.A. la cual es una pequeña empresa que esta en concordancia con las VEN-NIIF. En virtud de las consideraciones anteriores, se desarrolló una investigación enmarcada bajo la modalidad de proyecto factible para despejar la siguiente inquietud: ¿Se puede analizar el impacto económico que genera la incorporación de la Ley Orgánica de Precios Justos y la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo en la empresa Taco's C.A. y abordar una estrategia que permita mayor rentabilidad ante estos nuevos escenarios? A tales efectos, fue necesario responder las siguientes interrogantes, mediante la sistematización del problema:

¿Cuáles son elementos de la Ley Orgánica de Precios Justos y la nueva Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo que afectan a las PYMES comercializadoras?

¿Cuáles son los resultados financieros de la empresa Taco's C.A. desde la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos?

¿Cuál es el impacto económico en la empresa Taco's C.A. para la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo?

¿Cuáles son las posibles estrategias que permitan minimizar el impacto económico generado por la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo?

Objetivo General

Analizar el impacto económico que genera la incorporación de la Ley Orgánica de Precios Justos y la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo en la empresa Taco's C.A. y abordar una estrategia que permita mayor rentabilidad ante estos nuevos escenarios.

Objetivos Específicos

1. Identificar los elementos de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo que afecten a las PYMES comercializadoras.
2. Determinar la relación de ingresos y gastos de la empresa Taco's C.A. desde la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos.
3. Demostrar el impacto económico en la empresa Taco's C.A. para la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo.
4. Implementar estrategias que permitan minimizar el impacto económico generado por la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo para la empresa Taco's C.A.

Justificación de la Investigación

Esta investigación se justifica debido a que son muchas las empresas que se ven afectadas por los diferentes cambios existentes en Venezuela, Taco's C.A. es una empresa comercializadora que además de enfrentar la situación económica actual y estar en cumplimiento de las NIIF para PYMES, en su inicio se encuentra con la Ley Orgánica de Precios Justos y su organismo regulador la SUNDDE a la cual se ajusta y ahora nuevamente se encuentra con un cambio drástico debido a la nueva Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo quienes generan un impacto en la utilidad de las empresas a nivel nacional, situación que la hace más vulnerable pero a la vez genera un reto mayor. La relevancia de la Ley Orgánica de Precios Justos y las sanciones que en ella se exponen además de la nueva Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo nos lleva a su estudio y análisis, para así de esta manera una vez analizada darle cumplimiento a la normativa vigente. La presente investigación permite implementar estrategias con el fin de generar mayor estabilidad financiera tan necesaria en estos tiempos de crisis.

Por otra parte, esta investigación aportará información que servirá de marco de referencia a posteriores investigaciones con relación al tema expuesto. Este análisis del impacto económico y estrategias es aplicable a empresas comercializadoras, con características y naturaleza de operaciones similares a las de Taco's C.A. y permite proyectar la gestión administrativa, mantener una gestión financiera basada en contabilidad bajo VEN-NIIF para PYMES además de garantizar la legalidad ante la SUNDDE y la conformidad con la Ley Orgánica de Precios Justos además de la nueva Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo, buscando que exista estabilidad y rentabilidad, facilitando mediante el análisis del impacto económico estrategias que permitan una toma de decisiones eficaz, así como también evitar sanciones, las cuales son riesgos existentes debido a una mala interpretación de la Ley o de la Providencia.

Con el objetivo de profundizar y ampliar el conocimiento de la Ley Orgánica de Precios Justos y la nueva Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo, esta investigación pretende analizar a fondo sus contenidos además de su aplicación y el impacto que esta genera en las proyecciones de la empresa a futuro además del impacto económico existente, para apoyar el manejo de la gestión financiera y administrativa que le permita tomar decisiones así como también dar soluciones a las posibles fallas presentes debido a su mala interpretación o indebida aplicación, buscando que la herramienta beneficie a la comunidad empresarial, sea de gran aporte para la toma de decisiones y solvante las preocupaciones que genera la Ley Orgánica de Precios Justos y la nueva Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo.

La importancia de la investigación radica en el estudio del impacto económico que posee la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo en la proyección que pueda tener la empresa Taco's C.A. además de generar estrategias para la toma de decisiones y que exista adecuada interpretación y aplicación buscando proteger a la empresa ante las sanciones que la Ley de precios Justos y la Providencia exponen, además de que exista estabilidad y rentabilidad en la empresa.

Por otro lado esta investigación podrá ser utilizada como punto de partida para otras empresas comercializadoras dentro del mismo ramo, quienes busquen estrategias para la toma de decisiones a partir del análisis del impacto económico de la Ley además de la providencia, empresas que estén en cumplimiento con las VEN-NIIF y la SUNDDE, así como a la academia y a los futuros profesionales del área, quienes deseen realizar estrategias para la toma de decisiones basados en el impacto económico, la contabilidad financiera bajo VEN-NIIF y este enmarcada en la Ley Orgánica de Precios Justos y la nueva Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo dando así conformidad legal ante la SUNDDE.

Esta investigación además genera un aporte académico y profesional para el investigador ya que se relaciona directamente con el campo laboral en un área determinada permitiendo nuevas experiencias y generando conocimiento para su futuro, además de que la investigación se realiza para dar cumplimiento al requisito de Trabajo de Grado para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública de la Universidad de Carabobo logro que es de gran importancia para el investigador y sus objetivos personales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación

En relación a los antecedentes de la investigación, Arias (2006:106), expresa: “Los antecedentes reflejan los avances y estado actual del conocimiento en un área determinada y sirve de modelo o de ejemplo para futuras investigaciones”. Es decir se constituyen en un soporte informativo, el cual contiene un mar de conocimientos preconcebidos y acumulados en la actualidad en una determinada área, los cuales son base o pioneros para el desarrollo, establecer un orden, ejemplificar o ser una orientación acerca de las futuras investigaciones a establecerse similares, quienes contribuyen al avance y consolidación de los fundamentos y presupuestos teóricos y metodológicos de un determinado estudio, en cuanto guías que proporcionarían insumos para llevar a cabo el desarrollo de la presente investigación.

A nivel Nacional; Castro, J. Leonett, M. (2013) **Diseño de una estructura de Costos y Gastos de acuerdo a la Ley de Costos y Precios Justos. Caso de estudio: Empresa Jessimar, C.A. Ubicada en Puerto Ordaz. Estado Bolívar**, Trabajo de Grado presentado para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública Universidad Nacional experimental de Guayana. Guayana-Venezuela.

En la actualidad las empresas venezolanas se han visto afectadas por diversos factores en materia económica como lo son la inflación, políticas económicas erradas, escasez de productos, déficit a nivel de importaciones, fenómenos que alteran la economía de forma constante, generando controversia en el mundo empresarial, a estos factores se suma la Ley Orgánica de Precios Justos con la cual el Estado busca la regulación de los precios del mercado y establecer una ganancia para las empresas a través de una estructura de costos enmarcada en dicha Ley es acá donde radica la importancia de dicho estudio ya que la empresa

manufacturera Jessimar, C.A. en el momento histórico de la investigación se ve afectada de forma directa por la Ley de Costos y Precios Justos por lo que se deben estudiar los aspectos que en ella se establecen para así poder diseñar una estructura de Costos y Gastos en concordancia con dicha Ley para evitar posibles sanciones de la Superintendencia Nacional Integral de Costos y Precios Justos.

La metodología de la presente investigación radica según su objetivo:

La investigación es aplicada, porque persiguió adaptar el control del proceso productivo de la empresa Jessimar C.A., a lo establecido con la Ley de Costos y Precios Justos, proporcionando una guía que sirva de procedimiento para identificar y distribuir los costos comunes a todos los productos y de esta manera determinar de una manera lógica el costo unitario de los diferentes productos que fabrica.

Esta investigación está ligada a la presente ya que a pesar de que Taco's C.A. es una empresa comercializadora es necesario que este en concordancia con las Leyes que rigen el territorio venezolano como lo es la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo siendo su estudio fundamental para todas las empresas venezolanas, ya que ambas deben analizarse para así estar en cumplimiento pleno y evitar las múltiples sanciones que pueden originarse por el incumplimiento de dicha Ley así como también de la Providencia.

Campos Y. Niscar E. (2012). **Impacto económico del diseño de una nueva estructura de costos para la empresa Metalmecánica Servemo C.A.** Trabajo de Grado que se presenta ante el departamento de Ingeniería Industrial de la UNEXPO Vice- Rectorado Puerto Ordaz como requisito para optar al título de Ingeniero Industrial. Universidad Nacional experimental Politécnica Antonio José de Sucre. Puerto Ordaz-Venezuela.

El propósito central del estudio señala que una empresa debe actualizar sus estructuras de costos, y debido a la nueva Ley Orgánica de Precios Justos, Servemo C.A empresa dedicada a la fabricación y reparación de estructuras metalmecánica y montaje industriales se ve en la necesidad de adecuar su estructura de costos realizando primeramente un estudio de la Ley Orgánica de Precios Justos además de los costos existentes los cuales son componentes esenciales para la fabricación bien sea el costo/hora de los equipos, el costo de administración, costo de mano obra calculando los costos asociados al salario, costo de manejo de inventarios, así como también el estudio del costo de la obra el mismo se desagrega por componentes. Los componentes del costo de fabricación son: los materiales, equipos y mano de obra. Desde el punto de vista de la eficiencia en la ejecución de la obra los componentes pueden tener un costo diario fijo o variable. Los cuales es muy importante su identificación Los componentes de costo variables son los materiales de construcción y los equipos que forman parte de la obra. Los costos fijos son costos administrativos y servicios básicos (agua, luz, teléfono) entre otros.

El aporte de este trabajo a la investigación radica en el estudio y la determinación del impacto económico que surge en la empresa Servemo C.A debido a la aplicación de la Ley Orgánica de Precios Justos mediante la estructura de costos que la Ley exige, además permite tener una mejor comprensión para la toma de decisiones ante dicho impacto sin importar el tipo de empresa la cual en este caso es una empresa de fabricación y servicios, además de realizar el estudio de la Ley Orgánica de Precios Justos los cuales son pasos esenciales para estar en concordancia con la Ley además de evitar sanciones por parte de la SUNDDE.

Bompensa, D. Quintero, A. Villegas, F. (2011) en su trabajo de grado denominado: **Gestión financiera en época de crisis: Propuesta de estrategias para mejorar la situación financiera actual y perspectivas futuras de la empresa Ingelub, C.A., ubicada en Guacara- Estado Carabobo** Trabajo de

Grado presentado para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública
Universidad de Carabobo. Valencia-Venezuela

El presente Trabajo de Grado plantea un problema en cuanto a la crisis económica que vive el país de Venezuela debido a limitaciones latentes, como lo son los aumentos constantes del precio de dólar además de las barreras impuestas por el Estado para la adquisición de divisas factores que se suman a la paralización de la inversión extranjera lo cual ha llevado a una disminución de utilidad a la empresa Ingelub C.A en comparación con años anteriores lo cual para el 2010 tuvo a disminución del 30%, esta investigación tiene como objetivo general: Diseñar una propuesta de estrategias para mejorar la situación financiera actual y perspectivas futuras de la empresa INGELUB, C.A; ubicada en Guacara– Estado Carabobo.

La metodología aplicada en la presente investigación se ubica dentro de la modalidad de proyectos denominados “factibles”, se emplearon una serie de instrumentos y técnicas de recolección de información, además de concretar la posible solución de un problema de carácter práctico, que puede conceder beneficios en diferentes áreas o esferas del acontecer diario.

La presente investigación está ubicada dentro del marco de una investigación de diseño no experimental y se trabaja en base a la modalidad de investigación descriptiva, la cual, trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Esta puede incluir los siguientes tipos de estudios: Encuestas, Casos, Exploratorios, Causales, De Desarrollo, Predictivos, De Conjuntos, De Correlación.

Las bases teóricas que constituyen el cuerpo de la presente investigación, giran en torno a los siguientes ejes temáticos:

- Gestión financiera.

- Estrategias
- Situación Financiera.

En conclusión se trata de decisiones acertadas y el buen manejo de los recursos para mejorar la situación financiera de dicha empresa, pero de forma concreta se trata de la implementación de estrategias financieras que se inclinen a la expansión del mercado y a la implementación y creación de pilares para sustentar un servicio que sea de “clase mundial” es la respuesta. La meta es el incremento de la calidad y la reducción de costos

La investigación posee una gran conexión con la investigación actual ya que Venezuela cada día se ve más afectada por las diferentes decisiones políticas económicas que afectan la economía venezolana, si bien existían diferentes problemas en el país en el momento histórico de la investigación para el día de hoy (2015) son más graves, políticas restrictivas, aumentos en el precio del dólar del cual todo se cotiza en base a él, implementación de nuevos sistemas de adjudicación del dólares a una tasa de mayor valor, altos niveles de inflación, y la implementación de nuevas leyes de afección político económicas como lo es la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo que genera en Taco's C.A. la necesidad de estudiar el impacto económico de estas nuevas leyes para la toma de decisiones y la búsqueda de estrategias mas allá de estar en congruencia con la SUNDDE para evitar sanciones.

A nivel Internacional; Cano, A. Cifuentes, D. (2011) en su trabajo de grado titulado: **Diseño e implementación de un plan estratégico para la empresa Disempack Ltda.** Trabajo de Grado presentado para optar al título de Administración de empresas Universidad de la Salle. Bogotá-Colombia.

El propósito central del estudio nace en función de la empresa Disempack Ltda. presenta una falta de plan estratégico definida, por lo cual puede llevar a la

empresa a no aprovechar las oportunidades que brinda el medio y las fortalezas de la compañía, por lo que surge como una necesidad el desarrollar un plan estratégico que garantice el éxito futuro.

El objetivo de la investigación es lograr que la empresa implemente un plan estratégico, debido a que no es un secreto que el mercado es un mundo cambiante que busca innovaciones para un mejor desarrollo, es por esta razón que Disempack Ltda. debe estar en continuo cambio para ofrecer sus productos y ser capaz de satisfacer a su público.

