



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



**EFFECTOS DE LA LEY ORGANICA DE PRECIOS JUSTOS EN LAS
TIENDAS DE CONVENIENCIA DEL ESTADO CARABOBO. CASO DE
ESTUDIO: TIENDAS FARMATODO DEL MUNICIPIO VALENCIA**

Autora:
Carroccio Viviana

Bárbula, Abril de 2014



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



**EFFECTOS DE LA LEY ORGANICA DE PRECIOS JUSTOS EN LAS
TIENDAS DE CONVENIENCIA DEL ESTADO CARABOBO. CASO DE
ESTUDIO: TIENDAS FARMATODO DEL MUNICIPIO VALENCIA**

Tutora:
Rosmary Di Pietro

Autora:
Carroccio, Viviana

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

Bárbula, Abril de 2014



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



CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN

**EFFECTOS DE LA LEY ORGANICA DE PRECIOS JUSTOS EN LAS
TIENDAS DE CONVENIENCIA DEL ESTADO CARABOBO. CASO DE
ESTUDIO: TIENDAS FARMATODO DEL MUNICIPIO VALENCIA**

Tutora:
Rosmary Di Pietro

Aceptado en la Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Administración Comercial y
Contaduría Pública.

Por. Rosmary Di Pietro
C.I. 12.771.035

Bárbula, Abril de 2014



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



Nosotros miembros del Jurado designado para la evaluación del Trabajo de Grado titulado “**EFFECTOS DE LA LEY ORGANICA DE PRECIOS JUSTOS EN LAS TIENDAS DE CONVENIENCIA DEL ESTADO CARABOBO. CASO DE ESTUDIO: TIENDAS FARMATODO DEL MUNICIPIO VALENCIA**”, presentado por: Carroccio, Viviana, C.I. V-20.698.091 para optar al Título de Licenciada en Contaduría Pública; estimamos que el mismo reúne los requisitos para ser considerado como: _____ a los _____ días del mes de _____ del año _____.

Coordinador

Tutor

Miembro Principal

Suplente

Bárbula, Abril de 2014



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



EFFECTOS DE LA LEY ORGANICA DE PRECIOS JUSTOS EN LAS TIENDAS DE CONVENIENCIA DEL ESTADO CARABOBO. CASO DE ESTUDIO: TIENDAS FARMATODO DEL MUNICIPIO VALENCIA

Autora: Carroccio, Viviana

Tutora: Di Pietro, Rosmary

Fecha: Abril de 2014

RESUMEN

La situación política económica de Venezuela en los últimos años ha sido bastante compleja, de ella han surgido infinidad de decisiones legales e instrumentos de esta índole, en este caso a finales del año 2011 se promulgó la Ley de Costos y Precios Justos, con la finalidad de controlar el alza desmedida de los productos, bienes y servicios, y al mismo tiempo regular las ganancias de las empresas privadas para disminuir la inflación; y luego continua reglamentado bajo la Ley Orgánica de Precios justos según Gaceta 40.340 del 24 enero de 2014. Tomando las dos vertientes, esta investigación analiza los efectos tanto a la empresa Farmatodo en sus tiendas del Municipio Valencia, Estado Carabobo, como a la sociedad tomando como referencia los clientes de la misma. La metodología consistió en un trabajo descriptivo, de campo, con dos instrumentos de recolección de datos, un cuestionario aplicado a 164 clientes de las 6 tiendas Farmatodo en el Municipio Valencia, y una entrevista a 6 gerentes de las mismas. Se llegó a la conclusión de que para la empresa los efectos principales han sido sobrecarga de trabajo administrativo para cumplir con todos los aspectos legales de la mencionada Ley, así como una disminución en las utilidades, incluso generando pérdidas en la venta de algunos productos regulados. Para los clientes, se ha generado desabastecimiento, por tanto, ven limitada la satisfacción de sus necesidades, deben acudir a varias tiendas para buscar los productos hasta conseguirlos, además también se ha implementado el racionamiento, lo que no permite a las personas adquirir sino un limitado número de productos, lo que les afecta negativamente, por otra parte indican que el costo fijado es accesible

Palabras Clave: Precio, Ley de Costos y Precios Justos, regulación



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



**EFFECTS OF ORGANIC LAW FAIR PRICES IN THE CONVENIENCE
STORES OF CARABOBO. CASE STUDY: VALENCIA TOWN STORES
FARMATODO**

Author: Carroccio, Viviana

Tutor: Di Pietro, Rosmary

Date: April, 2014

ABSTRACT

The economic and political situation in Venezuela in recent years has been rather complex, it emerged countless legal decisions and instruments of this type, in this case at the end of 2011 the Law on Fair Costs and Prices was enacted for the purpose to control skyrocketing products, goods and services, and at the same time regulate the profits of private companies to reduce inflation; and then continues regulated under the Law of Fair Prices according Gazette 40,340 of January 24, 2014. Taking the two sides, this research examines the effects of both the company in its stores Farmatodo Township Valencia, Carabobo State, and society with reference to the same customers. The methodology consisted of a descriptive work, field, with two data collection instruments, a questionnaire administered to 164 clients Farmatodo 6 stores in Valencia County, and an interview to 6 managers thereof. It was concluded that for the company the main effects have been excess workload to comply with all legal aspects of that law, as well as a decrease in profits, even generating losses on the sale of certain regulated products. For customers, it has created shortages therefore are constrained to satisfy their needs, they should go to several stores to find the products to get, plus it has also been implemented rationing, which does not allow people to acquire but a limited number of products, which negatively affects them, moreover indicate that the fixed cost is affordable.

Keywords: Price, Law of Fair Costs and Prices, regulation

DEDICATORIA

A Dios todo poderoso por protegerme siempre, por haberme regalado la vida, haberme dado fuerzas para superar todos los obstáculos que se me presentaron durante mi carrera, sin su voluntad esto no sería posible.

A mis padres Nicola Carroccio y Vilma Ortiz con todo mi cariño y mi amor, son las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se hacía difícil y que no podía más, a ustedes que siempre han creído en mí y me han apoyado en cada una de las decisiones que he tomado, de ustedes he aprendido muchas cosas, me enseñaron que con constancia se logran las metas. Por siempre mi corazón y mi agradecimiento y por confiar y creer siempre en mí son mi fortaleza y fuerza los amo infinitamente.

A mi hermana Vilma Carroccio, una de las personas más importantes en mi vida, siempre tan correcta y dedicada, que ha estado ahí apoyándome en todas mis decisiones a lo largo de este camino y brindándome sus conocimientos para ser mejor persona, tus consejos siempre han sido los más acertados hermana, gracias por ser un ejemplo a seguir para mí, motivándome constantemente ha ser mejor persona y mejor profesional.

A mi hermana mayor Vanessa que desde el cielo sé que siempre me cuidas, a mi abuela Delia gracias a su sabiduría influyeron en mí la madurez para lograr todos los objetivos en la vida, y gracias por su apoyo incondicional en esta etapa de mi vida porque siempre ha estado ahí para mí, y a cada miembro de mi familia, siempre brindándome su amor y apoyo incondicional, los amo con todo mi corazón.

Por último y no menos importante, A mi compañera de estudio y amiga incondicional Marisabel Marturet, gracias