Metodológicamente, se trata de una investigación descriptiva en la cual se aborda el problema mediante un análisis de las variables que lo originan, presentando una relación no explicativa de los efectos y consecuencias del problema, y planteando luego el escenario ideal sobre la base de las estrategias que se determinen y se acudirá a técnicas específicas para la recolección de la información.

La presente investigación se relaciona directamente con la investigación actual ya que siendo el mercado modificado por muchos factores es importante que las empresas busquen innovar y generen estrategias para así tener una mayor rentabilidad y estabilidad, siendo el mayor nexo que ambas empresas Disempack Ltda. y Tacos C.A. debido a distintos factores y en ambientes diferentes que generan un impacto de diferentes índoles han tenido la necesidad de abordar estrategias para aprovechar las oportunidades que brinda el medio y las fortalezas que poseen.

Bases Teóricas

Las Bases Teóricas o referencia bibliográfica corresponden a la fase de apoyo en la investigación ya que aportan las teorías necesarias donde se sustente el tema tratado. Arias (2006:106) “Las Bases Teóricas implican un desarrollo amplio de

los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema planteado.”

VEN-NIFF para PYMES

Es esencial para una empresa que inicie operaciones actualmente en Venezuela llevar una contabilidad en base a Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) para estar en concordancia con las leyes venezolanas en su contabilidad y presentación de estados financieros, existiendo las NIFF plenas para las grandes empresas y las NIFF para pequeñas y medianas entidades (PYMES) y es en el Boletín de aplicación (BA VEN-NIFF 1) donde se define en Venezuela que empresas se consideran pequeñas y medianas entidades basándose en los ingresos netos en unidades tributarias (U.T) y en el número de trabajadores que poseen, parámetros que varían dependiendo del sector en que se desenvuelven dichas empresas, en cuanto a las NIFF para PYMES todas sus secciones son importantes destacando algunas para el inicio de operaciones como:

Sección 13 Inventarios

En esta sección se establecen los principios para el reconocimiento y medición de los inventarios. Inventarios son activos:

- (a) mantenidos para la venta en el curso normal de las operaciones;
- (b) en proceso de producción con vistas a esa venta; o
- (c) en forma de materiales o suministros, para ser consumidos en el proceso de producción, o en la prestación de servicios.

Sección 20 Arrendamientos

En esta sección se establece la clasificación de Arrendamientos: un arrendamiento se clasificará como arrendamiento financiero si transfiere

sustancialmente todos los riesgos y ventajas inherentes a la propiedad. Un arrendamiento se clasificará como arrendamiento operativo si no transfiere sustancialmente todos los riesgos y ventajas inherentes a la propiedad. Si un arrendamiento es un arrendamiento financiero u operativo depende de la esencia de la transacción y no de la forma del contrato.

Sección 7 Estado de Flujos de Efectivo

Esta sección establece la información a incluir en un estado de flujos de efectivo y cómo presentarla. El estado de flujos de efectivo proporciona información sobre los cambios en el efectivo y equivalentes al efectivo de una entidad durante el periodo sobre el que se informa, mostrando por separado los cambios según procedan de actividades de operación, actividades de inversión y actividades de financiación.

Las actividades de Operación

Son las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos de actividades ordinarias de la entidad. Por ello, los flujos de efectivo de actividades de operación generalmente proceden de las transacciones y otros sucesos y condiciones que entran en la determinación del resultado.

Actividades de Inversión

Son las de adquisición y disposición de activos a largo plazo, y otras inversiones no incluidas en equivalentes al efectivo.

Actividades de Financiación

Son las actividades que dan lugar a cambios en el tamaño y composición de los capitales aportados y de los préstamos tomados de una entidad.

En Venezuela en materia económica surgen constantes cambios drásticos generados por diferentes factores, para el presente Taco's C.A. se ve afectado por la Ley Orgánica de Precios Justos y las constantes modificaciones que surgen por medio de providencias como se explico anteriormente además de llevar su contabilidad bajo VEN-NIFF para PYMES es necesario para Taco's C.A. conocer estrategias empresariales para reducir el impacto que generan los múltiples cambios económicos que surgen en el país.

Estrategias Empresariales

Según Serna (1997:32) “Son las acciones que deben realizarse para mantener y soportar el logro de los objetivos de la organización y de cada unidad de trabajo y así hacer realidad los resultados esperados al definir los proyectos estratégicos”.

Para Luis Miguel Manene bilbaíno, Ingeniero Industrial de la Escuela Superior de Ingenieros Industriales de Bilbao con diploma de Marketing obtenido en el Sheffield College of Technology (U.K.) y acreedor de diversos cursos y seminarios de marketing considera que desde hace 50 años han ido surgiendo numerosas estrategias orientadas al mundo de los negocios empresariales, siendo sus autores Von Neumann, Morgenstern, Steiner, Drucker, Ries, Tout, Senge, Hammer, Yip, Calzon, Hamel, Ansoff, Buzzell, Gale, Sultan, Utteebach, Abernathy, Miles, Snow, Hofer, Schensel, Vesper. Porter, Kotler, Signh, Wissema, Mintzberg, The Boston Consulting Group, Mc Kinsey, Little, Shocron Benmuyal Asociation, Accenture, Strategos, Galler, Kaplan, Norton etc. Recopilando estas estrategias de diferentes autores el Ingeniero Manene ha realizado una clasificación de estrategias que trata de ordenarlas agrupándolas en seis familias las corporativas, genéricas, de mercado, competitivas, de crecimiento y funcionales u operativas del marketing mix, las cuales para la presente investigación se abordaran como sustento teórico las estrategias de mercado ya que están directamente relacionadas con la necesidad de la empresa Taco's C.A.

Estrategias de Mercado

Si bien el análisis del mercado es adecuado para precisar la misión corporativa, el alcance del negocio y considerar a los productos substitutivos y competidores reales y potenciales también es una herramienta que permite y facilita la obtención de datos. Ahora bien, si queremos concretar la política comercial de la empresa se precisara definir los grupos de consumidores o clientes que tengan necesidades homogéneas dentro de cada producto-mercado, es decir considerar la segmentación de la unidad producto-mercado, definiendo el mercado objetivo y su estrategia de cobertura, para la presente investigación las estrategias de mercado consideradas para el análisis de la empresa Taco's C.A. son las siguientes:

Estrategias Básicas del análisis FODA.

Para Talancón H. (2005:12) “La Matriz FODA es una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones” La utilización del análisis FODA es una buena práctica para poder deducir las estrategias básicas o factores clave para lograr incrementar la competitividad de una organización empresarial partiendo del diagnostico de su situación interna y externa. Este método, denominado así por las primeras letras de los elementos a analizar: **F**ortalezas, **O**portunidades, **D**ebilidades y **A**menazas, consiste en analizar la organización mirándola desde afuera, como si fuéramos observadores externos.

En primera instancia se deben aclarar las fortalezas las cuales son factores internos positivos que contribuyen al logro de los objetivos de la organización y las debilidades quienes son los factores internos negativos que inhiben el logro de los objetivos que tiene la organización.

Se debe analizar y estudiar a fondo los factores externos que existen en la organización; las oportunidades quienes son todas aquellas posibilidades externas

a la empresa que tienen un impacto favorable en sus actividades y las amenazas que son todas aquellas fuerzas externas a la empresa que pueden tener una influencia desfavorable en sus actividades. Dichos factores se encuentran en el entorno (nacional e internacional) y en la coyuntura actual (social, económica, tecnológica y política).

De esto se desprende que las fortalezas y debilidades se refieren a la empresa en sí, a los factores ligados directamente a la empresa bien sea a su rueda operativa, a sus diferencias con los competidores directos, a su posición frente a los clientes, a su cultura, en definitiva a que recursos posee y que uso hace de esos recursos.

Mientras que la oportunidades y amenazas se refieren al entorno, a lo que la organización no maneja, factores macroeconómicos (políticos, económicos, sociales y tecnológicos), tamaño y potencial del mercado, posibilidad de un nuevo competidor del exterior, segmentación del mercado, comportamiento de la clientela, cambios de modas o costumbres, en definitiva los cambios que debe hacer la organización para adaptarse a ese medio ambiente. Para ello, es conveniente cruzar los resultados de los estudios del entorno con sus amenazas y oportunidades, con las fortalezas y debilidades propias de la organización. Así obtendremos cuatro tipos de estrategias:

1) Defensivas.- Del cruce de las amenazas con las debilidades

Son tácticas defensivas las cuales pretenden disminuir las debilidades internas de la organización además de evitar las amenazas del entorno.

2) Adaptativas.- Del cruce de las oportunidades con las debilidades

Esta estrategia se basa en superar las debilidades internas por medio del aprovechamiento de las oportunidades externas que surjan en la organización.

3) Reactivas.- Del cruce de las amenazas con las fortalezas

Esta táctica consiste en aprovechar las fortalezas que posee la organización para disminuir el efecto que puedan ocasionar las amenazas externas dentro de ella.

4) Ofensivas.- Del cruce de las oportunidades con las fortalezas

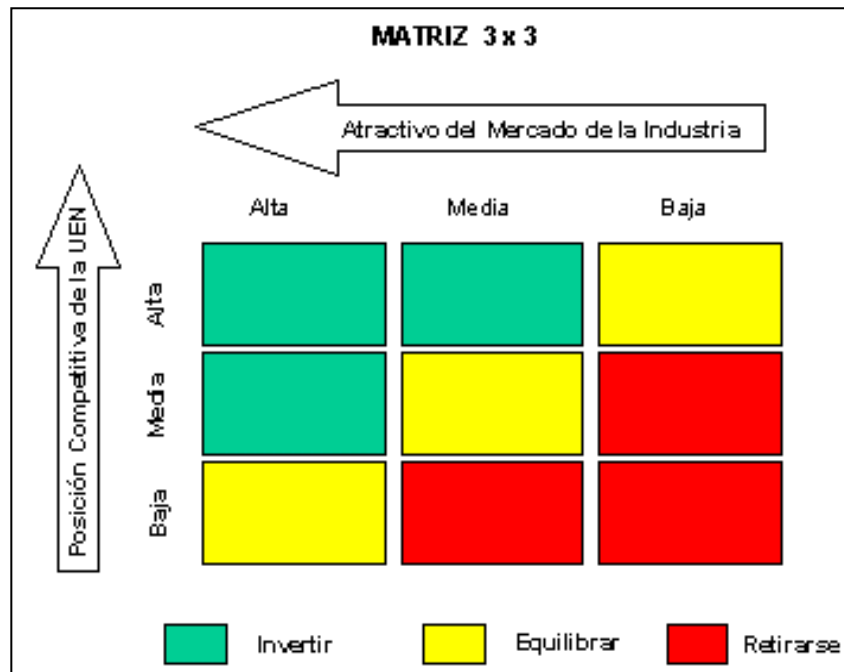
Esta estrategia se centra en usar las fortalezas internas de la organización para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas que puedan generarse.

Estrategias de la matriz atractivo del mercado-competitividad.

La matriz atractivo-competitividad, fue desarrollada por la consultoría Mc Kinsey y la empresa General Electric, busca catalogar los productos de la empresa según un conjunto de criterios partiendo de la base de que la rentabilidad sirva para comparar las ventajas de invertir en un negocio u otro. En los años 60 se le conoció como la matriz tres por tres pues está dividida en nueve cuadrantes distribuidos en tres zonas (Alta, Media y Baja) Hoy se le conoce más como el enfoque de la General Electric o como la matriz de atractivo del mercado-posición competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios (UEN), enfoque que pertenece a Las Técnicas de Portafolio para el análisis de la competencia.

La matriz de atractivo del mercado-posición competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios se divide en nueve celdas y, estas, a su vez, en tres zonas según que la empresa deba invertir/crecer, buscar beneficios selectivamente/equilibrar o cosechar/desinvertir. A continuación se muestra un modelo de ésta matriz, donde las UEN se clasifican con respecto a dos dimensiones principales, para las cuales la empresa debe identificar los factores que las conforman, (Ver figura 1)

Figura 1. Muestra de la matriz de atractivo del mercado-posición competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios (UEN)



Fuente: <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc059.htm> (2015)

Atractivo del Mercado de la Industria.

Es el eje horizontal. Los factores que pueden conformar ésta dimensión podrán ser los siguientes:

- ✚ Tamaño del mercado.
- ✚ Precios.
- ✚ Crecimiento del Mercado.
- ✚ Diversidad del Mercado.
- ✚ Intensidad de la Competencia.
- ✚ Rentabilidad de la Industria.
- ✚ Nivel tecnológico.
- ✚ Impacto ambiental.
- ✚ Entorno político, social, legislativo, económico.

Posición Competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios

Es el eje vertical. Los factores que pueden conformar ésta dimensión son los siguientes:

- ✚ Participación en el mercado.
- ✚ Crecimiento de la participación en el mercado.
- ✚ Costos unitarios.
- ✚ Canales de distribución.
- ✚ Capacidad de los proveedores.
- ✚ Calidad del producto o servicio.
- ✚ Imagen de la marca.
- ✚ Capacidad productiva.
- ✚ Capacidad gerencial.
- ✚ Estructura de la competencia.
- ✚ Fortalezas y debilidades de la UEN.
- ✚ Nivel tecnológico.
- ✚ Desempeño en investigación y desarrollo.

Según Manene L. (2013) “El enfoque de MK-GE propone una serie de estrategias que se consideran idóneas para cada una de las nueve áreas de la matriz en la que se encuentra el negocio a considerar”. Estas estrategias son:

Esfuerzo en inversión y crecimiento: Los productos situados en esta zona ostentan la posición de liderazgo en un mercado muy atractivo, con lo que deberán tener prioridad a la hora de la asignación de recursos con el fin de agrandar al máximo las inmejorables perspectivas que poseen y sostener sus puntos fuertes.

Inversión y crecimiento selectivo: Debido a su posición media, se deberá proceder a la identificación de los segmentos con mas alto crecimiento y a la

inversión de recursos suficientes para mantener, al menos, la posición actual y solventar los puntos débiles. Se ubica en las zonas de atractivo alto y medio del mercado con competitividad media o fuerte de los productos de la empresa., Cuando los productos estén situados en segmentos de mercado con un adecuado atractivo medio se les debe proveer de suficientes fondos para que mantengan e incluso superen su posición.

Selección oportunista: Los productos en esta zona podrían llegar a ser los futuros líderes de la empresa dado el nivel alto del atractivo del mercado, por lo que es necesario que se seleccionen aquellos productos que posean un potencial de crecimiento mayor para invertir y mejorar su posición competitiva, renunciando a aquellos productos que no tienen previsto crecer en el futuro.

Selectividad: En aquellos negocios en los que es media la posición competitiva y el atractivo de mercado se aconseja invertir selectivamente con prudencia, especializándose solo en mercados que al menos estén estabilizados, siendo, por otra parte, interesante realizar acciones tendentes a concentrarse en mercados de rentabilidad media y de bajo riesgo.

Cosechar a través de tácticas invisibles. Se trata del proceso de desinversión controlada por parte de la empresa, manteniendo el producto en los niveles mínimos de coste con la esperanza de obtener la mayor rentabilidad a corto plazo.

Selección protectora. La estrategia para estos productos no solo debe asignar recursos procedentes de otros negocios, sino que ni siquiera se deben reinvertir la totalidad de flujos de caja generales. Se trata de productos situados en mercados declinantes, con lo que o bien se buscan huecos del mercado para una especialización rentable, o bien se trata de alcanzar la máxima rentabilidad en un corto periodo de tiempo exprimiendo el mercado.

Cosechar a través de tácticas visibles. La empresa posee ciertas ventajas respecto a la competencia, por lo que debe aprovecharlas en su proceso de desinversión, debiéndose considerar explícitamente la salida del mercado.

Desinversión rápida: Se contemplaran las alternativas de venta o eliminación de modo que se perjudique lo menos posible a la cartera de la empresa y a su margen frente a sus actuales compradores. El objetivo de esta estrategia es buscar reunir capital para otras adquisiciones o inversiones estratégicas. Puede ser parte de una estrategia de encogimiento, para deshacerse de negocios no rentables, que requieren de demasiado capital o que no encajan con la “misión” de la empresa.

Todas estas estrategias surgen de la matriz dependiendo de en que área este posicionada la entidad.

Tablas de Valoración

Las Tablas de Valoración se construyen escogiendo los factores que la empresa considera importantes en cada uno de las dimensiones. Para fines de un ejemplo los factores relevantes en la dimensión Atractivo del Mercado de la Industria son:

-  Tamaño del mercado
-  Crecimiento del Mercado
-  Rentabilidad de la Industria

Los factores escogidos se colocan en la primera columna de la tabla. Se procede entonces a asignar un peso a cada uno de esos factores. Como se trata de un peso ponderado la suma de esos pesos debe sumar 1. Enseguida la empresa califica su desempeño en cada uno de esos factores usando una escala de 1 a 5 (1 para muy poco atractivo y 5 para muy atractivo). El resultado de multiplicar el peso por la calificación proporciona el valor del factor en cuestión. La suma de los

valores de los factores es el valor de la dimensión, en el ejemplo mostrado 4.25 (Ver tabla 1).

Tabla 1: Ejemplo de una Tabla de Valoración para la dimensión Atractivo del Mercado

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR
Tamaño	0.25	4.00	1.00
Crecimiento	0,50	5.00	2.50
Rentabilidad	0.25	3.00	0.75
	1.00		4.25

Autor: Castrillón J (2015)

Igual se hace para la dimensión Posición Competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios. Supóngase que los factores a considerar son:

- ✚ Canales de distribución.
- ✚ Calidad del producto o servicio.
- ✚ Imagen de la marca.
- ✚ Nivel tecnológico.

Tabla 2: Ejemplo de una Tabla de Valoración para la dimensión Posición Competitiva

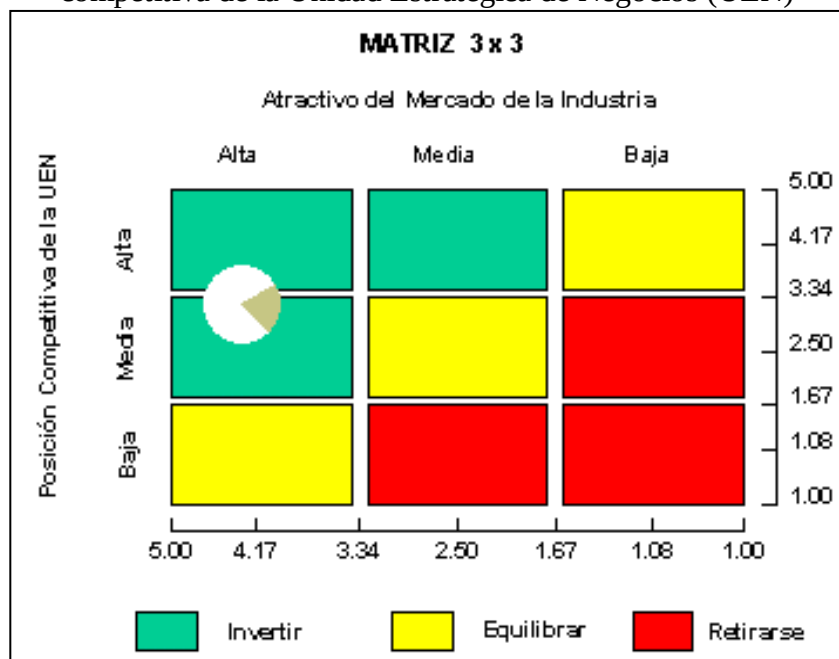
FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR
Canales	0.20	4.00	0.80
Calidad	0.40	3.00	1.20
Imagen	0.30	3.00	0.90
Nivel Tecnológico	0.10	4.00	0.40
	1.00		3.30

Autor: Castrillón J (2015)

Cómo ubicar la Unidad Estratégica de Negocios (UEN) en la matriz:

Los analistas marcan dentro de los cuadrantes de la matriz un punto que representa la intersección de los valores totales obtenidos de las tablas de valoración. Alrededor de éste punto dibujan un círculo que representa el mercado de la industria donde compite la UEN. Al área de éste círculo se le dará un tamaño relativo, en comparación con el tamaño de los mercados de las otras UEN's representadas en la matriz, que exprese la relevancia de ese mercado. Luego, los analistas trazarán dentro de cada círculo, un triángulo sombreado que represente la participación de mercado de la UEN dentro del mercado de su industria. Dependiendo de donde la UEN quede ubicada dentro de la matriz, la empresa debe invertir/crecer, mantener una posición de equilibrio entre la generación y el uso de fondos, u ordeñar o retirarse.

Figura 2. Ejemplo de la matriz de atractivo del mercado-posición competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios (UEN)



Fuente: <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc059.htm> (2015)

Gestión Administrativa

Según Muñiz L. (2003:19) “La Gestión a nivel administrativo consiste en brindar un soporte administrativo a los procesos empresariales de las diferentes áreas funcionales de una entidad, a fin de lograr resultados efectivos”. Por lo tanto es de gran importancia para una empresa ya que se trata de un conjunto de acciones que permiten desarrollar actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Pacheco, J y otros (2002) aclara que la función primordial de la gestión es producir organización en el sentido de poner en marcha dispositivos que permitan resolver los conflictos que aparecen día a día en el seno de la empresa y lograr una convivencia relativamente ordenada entre elementos que se encuentra en una tensión permanente.

Por su parte Robbins, S (2005) indica que la administración “consiste en coordinar las actividades de trabajo de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas”. “Además requiere de la culminación eficiente y eficaz de las actividades laborales de la organización” entonces nos muestra la importancia que radica en la gestión administrativa tanto en la organización además de la coordinación y dirección que debe tener una empresa es decir que por medio de la administración se puede gestionar la entidad de una forma ordenada y para la consecución de los objetivos brindando mayores beneficios.

Gestión Financiera

La gestión financiera es muy importante porque nos brinda información que se considera para la toma de decisiones y acciones con los medios financieros necesarios a la actividad de cada organización en términos generales consiste en administrar los recursos que se tienen en una empresa para asegurar que serán suficientes para cubrir los gastos para que esta pueda funcionar. Biblioteca

práctica de negocios (1995) “La Gestión Financiera, estudia todas las decisiones que tienen que ver como se adquieren los activos con los respectivos pasivos específicos, así como los problemas de tamaño y crecimiento de la empresa”

Actualmente en Venezuela existen constantes cambios en materia económica y es importante que dentro de las organizaciones exista un sistema de evaluación crítica en función de la administración de sus recursos financieros.

Es necesario entonces que dentro de la empresa Taco's C.A. se ejerza una buena gestión tanto administrativa como financiera, ya que en estos tiempos de crisis y de constantes cambios debido a los múltiples factores que regulan la economía venezolana es importante el análisis y la toma de decisiones sobre las necesidades financieras de una sociedad, además de planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar las actividades de trabajo de manera eficiente y eficaz tratando de utilizar los recursos financieros óptimos para la consecución de los objetivos de la organización

Bases legales

Partiendo de la denominada “Supremacía Constitucional” la cual es un principio teórico del “Derecho Constitucional” que postula, originalmente, ubicar a la Constitución de un país jerárquicamente por encima de todo el ordenamiento jurídico de ese país, considerándola como Ley Suprema del Estado y fundamento del sistema jurídico y en conformidad con los parámetros fijados por el jurista austríaco Hans Kelsen (1881-1973), y la denominada pirámide de Kelsen, resultado de su muy conocida obra “Teoría Pura del Derecho” la cual establece un orden de prelación de las normas jurídicas, poniendo unas por encima de otras a la hora de su aplicación y también dentro de la teoría se establece un nivel fundamental poniendo como tope arriba de toda la legislación la Constitución Nacional. A continuación se presenta el marco legal que sustenta el presente estudio:

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)

Aprobada en referéndum consultivo el 15 de Diciembre de 1999, promulgada el 20 de Diciembre de 1999 por la Asamblea Nacional Constituyente, publicada en Gaceta Oficial Extraordinaria del 24 de marzo de 2000 en el Título III “De los Deberes, Derechos Humanos y Garantías” dedica el Capítulo VII, que se titula “Derechos económicos” a desarrollar lo vinculado a la temática económica, a lo largo de los artículos 112, 115, 116, 118 los cuales son de los más contundentes en cuanto a la actividad económica como derecho y deber se refiere, como el ejercicio de la actividad económica de preferencia, el derecho de propiedad, la no confiscación de bienes además de el derecho de los trabajadores y trabajadoras, así como de la comunidad para desarrollar asociaciones de carácter social y participativo, como las cooperativas, cajas de ahorro, mutuales y otras formas asociativas en este orden de ideas, el artículo 112 señala lo siguiente:

Artículo 112: Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país. (p.14)

El legislador hace referencia que a toda persona, puede dedicarse a la actividad económica que sea de su preferencia, además de todas las limitaciones que pueden existir están previstas en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y las que establezcan las leyes, cabe destacar que el Estado trabajará a favor de la iniciativa privada, garantizando ciertos factores importantes para impulsar el desarrollo integral del país además de regular la economía, así como

también otras medidas de planificación y regulación. De forma complementaria y apropiada el artículo 320 que pertenece al Título VI “Del Sistema Socioeconómico” Capítulo II “Del régimen Fiscal y Monetario” Sección Cuarta “De la Coordinación Macroeconómica” establece lo siguiente: “El Estado debe promover y defender la estabilidad económica, evitar la vulnerabilidad de la economía y velar por la estabilidad monetaria y de precios, para asegurar el bienestar social” (p.56)

Considerando lo enunciado en el párrafo, el desarrollo de la estabilidad económica está en manos del Estado, el cual busca el fortalecimiento económico además de garantizar que exista la estabilidad monetaria y de precios, factores que son importantes para elevar el nivel de vida de la población y fortalecer la soberanía económica del país. En tal sentido el Estado en la búsqueda de la estabilidad de precios como emana la Constitución creó la Ley Orgánica de Precios justos, publicada el 23 de enero del 2014 según Gaceta Oficial N° 40.340 la cual fue reformada el 19 de Noviembre del 2014 según Gaceta Extraordinaria N° 6.156, hablando en materia de precios en el Título I “Control de Costos, Ganancias y Determinación de Precios Justos”, Capítulo I “Disposiciones Generales” precisa lo siguiente:

Ley Orgánica de Precios Justos (2014)

Artículo 1. La presente Ley tiene por objeto asegurar el desarrollo armónico, justo, equitativo, productivo y soberano de la economía nacional, a través de la determinación de precios justos de bienes y servicios, mediante el análisis de las estructuras de costos, la fijación del porcentaje máximo de ganancia y la fiscalización efectiva de la actividad económica y comercial, a fin de proteger los ingresos de todas las ciudadanas y ciudadanos, y muy especialmente el salario de las trabajadoras y los trabajadores; el acceso de las personas a los bienes y servicios para la satisfacción de sus necesidades; establecer los ilícitos administrativos, sus procedimientos y sanciones, los delitos económicos, su

penalización y el resarcimiento de los daños sufridos, para la consolidación del orden económico socialista productivo. (p.1)

Desde 1939 en Venezuela se han dictado varias medidas, muchas de ellas mediante Decreto-Ley, para “controlar el precio y combatir la especulación” una de ellas fue el Precio Máximo de Venta al Público (Pmvp) a todos los rubros o sistema de control de precios general se implementó por primera vez en el país entre 1974 y 1978, en el Gobierno de Carlos Andrés Pérez, con el fin de prevenir el brote inflacionario; pero fue discontinuada en los años 90. La medida abarcaba desde las arepas hasta las medicinas. Uno de los últimos Decretos-Leyes dictados con ese propósito fue la Ley de Costos y Precios Justos, de 2011, que ha sido derogada por la nueva Ley.

Para inicios del 2011 comenzaron las discusiones por parte del gobierno venezolano acerca de un decreto con rango y fuerza de ley con el cual se pudiera evitar que las empresas inflaran los precios y se viera sumamente afectado el consumidor y así proteger su salario además el gobierno atacaría directamente la inflación surge nuevamente el Precio Máximo de Venta al Público (Pmvp), Para Tomás Socías, ex viceministro de Fomento (1993-1994) y presidente del Grupo Estrategias (2011), dedicado al análisis económico y abastecimiento de alimentos, consideraba que el regreso del Pmvp para todos los productos no ha sido una medida exitosa; pues a su juicio, todos los gobiernos que se les había aplicado el método, “lo que hicieron fue dañar más y estrangular el proceso de producción. De allí, que lo discontinuara en los años 90”. Dicha Ley ha sido derogada por la Nueva Ley Orgánica de Precios Justos publicada el 23 de enero del 2014 según Gaceta Oficial N° 40340 y reformada bajo Gaceta extraordinaria 6156 el 19 de Noviembre del 2014 la cual para la actualidad (2015) sigue vigente por lo tanto esta Ley es muy importante ya que es necesario que una empresa en el territorio venezolano este en concordancia en ella para evitar sanciones, a esta Ley se suman múltiples providencias que la van actualizando y regulando tal es el caso

de la Providencia Administrativa N° 057/2014 del Marcaje de Precio de Venta Justo la cual afecta a todos los miembros de la cadena comercialización.

Providencia Administrativa N° 057/2014 del Marcaje de Precio de Venta Justo

Publicada su vigencia en la Gaceta Oficial 40.547 del 24 de noviembre de 2014 y aplazada hasta Marzo del 2015 debido a todos los cambios que los sectores empresariales debían realizar para estar en concordancia con la Ley como por ejemplo adecuar sus máquinas para empezar a realizar el marcaje de precio en el producto, además de realizar el marcaje a lo que venía en tránsito de alguna importación. Por lo tanto se dio un plazo para que se fueran adecuando los procesos y prorrogándose consecutivamente hasta finales de Marzo del 2015 donde entra realmente en vigencia, la providencia reclama que El Precio de Venta Justo deberá ser establecido y marcado a todos los productos, bienes y mercancías además de los servicios comercializados en el territorio nacional además comprende que el estado mediante La Superintendencia Nacional para la Defensa de los Derechos Socioeconómicos o cualquier organismo competente en la materia es quien fijara los precios de venta a toda la cadena de comercialización y en los casos donde no lo hallan fijado algún organismo, lo hará el productor o importador de dicho bien de acuerdo a criterios contables para la determinación de precios que establezca la Superintendencia Nacional para la Defensa de los Derechos Socioeconómicos.

Además de acuerdo con la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo se deberá incorporar la siguiente información: Las siglas PVJusto haciendo referencia al Precio de Venta Justo, el monto del Precio de Venta Justo, las siglas IVA, en los casos de bienes o servicios gravados con el Impuesto al Valor Agregado, el monto a pagar, el cual será el resultado de sumar el Impuesto al Valor Agregado al Precio de Venta Justo y la fecha del marcaje en formato que indique el mes y el año en números (mm/aa). Es importante resaltar que además de los cambios y regulaciones por parte del gobierno con leyes de ámbito político

económico, en materia contable la República Bolivariana de Venezuela adopto las Normas Internacionales de Información financiera denominadas VEN-NIIF y para estar acorde a las leyes venezolanas se deben presentar estados financieros bajo estas Normas, por lo tanto siendo Taco's C.A. una pequeña empresa comercializadora debe adoptar las normas que están establecidas para pequeñas y medianas entidades (PYMES).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Tipo de la Investigación

La forma más común de clasificar las investigaciones, es aquella que pretende ubicarse en el tiempo, es decir, según la dimensión cronológica, esta permite distinguir entre la investigación de las cosas pasadas (Histórica), de las cosas del presente (Descriptiva) y de lo que puede suceder (Experimental). Tradicionalmente, se presentan tres tipos de investigación de los cuales surgen los diversos tipos de investigaciones que se realizan, ellos son: Histórica, descriptiva y experimental.

Para la presente investigación, se trabaja con base en la modalidad de investigación descriptiva, la cual, trabaja sobre realidades de hecho y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta.

Ahora bien, Según Zorrilla (1993), la investigación se clasifica en cuatro tipos: básica, aplicada, documental, de campo o mixta. A efectos de la presente, se toma como criterio el lugar y los recursos donde se obtiene la información requerida. La investigación *documental*, es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, manuscritos, constituciones, etc.). La *de campo* o investigación directa, es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio. La investigación *mixta*, es aquella que combina la naturaleza de la investigación documental y la de campo. El presente caso de estudio se clasifica como mixto.

El propósito de la presente investigación radica en el estudio a fondo de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo además de analizar el impacto económico que han generado en la librería Taco's C.A y de la implementación de estrategias que permitan

rentabilidad y estabilidad en dicha empresa. Esta investigación está analizando un problema producto de la realidad, la cual inicia mediante un estudio documental donde se parte de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo, luego incursiona en la modalidad de campo donde no se construyen situaciones si no que se observa la ya planteada; en donde los datos y las características que se analizan son referidos a momentos históricos en la empresa generados por los diferentes cambios en materia económica debido a la repercusión que tienen las regulaciones generadas por el gobierno con esta Ley y Providencia. Así mismo se puede decir que la investigación de campo se determina en vista de que en lo referido se observan los acontecimientos en su ambiente en tal sentido se puede acotar y expresar lo siguiente: Según Arias, F (1999:48) “El diseño de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar alguna variable”.

Así pues la modalidad de estudio mixto lo que permitirá es tener una visión amplia y general, para recopilar directamente la información detallada y exacta, y datos vinculados directamente entre la Ley Orgánica de Precios Justos la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo y Taco's C.A. para así generar un análisis del impacto económico ocurrido en la empresa como consecuencia de la Ley al igual que por la Providencia y abordar una estrategia que permita mayor rentabilidad para estos nuevos escenarios.

Método de investigación

Todo método está compuesto por una serie de pasos que conducen al alcance de una meta. De ésta forma, los métodos de investigación describirían los pasos para alcanzar el fin de la investigación, entre ellos se encuentran aspectos como el tipo de investigación, las técnicas y procedimientos empleados. Estos métodos o pasos son los que determinan el cómo se recogen los datos y como se analizan, para llevar finalmente a las conclusiones.

Este tipo de análisis se ubica en una investigación analítica por cuanto el resultado es la identificación de los aspectos ocultos a los que no puede llegarse con una mera descripción y permite desarrollar nuevos mecanismos y procedimientos orientados a la solución de problemas en este caso el impacto económico que la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo genera en las proyecciones de la empresa a futuro, las sanciones debido a su mala interpretación, así pues se busca generar estrategias que permitan minimizar el impacto económico además de proporcionar mayor rentabilidad para la empresa Taco's C.A. y proyectar la gestión administrativa además de mantener una gestión financiera basada en contabilidad bajo VEN-NIIF para PYMES así como también de garantizar la legalidad ante la SUNDDE y la conformidad con la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo. Por lo tanto esta investigación constituye un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basados en una estrategia de recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias.

Unidades de análisis

Población

Según Tamayo y Tamayo, M. (1997:144) “Es la totalidad del fenómeno a estudiar, en donde las unidades de la población poseen una característica en común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”.

El contexto poblacional que se empleará en la investigación estará conformado por las cinco personas que se desempeñan laboralmente en la empresa los cuales son 2 socios, 2 empleados encargadas de la comercialización de los productos compra y venta, prestar servicios, además del contador quien esta encargado de llevar el registro contable de la librería.

Muestra

Según Arias F. (2006:27) “La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. Siendo entonces la muestra una porción o parte de la población de interés, que refleja las mismas características que tenga la población en estudio, en la presente investigación dadas las características de la población las cuales son pequeña y finita se tomo el cien por ciento de la población, por lo tanto la muestra será la misma población de cinco (05) personas representada por el personal de ventas, contador y socios que se desempeñan dentro de la librería.

Para Castro M. (2003)

La muestra se clasifica en probabilística y no probabilística. La probabilística, son aquellas donde todos los miembros de la población tienen la misma opción de conformarla a su vez pueden ser: muestra aleatoria simple, muestra de azar sistemático, muestra estratificada o por conglomerado o áreas. La no probabilística, la elección de los miembros para el estudio dependerá de un criterio específico del investigador, lo que significa que no todos los miembros de la población tienen igualdad de oportunidad de conformarla. La forma de obtener este tipo de muestra es: muestra intencional u opinática donde los elementos son escogidos con base en criterios o juicio del investigador y muestra accidentada o sin norma. (p.87).

Para establecer el impacto económico en la empresa Taco's C.A. para la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo se realizo un muestreo no probabilístico intencional ya que se tomaron como muestra sólo los productos adquiridos por la empresa destinados a la venta que para el momento histórico poseían marcado el precio de venta justo (PVJusto).

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Para Fidias, A (1999:25), “Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información. Son ejemplos de técnicas; la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades (entrevista o cuestionario), el análisis documental, análisis de contenido, etc”. En función del logro de los objetivos del estudio, se manejan instrumentos y técnicas orientadas a la obtención de información y datos de diversas fuentes.

Según Zapata (2006):

En toda investigación es necesario recabar los datos más adecuados para contestar las preguntas de investigación y, posteriormente, analizar los datos recopilados y encontrar su significación. Esta tarea es clave porque permite dar sentido a los datos en relación con el objeto de investigación y el marco teórico, de tal forma que se puedan sacar conclusiones. (p.205).

Tamayo y Tamayo (2007:123), dice que la entrevista “es la relación establecida entre el investigador y su objeto de estudio a través de individuos o grupos con el fin de obtener testimonios orales”. En este último contexto existen dos clasificaciones generales según el propósito final de la entrevista y según su tipo de conducción

Para Acevedo A. y López A. (2000)

La entrevista según su tipo de conducción se clasifica en estructurada o planificada, semi-estructurada o semi-libre, libre y de tensión.

Entrevista estructurada: intenta recoger sistemáticamente información precisa sobre aspectos determinados, debido a lo cual, suele ser muy rígida y su conducción depende de una estructura predefinida.

Semi-estructurada: En este tipo de entrevista existe un grado mayor de libertad de acción, por lo que la entrevista

suele ser más ágil; pero, al igual que en la entrevista estructurada, la entrevista semi-estructurada tiene unos objetivos y un plan de desarrollo definidos. (p.72)

En la presente investigación se utilizará, para la recolección de datos la entrevista semi-estructurada para el total de la población que desempeña un rol en Taco's C.A. así como también, la técnica de la observación directa, y el análisis documental aplicados en la revisión de los libros, registros contables, facturas del proveedor, partidas de costos y gastos, la Ley Orgánica de Precios Justos, la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo y otros documentos que permitan obtener información relativa al objeto de estudio además de los que estén directamente vinculados con el problema investigado, dado que en el análisis documental para Hurtado A. (2008:427) “se recurre a información escrita, ya sea bajo la toma de datos que pueden haber sido producto de mediciones hechas por otros o como texto que en sí mismo constituyen los eventos de estudio”.

Técnicas de Análisis de la Información

Debido a que los datos para el desarrollo del estudio en primera instancia derivaron de la revisión bibliográfica de la Ley Orgánica de Precios Justos además de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo así como también de la entrevista realizada a los miembros de la entidad, para analizar la información se empleó la técnica de análisis cualitativo, ya que se basa en datos verbales; es decir, que en la investigación se producirán hallazgos a los cuales no es posible llegar por medio de procedimientos estadísticos o cualquier otro medio de cuantificación. Sin embargo para el desarrollo de la investigación también es necesario emplear el análisis cuantitativo de los elementos contables, relación de ingresos y gastos, además de la captación de los productos con marcaje de precios por medio de un muestreo intencional no probabilístico, para la determinación del impacto económico existente en Taco's C.A. por lo tanto se realizó para el análisis de la información:

- A) Verificación: revisión cuidadosa de los datos.
- B) Selección y Ordenamiento: se ordenan los instrumentos de recolección de datos.
- C) Clasificación: se clasifican los datos siguiendo criterios específicos (datos de fuentes primarias o de fuentes secundarias)
- D) Tabulación: edición de los datos en “tablas de datos” asignando codificaciones por columnas y por variable o categoría.

Procedimientos

Para llevar a cabo este estudio, se siguió el siguiente procedimiento:

Con la finalidad de identificar los elementos de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo que afecten a las PYMES comercializadoras, por medio de una exhaustiva revisión documental se estudió, recopiló, organizó y analizó los elementos que inciden directamente sobre las PYMES comercializadoras pertenecientes a la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo. Por otra parte se recabó información por medio de una entrevista semi-estructurada además de la observación directa y la revisión documental, de facturas, relaciones de ingresos y gastos además de registros contables para determinar los resultados financieros de la empresa Taco's C.A. desde la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos, para así luego con la información financiera realizar una comparación con los productos con Marcaje de precios adquiridos por la empresa para la venta, tomados mediante un muestreo intencional no probabilístico, para así establecer el impacto económico en la empresa Taco's C.A. para la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo y elaborar estrategias que minimicen dicho impacto económico y generen mayor rentabilidad

La información resultante de las fases anteriores fue procesada y luego se formuló el análisis del impacto económico que genera la incorporación de la Ley Orgánica de Precios Justos y la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo en una PYMES comercializadora abordando una estrategia que permita mayor rentabilidad ante estos nuevos escenarios siendo el caso de estudio: Taco's C.A. Miranda-edo. Carabobo.

Estrategia metodológica

Con la finalidad de abordar los tópicos planteados en esta investigación, se ha elaborado un cuadro técnico metodológico, en función de los objetivos específicos elegidos para el cumplimiento de la investigación, destinados a darle una sustentación epistemológica a los resultados del estudio, que al ser operacionalizados permitieron obtener cuatro (4) categorías, de los que se derivan múltiples indicadores, los cuales constituyen los parámetros de medición de las categorías o variables que servirán de base para la interpretación de los instrumentos de investigación que serán aplicados a los informantes seleccionados entre los trabajadores de la librería, y son lo siguientes:

1. Identificar los elementos de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo que afecten a las PYMES comercializadoras.
2. Determinar la relación de ingresos y gastos de la empresa Taco's C.A. desde la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos.
3. Demostrar el impacto económico en la empresa Taco's C.A. para la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo.

4. Implementar estrategias que permitan minimizar el impacto económico generado por la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo para la empresa Taco's C.A.

Delgado de Smith, Colombo y Orfila (2002:52), expresan que el cuadro técnico metodológico, “permite ir descomponiendo, a partir de los aspectos generales, los elementos más concretos que le permiten al investigador acercarse a la realidad objeto de estudio” A continuación se presenta dicho cuadro; (Ver Tabla 1)

OBJETIVO GENERAL: Analizar el impacto económico que genera la incorporación de la Ley Orgánica de Precios Justos y la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo en la empresa Taco's C.A. y abordar una estrategia que permita mayor rentabilidad ante estos nuevos escenarios.

Tabla 3 Cuadro Técnico Metodológico

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	DIMENSION	DEFINICION	INDICADORES	TEC E INST	FUENTE
Identificar los elementos de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo que afecten a las PYMES comercializadoras.	Elementos de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo que afecten a las PYMES comercializadoras	Elementos que inciden sobre las PYMES comercializadoras de la Ley que tiene objeto de fijar precios de venta de bienes y servicios, a través del análisis de los costos, fija un porcentaje de ganancia y providencia que emana que el Estado es quien fija el precio de los productos para toda la cadena de comercialización	-Objeto de la Ley - Sujetos de aplicación. - SUNDDE	Revisión Documental.	Ley Orgánica de Precios Justos.
			-Margen Máximo de Ganancias. - Sanciones. - RUPDAE		Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo.
			- Objeto de la Providencia. - Sujeto de aplicación - Precio de Venta Justo		Contadores expertos en el área de Costos y la Ley Orgánica de Precios Justos

Autor: Castrillón J (2015)

Tabla 3 (Cont.)

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	DIMENSION	DEFINICION	INDICADORES	TEC E INST	FUENTE
Determinar la relación de ingresos y gastos de la empresa Taco's C.A. desde la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos.	Relación de ingresos y gastos de la empresa Taco's C.A. desde la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos.	Ingresos y gastos generados por la actividad de la empresa desde la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos.	-Registros contables -Facturas -Sueldos y salarios	Revisión Documental.	VEN-NIIF Ley Orgánica de Precios Justos. Socios, contador y empleados de la librería Taco's C.A. Contadores expertos en el área de Costos y la Ley Orgánica de Precios Justos
			-Ingresos -Inventarios -Cuentas por pagar	Observación.	
			-Compras -Ventas -Gastos	Entrevista Semiestructurada	

Autor: Castrillón J (2015)

Tabla 3 (Cont.)

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	DIMENSION	DEFINICION	INDICADORES	TEC E INST	FUENTE
Demostrar el impacto económico en la empresa Taco's C.A. para la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo.	Impacto económico en la empresa Taco's C.A. para la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo.	Análisis de los cambios económicos debido a la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo.	-Registro contable -Facturas -Relación de ingresos/gastos	Revisión Documental.	Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo. Contadores expertos en el área de Costos y la Ley Orgánica de Precios Justos
			-Compras -Ventas -Productos con marcaje de precio de venta justo.	Entrevista Semiestructurada.	
			-Proveedores -Clientes	Observación.	

Autor: Castrillón J (2015)

Tabla 3 (Cont.)

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	DIMENSION	DEFINICION	INDICADORES	TEC E INST	FUENTE
Implementar estrategias que permitan minimizar el impacto económico generado por la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo para la empresa Taco's C.A.	Estrategias que permitan minimizar el impacto económico generado por la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo para la empresa Taco's C.A.	Conjunto de acciones para minimizar el impacto económico generado por la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo para la empresa Taco's C.A.	-Oportunidades -Amenazas -Debilidades -Fortalezas	Revisión Documental.	Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo. Ley Orgánica de Precios Justos.
			-Precios -Crecimiento de mercado -Diversidad del mercado	Entrevista Semiestructurada.	
			-Nivel tecnológico -Calidad del servicio -Capacidad general	Observación.	

Autor: Castrillón J (2015)

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

El análisis e interpretación de los resultados, se constituye en un aspecto de gran importancia en todo proceso investigativo por cuanto la información presentada refleja la realidad que interesa conocer; por lo tanto, se refiere a la consecución de los objetivos planteados al inicio de la investigación. De allí, que en el presente capítulo se expusieron los hallazgos alcanzados en la realización de este estudio, los cuales son fruto de la observación directa y de la revisión documental.

Identificación de los elementos de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo que afecten a las PYMES comercializadoras.

Inicialmente se parte de un minucioso proceso de revisión documental, el cual consistió en recopilar, analizar y organizar los datos extraídos de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo con la finalidad de identificar los elementos que afectan a las PYMES comercializadoras, correspondiente al primer objetivo de la investigación, además para que exista claridad de que elementos inciden directamente a Taco's C.A.

Tabla 4 Cuadro de identificación de elementos que afectan a las PYMES comercializadoras

Documento	Artículo	Tema	Implicación sobre las PYMES comercializadoras
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 1	Objeto de la Ley	Determinación de precios justos de bienes y servicios, mediante el análisis de las estructuras de costos, la fijación del porcentaje máximo de ganancia y la fiscalización efectiva de la actividad económica y comercial.

Autor: Castrillón J. (2015)

Tabla 4 (Cont.)

Documento	Artículo	Tema	Implicación sobre las PYMES comercializadoras
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 2	Sujetos de aplicación.	Quedan sujetos a la aplicación de la presente Ley, 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.
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 12 Artículo 13 Artículo 14	Superintendencia Nacional para la Defensa de los Derechos Socio Económicos (SUNDDE)	Es el órgano rector de la ley, posee atribuciones y facultades, funciones de inspección y fiscalización. Posee una Intendencia de Costos, Ganancias y Precios Justos, y una Intendencia de Protección de los Derechos Socioeconómicos.
Ley Orgánica de Precios Justos	.Artículo 17	. Intendencia de Costos, Ganancias y Precios Justos	La determinación de las ganancias máximas de los sujetos objeto de la aplicación de esta Ley.
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 18	Intendencia de Protección de los Derechos Socioeconómicos.	Funciones de inspección, fiscalización e investigación además de imponer las sanciones
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 24 Artículo 25 Artículo 26	Registro Único de Personas que Desarrollan Actividades Económicas (RUPDAE)	La inscripción es requisito indispensable, a los fines de poder realizar actividades económicas y comerciales en el país.
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 32	Determinación y modificación de precios y márgenes de ganancias	La determinación, modificación y control de precios es competencia de la SUNDDE además se encargara de la categorización de bienes y servicios, es quien establece lineamientos para la fijación del precio, así como también de la determinación o modificación siguiendo unos criterios si así lo considera necesario.

Autor: Castrillón J. (2015)

Tabla 4 (Cont.)

Documento	Artículo	Tema	Implicación sobre las PYMES comercializadoras
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 37	Margen Máximo de Ganancias	En ningún caso, el margen de ganancia de cada actor de la cadena de comercialización excederá de treinta (30) puntos porcentuales de la estructura de costos del bien o servicio.
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 39	Inicio de una Inspección o Fiscalización	Ante una denuncia que hubiere sido interpuesta ante un funcionario de la SUNNDE, se podrá dar inicio a inspecciones para el cumplimiento de las regulaciones en materia de precios y márgenes razonables de ganancia.
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 40 Artículo 41 Artículo 42	Notificación. Ejecución de la inspección. Levantamiento del acta	Se realizara una notificación a algún responsable o representante, se realizara la inspección correspondiente para determinar si existe incumplimiento de la Ley, se ejecutara un acta de toda la inspección realizada con los datos del responsable y el lugar, fecha de la inspección
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 44	Medidas Preventivas	Si por medio de la inspección se detectara incumplimiento de la Ley, además se repercute contra la sociedad, se tomaran medidas preventivas como el comiso, ocupación temporal de los establecimientos o bienes indispensables para el desarrollo de la actividad, o para el transporte o almacenamiento de los bienes comisados, cierre temporal del establecimiento, suspensión temporal de las licencias, permisos o autorizaciones emitidas por la SUNDDE. Ajuste inmediato de los precios de bienes destinados a comercializar o servicios a prestar, conforme a los fijados por la SUNDDE.

Autor: Castrillón J. (2015)

Tabla 4 (Cont.)

Documento	Artículo	Tema	Implicación sobre las PYMES comercializadoras
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 47	Oposición a las medidas preventivas	Dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a ser dictada la medida, o de su ejecución, los interesados podrán solicitar razonadamente su revocatoria, suspensión o modificación ante la SUNDDE, quien decidirá dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a dicha solicitud.
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 49 Artículo 50	Régimen Sancionatorio. Infracciones Tipos de Sanciones	Se entiende por infracciones, el incumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente Ley, su Reglamento, y demás normas dictadas por la SUNDDE, Las sanciones aplicables a las infracciones de la presente Ley son las siguientes: Multa, en base a Unidades Tributarias, suspensión temporal en el RUPDAE, Ocupación temporal con intervención de almacenes, depósitos, industrias, comercios, transporte de bienes, por un lapso de hasta ciento ochenta (180) días, Cierre temporal de almacenes, depósitos o establecimientos dedicados al comercio, conservación, almacenamiento, producción o procesamiento de bienes, por un lapso de hasta ciento ochenta (180) días, Clausura de almacenes, depósitos y establecimientos dedicados al comercio, conservación, almacenamiento, producción o procesamiento de bienes, Confiscación de bienes, revocatoria de licencias, permisos o autorizaciones, y de manera especial, los relacionados con el acceso a las divisas.

Autor: Castrillón J. (2015)

Tabla 4 (Cont.)

Documento	Artículo	Tema	Implicación sobre las PYMES comercializadoras
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 52	Acumulación de las Sanciones de Multas	Cuando el mismo sujeto de la cadena de producción, distribución o comercialización, estuviere incurso en dos o más supuestos de infracción, se le impondrá acumulativamente el monto de las multas que corresponda a cada infracción.
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 54	Infracciones Genéricas	Serán sancionados con multa entre doscientas (200) y cinco mil (5.000) Unidades Tributarias, los sujetos que cometan las siguientes infracciones: No prestar la colaboración necesaria y oportuna, a las funcionarias y los funcionarios competentes de la SUNDDE, en la verificación del cumplimiento de sus atribuciones, durante cualquiera de los procedimientos previstos en la presente Ley, no suministrar información o suministrar información falsa o insuficiente, o no remitir la información requerida Oportunamente, entre otras además quien reincida en alguna de las infracciones, será sancionado con multa de diez mil (10.000) Unidades Tributarias, además de la sanción de cierre de almacenes, depósitos o establecimientos, hasta por noventa (90) días, atendiendo a la gravedad del incumplimiento. Además existen otras sanciones con multa de doscientas (200) a veinte mil (20.000) unidades tributarias por otras múltiples violaciones a lo referido en el Artículo 49 de la presente Ley.

Autor: Castrillón J. (2015)

Tabla 4 (Cont.)

Documento	Artículo	Tema	Implicación sobre las PYMES comercializadoras
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 55	Expendio de Alimentos o Bienes Vencidos	Quien venda productos alimenticios o bienes vencidos o en mal estado, será sancionado con multa de doscientas (200) a diez mil (10.000) Unidades Tributarias, además de sanciones penales si existiera el caso.
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 56	Especulación Sanciones Penales.	Quienes vendan bienes o presten servicios a precios superiores a los fijados o determinados por la SUNDDE, serán sancionados por vía judicial con prisión de ocho (08) a diez (10) años Igualmente serán sancionados con ocupación temporal del almacén, depósito, unidad productiva o establecimiento, hasta por ciento ochenta (180) días, más multa de un mil (1.000) a cincuenta mil (50.000) Unidades Tributarias.
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 57	Importación de Bienes Nocivos para la Salud	Quien importe o comercialice bienes declarados nocivos para la salud y de prohibido consumo, será sancionado con prisión de seis (06) a ocho (08) años y quien venda o exhiba para su venta, alimentos, bebidas o medicamentos cuya fecha de consumo haya expirado o caducado, será penado con prisión de uno (01) años a tres (03) años.
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 58 Artículo 59 Artículo 60 Artículo 62	Alteración fraudulenta. Acaparamiento. Boicot. Reventa de productos de primera necesidad. Condicionamiento.	Quienes realicen alguna de estas actividades también serán sancionados con prisión además de multas expresadas en base a Unidades Tributarias. Adicionalmente la SUNDDE, podrá imponer la sanción de suspensión del Registro Único, en los términos previstos en la presente Ley y su reglamento.

Autor: Castrillón J. (2015)

Tabla 4 (Cont.)

Documento	Artículo	Tema	Implicación sobre las PYMES comercializadoras
Ley Orgánica de Precios Justos	Artículo 64 Artículo 65 Artículo 66 Artículo 67 Artículo 68 Artículo 69	Contrabando de Extracción Usura. Usura en operaciones de financiamiento. Alteración de Bienes y Servicios. Alteración Fraudulenta de Precios. Corrupción entre particulares.	Quienes realicen alguna de estas actividades también serán sancionados con prisión además de ser sancionados. Adicionalmente la SUNDDE, podrá imponer la sanción de suspensión del Registro Único, en los términos previstos en la presente Ley y desarrollados en su reglamento.
Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo	Artículo 1	Objeto de la Providencia	La presente Providencia Administrativa tiene por objeto establecer la obligatoriedad de la fijación y marcaje del Precio de Venta Justo a los bienes y servicios que sean comercializados o prestados en el territorio nacional.
Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo	Artículo 2	Definiciones: Sujeto de aplicación Precio de Venta Justo	Sujeto de Aplicación: Son los establecidos en el artículo 2 de la Ley Orgánica de Precios Justos, que produzcan y/o importen bienes y servicios que sean comercializados o prestados en el territorio nacional. Precio de Venta Justo: Es aquel fijado para el usuario o usuaria final por: 1-La Superintendencia Nacional para la Defensa de los Derechos Socioeconómicos o cualquier organismo competente en la materia. 2-El productor o importador de acuerdo a lo dispuesto la Ley Orgánica de Precios Justos y los Criterios contables para la determinación de precios que establezca la Superintendencia Nacional para la Defensa de los Derechos Socioeconómicos.

Autor: Castrillón J. (2015)

Tabla 4 (Cont.)

Documento	Artículo	Tema	Implicación sobre las PYMES comercializadoras
Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo	Artículo 3	Precio de Venta Justo Obligación de establecimiento y marcaje	El Precio de Venta Justo deberá ser establecido y marcado a todos los productos, bienes y mercancías comercializados en el territorio nacional, de acuerdo a las condiciones y modalidades expresadas en la presente providencia administrativa. Además ningún bien deberá ser comercializado sin que lleve marcado el Precio de Venta Justo; de igual manera, ningún servicio deberá prestarse sin que esté indicado su Precio de Venta Justo.
Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo	Artículo 6	Precio Regulado	El Precio de Venta Justo establecido por la SUNDDE o demás organismos competentes es de obligatorio cumplimiento por todos los sujetos de aplicación. Su violación será objeto de los procedimientos, medidas y sanciones establecidas en la Ley.
Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo	Artículo 9	Prohibición de doble marcaje y enmiendas	No se podrá marcar más de un Precio de Venta Justo en un mismo bien o servicio, remover las etiquetas, tachar o enmendar el precio indicado originalmente, ni fijar en listas precios superiores a los marcados, en caso de productos marcados con más de un Precio de Venta Justo, el sujeto de aplicación estará obligado a venderlo al de menor valor. Si se detectaren tachaduras o enmiendas, o se hayan fijado en listas para el público Precios de Venta Justo superiores a los marcados, los sujetos de aplicación serán objeto de las sanciones de Ley.

Autor: Castrillón J. (2015)

Determinación de la relación de ingresos y gastos de la empresa Taco's C.A. desde la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos.

Es importante para una empresa en marcha el conocimiento de los ingresos y gastos que ocurren en la entidad, tanto para la toma de decisiones, así como también para comprobar el buen uso de los recursos además que se cumplan los objetivos planteados como lo es que exista rentabilidad. La relación ingresos/gastos muestra los desembolsos realizados por la empresa para operar y los ingresos que produce pertinentes a la actividad de operación, financiamiento e inversión.

La relación ingresos/gastos de la empresa Taco's C.A. parte desde la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos la cual la empresa facilito los datos, es de acotar que Taco's C.A. inicia operaciones en Agosto del año 2014 por lo tanto ya se encontraba vigente la Ley, sin embargo esta es reformada a mediados de noviembre sin causar afecciones significativas para la empresa, tomando ciertas consideraciones de la Ley para no incurrir en sanciones, los socios de la mano del contador realizaron un análisis de los costos para determinar el precio de venta de los productos que comercializaba la empresa, siendo el costo del producto (sin incluir el IVA) el 100 por ciento (%).

En función de lo que consideran el 100 por ciento (%), se imputo al costo del producto (sin IVA) el 30 por ciento (%) correspondiente al margen máximo de ganancia permitido por la Ley Orgánica de Precios Justos en su artículo 37, además de 12 por ciento (%) de los gastos de operación pertinentes a los gastos incurridos para las ventas, es importante resaltar que la Providencia Administrativa N° 003/2014 Criterios Contables Generales para la Determinación de Precios Justos establece en su artículo 2 hasta un máximo del 12,5 por ciento (%) de los gastos causados en el ejercicio, considerados normales y necesarios para la realización de sus operaciones medulares imputables al costo.

En cuanto al cálculo del precio de venta de la entidad adiciona también el 12 por ciento (%) correspondiente al impuesto al valor agregado (IVA) en los productos que así lo contemplan, siendo entonces el precio de venta de los productos del 154 por ciento (%), por lo tanto decidieron al costo de los productos multiplicarlo por un coeficiente de 1,54 buscando cumplir con la Ley Orgánica de Precios Justos así como también con el impuesto al valor agregado y las normativas venezolanas. (Ver tabla 5)

Tabla 5 Ejemplo de la determinación del precio de venta en Taco's C.A.

Nombre del producto	Costo del producto sin IVA (100%)	Ganancia (30%)	Gastos de operación (12%)	Impuesto al valor agregado (12%)	Precio de Venta (154%)
Producto1	20,00	6,00	2,40	2,40	30,80
Producto2	30,00	9,00	3,60	3,60	46,20

Autor: Castrillón J. (2015)

A continuación se muestra la relación ingresos/gastos de la empresa Taco's C.A. tanto del 2014 (Ver tabla 6) como del 2015 (ver tabla 7).

Tabla 6 Relación ingresos/gastos Taco's 2014

Inversiones TACO'S Relación ingresos / gastos 2014				
	INGRESOS	GASTOS	UTILIDAD MENSUAL	UTILIDAD ACUMULADA
Inversión de apertura		463.859,33	-463.859,33	-463.859,33
Agosto	13.269,50	123.131,04	-109.861,54	-573.720,87
Septiembre	74.682,00	138.994,58	-64.312,58	-638.033,45
Octubre	114.772,75	140.043,14	-25.270,39	-663.303,84
Noviembre	83.662,50	76.080,02	7.582,48	-655.721,36
Diciembre	49.499,00	39.791,5	9.707,50	-646.013,86
Totales	335.885,75	981.899,61	-646.013,86	

Autor: Castrillón J. (2015)

Tabla 7 Relación ingresos/gastos Taco's 2015

TACO'S C.A.				
Relación ingresos/gastos 2015				
	INGRESOS	GASTOS	UTILIDAD MENSUAL	UTILIDAD ACUMULADA
Saldo anterior				-646.013,86
Enero	75.548,00	92.770,62	-17.222,62	-663.236,48
Febrero	81.986,50	145.463,81	-63.477,31	-726.713,79
Marzo	116.240,00	50.103,8	66.136,20	-660.577,59
Abril	114.841,50	57.486,63	57.354,87	-603.222,72
Totales	388.616,00	345.824,86	42.791,14	

Autor: Castrillón J. (2015)

Es importante resaltar de la relación ingresos/gastos lo siguiente:

- Los montos están expresados en bolívares
- El monto de inversión de apertura está compuesto por una inversión significativa de un conjunto de activos pertenecientes a la propiedad planta y equipo de la empresa y se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 8 Inversión inicial de propiedad planta y equipo para Taco's C.A.

Propiedad Planta y Equipo	COSTO
Impresora	7.900,00
Fotocopiadora	67.737,60
Mobiliario	72.224,00
Aire acondicionado	22.920,00
Computadora A	38.700,00
Computadora B	22.000,00
TOTAL	231.481,60

Autor: Castrillón J. (2015)

- Para el 31 de Abril del 2015 la empresa contaba con las siguientes obligaciones detalladas en la siguiente tabla:

Tabla 9 Obligaciones de la empresa para el 31 de Abril del 2015

Cuentas por pagar	MONTO
Socio A	22.000,00
Socio B	37.000,00
Proveedor 1	18.000,00
TOTAL	77.000,00

Autor: Castrillón J. (2015)

- Para el 31 de Abril del 2015 la empresa contaba con un inventario de productos disponibles para la venta de Bs. 1.000.942,37
- Los gastos administrativos son muy bajos siendo los sueldos y salarios de los 2 empleados (salario mínimo) y el salario del contador un total de Bs. 22.420,00 mensuales.
- Si bien es cierto que en la mayoría de los meses existen mayores egresos que ingresos, es importante resaltar que los montos que comprende los gastos en la relación ingresos/gastos, contienen las inversiones que se realizan en el inventario de materiales para la venta, existiendo fuertes sumas de gastos en comparación de los ingresos ya que la empresa esta comenzando operaciones por la cual existe constante inversión en inventarios, para los últimos 2 meses del análisis se evidencia ya que la empresa esta generando utilidad..

Demostración del impacto económico en la empresa Taco's C.A. para la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo.

En Venezuela se han evidenciado múltiples cambios económicos y una realidad del país es que la inflación es un fenómeno que ha aumentado de forma considerable, el Estado ha generado ciertos mecanismos para diseminar el efecto inflacionario y el sobre precio que existe, uno de estos mecanismos es la Ley

Orgánica de Precios Justos con la cual el gobierno le impuso un margen de ganancia a toda la cadena de comercialización, dicha normativa surge con el fin de proteger la economía venezolana y para coadyuvar el desarrollo de esta Ley el Estado reforma y además crea múltiples providencias que acompañan a esta normativa de precios justos, una de ellas es la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta la cual entra en vigencia a finales del mes de Marzo del año 2015, sin embargo fue promulgada a finales del 2014 generando plazos para que el sector productivo e importadores adecuaran sus maquinas o sus productos al marcaje de precios ya que son ellos quienes establecerán el precio de venta justo para el consumidor si el Estado no lo ha realizado.

En la empresa Taco's C.A. así como en muchas empresas comercializadoras existe un impacto económico debido a la entrada en vigencia de esta providencia y lo difícil que puede ser en algunos casos adaptarse a ella debido al cambio drástico que genera, además es importante resaltar que son muy pocos los productos en este rubro que se consiguen en el mercado con marcaje de precios, solamente pocos productos nacionales lo poseen. A continuación se muestra un cuadro con todos los productos que la librería Taco's C.A. posee con marcaje de precio, a fin de establecer el impacto económico que ejerce la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo sobre la empresa. (Ver cuadro 10)

Tabla 10 Productos con Marcaje de precios en Taco's C.A.

DESCRIPCIÓN	PVJ C / IVA	PVJ S/ IVA	PRECIO AL MAYOR C /IVA	PRECIO AL MAYOR S /IVA	UTILIDAD	% DE UTILIDAD
CUADERNO ALPES PEQUEÑO	60,96	54,43	52,00	46,43	8,00	17,23
CUADERNO ALPES MEDIANO	126,00	112,50	105,00	93,75	18,75	20,00
CUADERNO ALPES GRANDE	492,00	439,29	407,00	363,39	75,90	20,89
HOJAS DE EXAMEN	421,00	375,89	370,00	330,36	45,53	13,78
CARPETAS MANILAS	7,00	6,25	3,50	3,13	3,12	99,68
CARPETA TRES AROS 1 PULG.	126,94	113,34	113,34	101,20	12,14	12,00
CARPETA TRES AROS 1 1/5 PULG.	208,32	186,00	140,00	125,00	61,00	48,80
PEGA EN BARRA	14,35	12,81	48,00	42,86	-30,04	-70,11
RESMA DE PAPEL CARTA	458,00	408,93	800,00	714,29	-305,36	-42,75

Autor: Castrillón J. (2015)

PVJ C / IVA; Representa el precio de venta justo fijado para el consumidor final.

PVJ S/ IVA: Representa el precio de venta justo sin el impuesto al valor agregado.

PRECIO AL MAYOR C /IVA: Representa el costo del producto más el impuesto al valor agregado.

PRECIO AL MAYOR S /IVA. Representa el costo del producto para Taco's C.A.

UTILIDAD: Surge de la resta entre **PVJ S/ IVA** y el costo del producto o **PRECIO AL MAYOR S /IVA**.

% DE UTILIDAD: Es la representación porcentual de la utilidad en función del costo del producto o **PRECIO AL MAYOR S /IVA**.

A través del cuadro anterior podemos evidenciar que existe un impacto económico debido a la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo sobre Taco's C.A, que se genera debido a la disminución del margen de ganancia, ya que existen productos que no generan una utilidad del 30 por ciento (%) como poseía Taco's C.A. anteriormente al adecuarse a la Ley Orgánica de Precios Justos, a través de su simple método de determinación del precio de venta que se evidencia en la tabla 5, también se puede evidenciar que el 12% que aplicaba la empresa al costo del producto para luego distribuirlo en los gastos de operación como establece la providencia N° 003/2014 no es aplicable, sino tan sólo para las carpetas manilas y las carpetas tres aros 1 1/5 pulgadas, únicos producto que posee la empresa que permite un margen superior al 30 por ciento (%) de utilidad.

Es evidente que existe una distorsión entre el mercado y la providencia ya que se puede constatar entre los diferentes casos que muestra la tabla 10, sin embargo es preocupante el caso de productos como la resma de papel carta y la pega de barra la cual se consiguen a precios superiores a el precio que tienen marcado establecido para la venta por el productor, por lo tanto al adecuarse a la providencia la empresa Taco's C.A. y vender al precio marcado justo arrojaría altas pérdidas, notable es el caso de la pega en barra la cual al vender al precio marcado generaría una pérdida de 70,11 en términos porcentuales, basándonos en el costo del producto sin incluir el impuesto al valor agregado (IVA) que es del 12 por ciento (%), sin embargo es de acotar que en función del precio justo marcado sin impuesto al valor agregado el costo de este producto para Taco's C.A. es de casi 4 veces por encima del precio fijado por el productor para la venta.

Es tanto el vacío que existe entre la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo y el mercado que el producto carpetas manilas arroja una utilidad del 99,68 en términos porcentuales en función de su costo, utilidad mayor a la establecida en la Ley Orgánica de Precios Justos del 30 por ciento y otros arrojan pérdidas siendo sus costos mayores a sus precios fijados para la venta.

Para Taco's C.A. el impacto económico que genera la providencia a repercutido no sólo a nivel de ventas sino también sobre sus inventarios, los cuales cada vez es más difícil reponer, además se han visto afectados los clientes de la librería ya que ante esta disparidad en el mercado no se reponen los inventarios completamente ya que existen artículos a los que la empresa se limita a adquirir puesto que sólo generan pérdidas o una baja ganancia que no permite rentabilidad al darle cumplimiento a la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta.

No es fácil la posición en la que se encuentra la empresa Taco's C.A. ya que si bien son muy pocos los productos que se consiguen con el marcaje de precios justos para el momento histórico actual finales de Mayo del 2015 sólo 9 de una variedad de 132 productos para la venta que dispone la empresa son los que contienen su precio marcado, además los que se consiguen poseen una distorsión en el mercado que no permite el cumplimiento de la providencia, y lo que también es una situación agravante para el sector empresarial que se desempeña en este rubro es que no existen aún en el mercado productos importados con marcaje de precios. Cabe destacar también que las proyecciones que realiza la empresa en función de las ganancias que se obtienen son poco fiables, ya que el mercado se mantiene en constante aumento, tanto así que la gestión financiera de la empresa Taco's C.A. se ha visto afectada para la toma decisiones y la administración de los recursos.

Por lo tanto es sumamente importante la aplicación de estrategias por parte de la librería Taco's para contrarrestar el impacto económico además de los efectos que se han producido debido a la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta, para hacer atractiva a la empresa y mantener la estabilidad y que se genere rentabilidad en estos tiempos de crisis

Implementación de estrategias que permitan minimizar el impacto económico generado por la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo para la empresa Taco's C.A.

Venezuela en los últimos años ha padecido de múltiples cambios en materia económica, cambios que inciden sobre las empresas que desempeñan actividades en el país, Taco's C.A. no escapa de esta realidad siendo afectada en la actualidad por la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo, y el impacto económico que esta providencia conlleva, por lo tanto, surge la necesidad de emplear estrategias que permitan estabilidad y rentabilidad ante los cambios constantes que ocurren en el país.

El investigador basado en la revisión documental, la observación directa además de la situación anteriormente expuesta, plantea el uso de 2 estrategias de mercado ya que el análisis del mercado es adecuado para precisar la misión corporativa, el alcance del negocio y considerar los productos substitutivos que pudiera ser necesario debido al marcaje de precio justo, además de poder establecer los competidores reales y potenciales que pueda tener la entidad.

Análisis FODA:

A través de la entrevista semi-estructurada realizada a los socios y al personal de Taco's C.A. se dieron a conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que posee la empresa, por lo tanto se realizaron los diferentes cruces pertinentes para generar las siguientes estrategias:

Defensivas.- Del cruce de las amenazas con las debilidades.

Adaptativas.- Del cruce de las oportunidades con las debilidades.

Reactivas.- Del cruce de las amenazas con las fortalezas.

Ofensivas.- Del cruce de las oportunidades con las fortalezas.

Tabla 11 Matriz FODA

OPORTUNIDADES -Crecimiento -Diversificar los servicios -Apertura de nuevos mercados -Incorporación de cursos -No existen servicios de internet cercanos a la librería	AMENAZAS -La competencia -Inseguridad -Alta supervisión del SENIAT -Ausencia de productos para sustituir el inventario -Inflación	
OFENSIVAS -Implementar cursos de manualidades que necesiten material que venda la librería además realizar paquetes de materiales para la inscripción del curso. -Inversión en computadoras o habilitar las existentes para implementar servicio de Internet	REACTIVAS -Aprovechar las instalaciones y hacer más atractivo el negocio invirtiendo en seguridad así los clientes se sentirán más seguros además del personal. -Mantener al día la contabilidad de la empresa y tener a la mano los soportes de todas las compras y ventas para que no existan sorpresas	FORTALEZAS -Buenas instalaciones -Buen trato del personal -Punto estratégico en la zona -Bajos costos operativos -Buena rotación del inventario
ADAPTIVAS -Capacitar al personal para el uso de páginas Web y redes sociales para que promocionen la librería, de esta manera se apertura el mercado de clientes y se genera publicidad para el negocio -Capacitación del personal para que se desempeñe en los cursos	DEFENSIVAS -Búsqueda de nuevos proveedores además de nuevos productos o sustitutos para que no exista dependencia. -Incentivar al personal para que promocionen el negocio -Realizar visitas y chequeos inesperados (socios)	DEBILIDADES -Poca Presencia de los socios. -Dependencias de los proveedores (control de precios). -Falta de capacitación del personal. -Alza constante de los precios. -Baja publicidad

Autor: Castrillón J (2015)

Estrategia de la matriz de atractivo del mercado-posición competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios

Partiendo de la entrevista semi-estructurada realizada a los socios y al personal de Taco's C.A. se pudo establecer los factores que conforman el eje horizontal o Atractivo del Mercado de la Industria y el eje vertical o Posición Competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios de la empresa Taco's, además de las puntuaciones que consideran los socios para estos factores siendo estos los siguientes:

Factores del eje horizontal o Atractivo del Mercado:

-  Precios.
-  Crecimiento del Mercado.
-  Diversidad del Mercado.
-  Intensidad de la Competencia.
-  Rentabilidad de la Industria.

Tabla 12 Valoración para la dimensión Atractivo del Mercado de Taco's C.A.

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR
Precios	0.20	4.00	0.80
Crecimiento	0.25	3.00	0.75
Diversidad	0.20	3.00	0.60
Intensidad	0.10	3.00	0.30
Rentabilidad	0.25	5.00	1.25
	1.00		3.70

Autor: Castrillón J (2015)

Factores del eje vertical o Posición Competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios:

-  Crecimiento de la participación en el mercado.

- ✚ Costos unitarios.
- ✚ Calidad del servicio.
- ✚ Capacidad productiva.
- ✚ Capacidad gerencial.
- ✚ Estructura de la competencia.
- ✚ Nivel tecnológico.

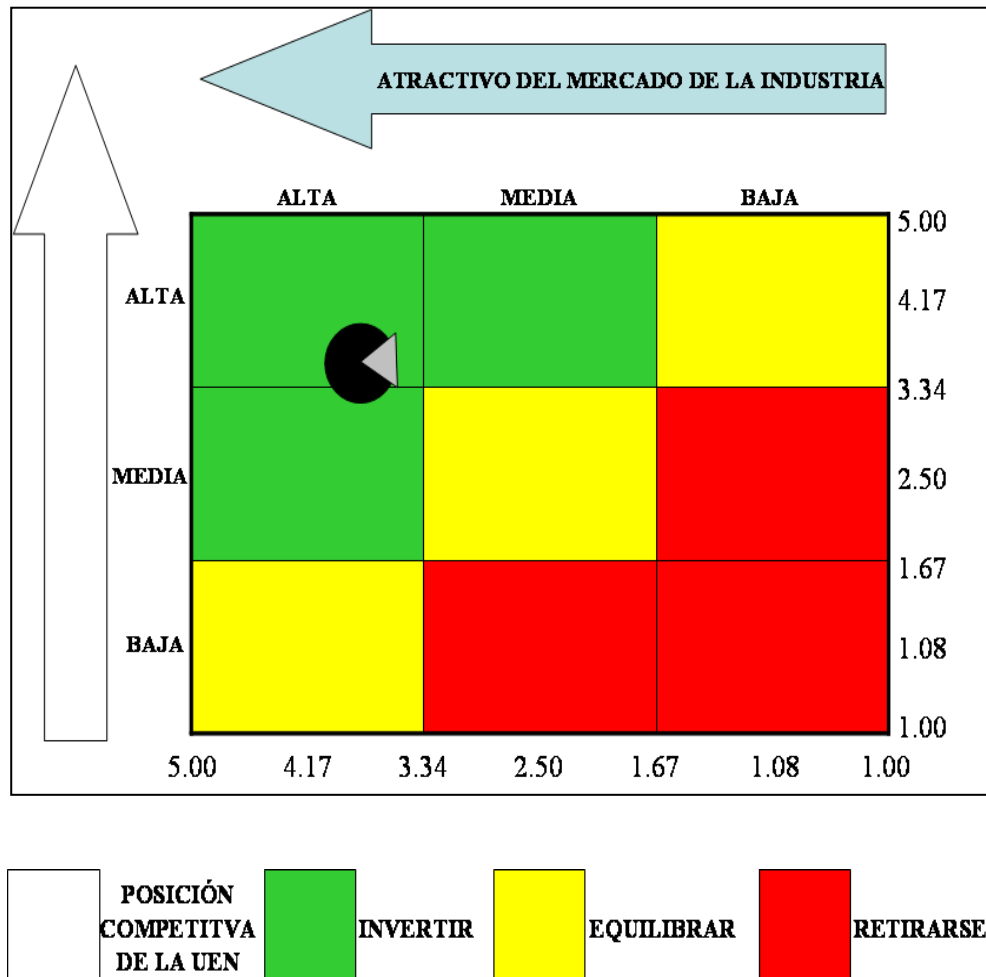
Tabla 13 Valoración para la dimensión Posición Competitiva de Taco's C.A.

FACTORES	PESO	CALIFICACIÓN	VALOR
Crecimiento de part.	0.20	4.00	0.80
Costos unitarios	0.15	3.00	0.45
Calidad del servicio	0.30	5.00	1.50
Capacidad productiva	0.10	3.00	0.30
Capacidad gerencial	0.10	2.00	0.20
Estructura de la comp.	0.05	4.00	0.20
Nivel Tecnológico	0.10	2.00	0.20
	1		3.65

Autor: Castrillón J (2015)

Una vez definidos los valores totales obtenidos de ambas tablas de valoración se interceptan en la matriz de atractivo del mercado-posición competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios (UEN) de Taco's C.A. además en la intercepción se representan los mercados de las otras UEN por medio de un círculo el cual se le ha dado un tamaño relativo y dentro del círculo existe un triángulo que representa la participación de mercado de la UEN dentro del mercado de su industria. Luego se analizará y dependiendo de donde la UEN quede ubicada dentro de la matriz, la empresa debe invertir/crecer, mantener una posición de equilibrio entre la generación y el uso de fondos, u ordeñar o retirarse. (Ver cuadro 14).

Tabla 14 Matriz de atractivo del mercado-posición competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios (UEN) de Taco's C.A.



Autor: Castrillón J (2015)

Para Taco's C.A la unidad estratégica de negocios para la matriz de atractivo del mercado-posición competitiva, señalan una posición alta tanto para el eje horizontal así como también para el eje vertical, por lo tanto la matriz sugiere que se realice la inversión y el crecimiento de los factores que conforman los ejes.

Por lo tanto se insta al crecimiento o la inversión en el eje horizontal del atractivo de mercado de la industria si bien en consideración con los precios, además de promover e invertir en el crecimiento del mercado además de la

diversidad sin olvidar crecimiento de la intensidad de la competencia así como también se debe invertir en el factor de Rentabilidad de la Industria.

En cuanto al eje vertical que determina la posición competitiva de la unidad estratégica de negocios también demostró el análisis, que se debe invertir o crecer tantos los factores que motivan el crecimiento de la participación en el mercado, los costos unitarios, además se debe invertir y adecuar la calidad del servicio así como también la capacidad productiva y gerencial, sin olvidar la estructura de la competencia y el nivel tecnológico que presentan.

La matriz atractivo-posición, se utiliza para contribuir al diagnóstico de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que tiene la unidad estratégica de negocios, tanto interna como externa por lo tanto se interrelacionan con en el análisis FODA permitiendo así evaluar la asignación de los recursos que se le van a proporcionar para que exista en la entidad mayor crecimiento y rentabilidad

CONCLUSIONES

En Venezuela se han evidenciado múltiples cambios en materia económica los cuales generan afección en las empresas que desenvuelven actividades en el país, por lo tanto las empresas deben analizar los cambios y los factores que los generan para así establecer estrategias para mantener la consecución de sus objetivos y aprovechar al máximo los recursos que posee. Uno de los cambios drásticos ocurridos a nivel empresarial fue la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos y la más reciente Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo.

Por esta razón se llevó a cabo el presente trabajo de investigación, el cual consistió en analizar el impacto económico que genera la incorporación de la Ley Orgánica de Precios Justos y la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo en la empresa Taco's C.A. para abordar una estrategia que permita mayor rentabilidad ante estos nuevos escenarios, de manera que a través del estudio del impacto económico se generaran estrategias para ser aplicadas por la empresa para minimizar dicho impacto y hallar bajo la ley mecanismos viables para proporcionar estabilidad a la empresa

A través de un minucioso estudio y análisis documental de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo se pudo identificar los elementos relevantes que inciden sobre las pequeñas y medianas entidades partiendo del objeto de la ley, los sujetos de aplicación, la Superintendencia Nacional para la Defensa de los Derechos Socio Económicos como órgano rector y las sanciones que en ellas se exponen por las violaciones inferidas tanto a la Ley como a la Providencia para así relacionarlas con Taco's C.A. la cual es importante que conozca para así darle fiel cumplimiento y no ser objeto de sanciones por una mala interpretación.

Posteriormente, a través del análisis documental de facturas, diferentes relaciones de ingresos y gastos, además de registros contables aportados por los socios de la empresa y el contador, se determinó la relación de ingresos y gastos de la empresa Taco's C.A. desde la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos cabe destacar que la empresa inicia operaciones ya estando en vigencia la ley.

Una vez obtenida la relaciones de ingresos y gastos se evidenció el impacto económico en la empresa Taco's C.A. para la entrada en vigencia de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo, partiendo de productos con marcaje de precios justos, se determinó la utilidad en venta, además se pudo constatar una distorsión entre el mercado y la providencia, ya que existe productos que se venden a un precio mayor de lo marcado generando pérdidas al darle cumplimiento a dicha Providencia.

Una vez reconocido el impacto económico se elaboraron estrategias que permitan minimizarlo, ya que dicho impacto es generado por la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo para la empresa Taco's C.A., a través del análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que posee la empresa se entrelazaron y crearon estrategias de diferentes índoles, además se aplico la matriz de atractivo del mercado-posición competitiva de la unidad estratégica de negocios, la cual arrojó que se debían invertir los factores interceptados tanto del eje horizontal como el eje vertical.

La investigación contiene los aspectos a ser tomados en cuenta como posibles estrategias para minimizar el impacto económico que genera la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo además de la distorsión en el mercado, además se plantea el crecimiento del mercado, el aumento de la competitividad e implementación de servicios para maximizar las ganancias, haciendo usos de los recursos que cuenta la empresa de forma eficiente.

RECOMENDACIONES

Debido a los múltiples escenarios económicos que se presentan en Venezuela es importante que las empresas manejen estrategias financieras para poder realizar el cumplimiento de sus objetivos, mantenerse competitivos, además del aprovechamiento eficaz de los recursos, así como también mantener rentabilidad y estabilidad, por lo tanto se deben implementar estrategias las cuales permitan estar preparados para contrarrestar los diferentes cambios abruptos que pueden ocurrir en un escenario tan cambiante con lo es la economía venezolana.

Taco's C.A. es una empresa comercializadora la cual ha sufrido de esos cambios abruptos que ocurren en la Venezuela de hoy, si bien inicia operaciones dentro de una transición para otras empresas debido a Ley Orgánica de Precios Justos la cual no le afecta, pues inicia operaciones planteando una metodología basada en la Ley para no sufrir las sanciones que en ella se imponen, Taco's C.A. desde su génesis evidencia cambios debido a alta inflación que aqueja al país, impidiendo de la rotación del inventario en algunos productos, evidencia también el aumento del sueldo mínimo para sus trabajadores, el cambio en la unidad tributaria en la cual genera aumento en el bono alimenticio de sus trabajadores, pero si bien estos cambios son esperados por un empresa, a menos de un año de iniciar operaciones entra en vigencia la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo creando un impacto económico generando la necesidad del surgimiento de estrategias para poder minimizar dicho impacto.

Partiendo de la información suministrada por los socios de la empresa de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presenta la empresa Taco's C.A. se realizó el análisis surgieron cuatro tipos de estrategias, además se realizó la matriz de atractivo del mercado-posición competitiva de la unidad estratégica de negocios con los factores que posee Taco's C.A. la cual su análisis indicó que en dichos factores se debe invertir y promover el crecimiento por lo tanto el investigador en función de estas estrategias financieras analizadas pretende

asociarlas y brindar a Taco's C.A. ciertas recomendaciones de cuales son los factores que la empresa debe considerar para tomar ciertas decisiones que permitan contrarrestar el impacto económico que genera hoy en día la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo.

Basado en el análisis FODA y la matriz de atractivo del mercado-posición competitiva de la unidad estratégica de negocios de la empresa Taco's C.A. así como también de la observación directa a la empresa, además del estudio de los elementos de la Ley Orgánica de Precios Justos y de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo que inciden en Taco's C.A. el investigador plantea que la empresa debe proyectarse en función del crecimiento del mercado, generando diversidad en los productos, tarea difícil debido a la crisis en el país, además de que existe una alta rotación en los inventarios de la empresa y a su vez existe ausencia de productos para renovar el inventario, además de dependencia hacia los proveedores por lo tanto el investigador plantea que se genere apertura en nuevos mercados con aplicación de servicios para generar una mayor fuente de ingresos, no depender totalmente de los proveedores, además los costos de los servicios los establecería Taco's C.A.

En función de lo anteriormente analizado el investigador presenta una serie de recomendaciones a ser aplicadas en la empresa o cualquier otra entidad comercializadora con requerimientos similares:

- ✚ La empresa Taco's cuenta con punto estratégico espacio físico amplio además de buenas instalaciones, tiene oportunidades de crecimiento además de diversificar en el mercado, la implementación de cursos de manualidades en la librería permitirían no sólo el uso eficiente de los recursos como lo es el aprovechamiento del área física además proporciona mayor rentabilidad, publicidad, y como se trata de un servicio es la empresa quien se encargará de fijar el costo, adicionalmente mediante el curso se debe promover las ventas en la

librería por lo tanto los cursos que se deben implementar deben estar asociadas a la mercería, cintas, papeles de regalo, u otros objetos en venta en la librería permitiendo así el aumento de ventas. Además generaría un valor agregado que la competencia no posee haciendo a Taco's C.A. una librería más atractiva para la población de Miranda.

- ✚ En función del espacio físico y las características expuestas en el punto anterior realizar una inversión en el crecimiento del mercado y la rentabilidad de la industria como lo concebía la matriz de atractivo del mercado-posición competitiva de la unidad estratégica de negocios de la empresa Taco's C.A. y en consideración de que no existen servicios de Internet cercanos, pudiera invertirse en el proyecto de habilitar un pequeño Internet de manera que sea otra manera de generar ingresos para Taco's C.A., servicio el cual además lo favorece ante la competencia y atrae otra clase de clientes.
- ✚ La implementación de algún tipo de servicio que permita rentabilidad en el negocio basada además de lo antes expuesto, se basa en que la empresa posee bajos costos operativos además de que son muy pocos los productos que se consiguen con el marcaje de precios justos y además cuando se consiguen se venden a precios mayores a lo marcado por lo tanto no es rentable comprarlos, también se basa en los aumentos constantes de los productos debido a la inflación y lo difícil que es reponer inventarios pues hoy en día en Venezuela la producción ha disminuido y no se consiguen los productos, importante la búsqueda de ingresos aprovechando las fortalezas que presenta la librería Taco's C.A. para así poder contrarrestar el efecto inflacionario y las leyes que el Estado promueve y genera afección a la empresa.
- ✚ Es importante el aprovechamiento de los recursos, Taco's C.A. siendo una librería con poco tiempo de iniciar operaciones se encuentra con

una competencia sólida en el mercado, por lo tanto la captación de clientes es parte de su proceso de crecimiento, hoy en día un recurso de poco costo que genera un aumento publicitario el cual repercute en las ventas son las paginas Web y las redes sociales, implementar tiempo para promocionar la empresa por este medio de bajo costo pudiera generar resultados positivos.

- ✚ Otro de los factores positivos de la empresa es su recurso humano el cual son jóvenes agradables al público, se recomienda su capacitación y adiestramiento para las ventas y el trato a los clientes ya que en ellos radican las ventas de la empresa, invertir en el recurso humano siempre genera mayores beneficios.
- ✚ Venezuela se ha convertido en un país sumamente inseguro, cada día las personas tratan de evitar estar en lugares inseguros por miedo a los múltiples hechos delictivos que ocurren en el país, la empresa Taco's C.A. en calidad de crecimiento y entendiendo que la inseguridad es una amenaza que atenta contra la entidad y sus clientes pudiera implementar en medidas de seguridad para la protección de sus bienes, pero además se crearía un ambiente donde los clientes tengan una sensación de seguridad lo que permitirá mayor fidelidad del cliente, pues deseara comprar en un lugar seguro y es un aspecto positivo sobre la competencia.
- ✚ Se debe analizar la metodología aplicada para la asignación del precio de venta de los productos, si bien es cierto que las comercializadoras sólo deben vender al precio de venta justo marcado más el impuesto al valor agregado para estar en concordancia con la Providencia Administrativa del Marcaje del Precio de Venta Justo y las leyes venezolanas, se debe considerar que en el rubro que maneja la empresa Taco's C.A. no existen suficientes productos con marcaje de precio de

venta justo actualmente, esto se debe a que los productores, los importadores y el mismo mercado no se han adecuados a la providencia y se ha generado una distorsión, además existe una alta supervisión por parte del SENIAT, tales factores conllevan a que la empresa fije el precio de venta de sus productos, por lo tanto es necesario que se revise la metodología que utiliza para fijar el precio de venta ya que se imputa un 12 por ciento (%) de gastos operativos estando muy cercano al 12,5 por ciento (%) que la Providencia Administrativa N° 003/2014 Criterios Contables Generales para la Determinación de Precios Justos establece como el máximo a imputar en su artículo 2, ciertamente se debe hacer el estudio real de los gastos operativos reales para saber cuanto es el debido porcentaje de gastos a imputar, para evitar posibles sanciones que pueda emanar la Ley.

LISTA DE REFERENCIAS

Acevedo, A. López, A (2000). **El Proceso de Entrevista**. Concepto y modelos. Editorial Limusa México.

Arias, Fideas G. (1999) **El Proyecto de Investigación**. Tercera Edición. Editorial Episteme, Oral Ediciones, Caracas-Venezuela.

Arias, Fideas G. (2006) **Proyecto de Investigación**, Introducción a la Metodología Científica, 5ta edición, Editorial Episteme, Caracas-Venezuela.

Ayala, L. Arias, R. (2011) **Gerencia de Mercadeo**. Extraído en Marzo del 2015 desde: <http://3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc059.htm>

Biblioteca práctica de negocios (1995) **La Gestión Financiera**.

Bompensa, D. Quintero, A. Villegas, F. (2011) **Gestión financiera en época de crisis: Propuesta de estrategias para mejorar la situación financiera actual y perspectivas futuras de la empresa Ingelub, C.A., ubicada en Guacara-Estado Carabobo**. Trabajo de Grado presentado para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública Universidad de Carabobo.

Campos Y. Niscar E. (2012). **Impacto económico del diseño de una nueva estructura de costos para la empresa Metalmecánica Servemo C.A.** Trabajo de Grado que se presenta ante el departamento de Ingeniería Industrial de la UNEXPO Vice- Rectorado Puerto Ordaz como requisito para optar al título de Ingeniero Industrial. Universidad Nacional experimental Politécnica Antonio José de Sucre.

Cano, A. Cifuentes, D. (2011) **Diseño e implementación de un plan estratégico para la empresa Disempack Ltda.** Trabajo de Grado presentado para optar al título de Administración de empresas Universidad de la Salle. Bogotá-Colombia.

Castro, J. Leonett, M. (2013) **Diseño de una estructura de Costos y Gastos de acuerdo a la Ley de Costos y Precios Justos. Caso de estudio: Empresa Jessimar, C.A. Ubicada en Puerto Ordaz. Estado Bolívar**, Trabajo de Grado presentado para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública Universidad Nacional experimental de Guayana. Guayana-Venezuela

Castro, M. (2003). **El proyecto de investigación y su esquema de elaboración**. 2ª. Edición. Editorial Uyapal, Caracas-Venezuela.

Código de Comercio (1955) Promulgada el 21 de Diciembre de 1955. Publicada en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 475. Caracas.

Consejo de Normas Internacionales de contabilidad (IASB) **Norma Internacional de Información Financiera para pequeñas y medianas entidades. NIFF para las PYMES** (2011).

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). Publicada en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.453 de la República Bolivariana de Venezuela. Caracas, viernes 24 de marzo de 2000.

Delgado de Smith, Yamile, Colombo Leyda y Rosmel Orfila (2002). **Conduciendo la Investigación**. Editorial Comala. Caracas-Venezuela.

Hans Kelsen. (1982) **Teoría pura del Derecho**, Ed. EUDEBA, Argentina.

Hargadón, Bernard y Munera, Armando (1991). **Contabilidad de Costos**. Editorial Norma. Bogotá.

Hurtado, A. (2008) **Investigación Holística. Reflexiones en Torno a lo Cualitativo y lo Cuantitativo**. Extraído en Marzo del 2015 desde: <http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/03/acerca-de-lo-cualitativo-y-lo.html>.

Ley Orgánica de Precios Justos (2014), publicada el 23 de enero del 2014 según Gaceta Oficial N° 40.340. Reformada el 19 de Noviembre del 2014 bajo Gaceta Extraordinaria N° 6156.

Manene, L. (2013) **Estrategias empresariales**. Extraído en Febrero del 2015 desde: <http://www.luismiguelmanene.com/2013/05/31/estrategias-empresariales-tipologia-caracteristicas-y-uso/>

Muñiz L. (2003) **Cómo implantar un sistema de control de gestión en la práctica**. 3ra Edición. Editorial Gestión 2000. España

Neuner, John J. W. (1983). **Contabilidad de costos. Principios y Prácticas**. Editorial Hispano Americana. México.

Pacheco, J., Castañeda, W., Caicedo, C. (2002). **Indicadores integrales de gestión**. Editorial DEUSTO. Barcelona-España.

Porter, M. (1998). **¿Qué es la estrategia?**/ Folletos Gerenciales, No8 1998, CCED, MES. La Habana-Cuba.

Providencia Administrativa N° 003/2014 Criterios Contables Generales para la Determinación de Precios Justos Publicada el 7 de febrero de 2014 según Gaceta Oficial N° 40.351

Providencia Administrativa N° 057/2014 del Marcaje de Precio de Venta Justo (2014) Publicada el 24 de Noviembre del 2014 según Gaceta Oficial 40.547 de la República Bolivariana de Venezuela. Caracas

Talancón H. (2006) **Revista Académica: Contribuciones a la Economía**. Grupo Eumednet. Extraído en Junio del 2015 desde <http://www.eumed.net/ce/2006/hpt-FODA.htm>

Robbins, S., Coulter, M. (2005) **Administración** 8ª Edición Pearson Ecuación, México.

Sabino, Carlos (1992) **El Proceso de Investigación**. Editorial Panapo, Caracas-Venezuela.

Serna, H. (2003). **Gerencia Estratégica**. Bogotá: 3R editores.

Shank, John K, y Vijak Govindarajan (1993) **Gerencia Estratégica de Costos. La nueva herramienta para desarrollar una ventaja competitiva**. Grupo Editorial Norma. Bogota Colombia.

Tamayo y Tamayo, M. (2007) **El Proceso de Investigación Científica**. Cuarta Edición. México: Limusa Noriega Editores.

Zapata, Oscar A. (2005). **Herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas**. 1º Edición. México, Pax México Editorial.

Zorrilla, Arena S (1993). **Introducción a la metodología de la investigación**. 11º Edición. México, Aguilar León, Cal Editores.

ANEXOS

ANEXO A
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE
INFORMACIÓN

Entrevista semi-estructurada realizada a los socios, empleados y contador de la empresa Taco's C.A.

1. ¿Cuál es la ubicación de la empresa?
2. ¿Cuál es la actividad que desempeña la empresa?
3. ¿Cuándo inicio operaciones Taco's C.A.?
4. ¿La empresa Taco's C.A. lleva su contabilidad en base a VEN-NIIF?
5. ¿La empresa conoce y maneja información acerca de la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo?
6. ¿La empresa cumple con la Ley Orgánica de Precios Justos?
7. ¿Cuáles son las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presenta la empresa?

Una vez explicada la estrategia de la matriz de atractivo del mercado-posición competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios y los factores que la componen se efectuaron las siguientes preguntas.

8. ¿Qué factores del eje vertical o posición competitiva de la Unidad Estratégica de Negocios maneja la empresa posee Taco's C.A.?
9. ¿Qué Factores del eje horizontal o Atractivo del Mercado posee Taco's C.A.?

10. ¿Cuáles son los ingresos y gastos efectuados por la empresa desde su inicio?
11. ¿La empresa posee productos con marcaje de precios justos?
12. ¿Cuáles son esos productos?
13. ¿Es rentable la venta de productos con marcaje de precio justo?
14. ¿La empresa considera que la Ley Orgánica de Precios Justos y la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo tienen un efecto positivo en la economía venezolana?
15. ¿La empresa desea implementar estrategias para minimizar los efectos de la Providencia Administrativa del Marcaje de Precio de Venta Justo tienen un efecto positivo en la economía venezolana?
16. ¿La empresa posee competencia directa en el lugar donde opera?
17. ¿La empresa ha sido fiscalizada?
18. ¿La empresa Taco's C.A. aplica algún servicio además de la actividad propia de la empresa que es compra y venta?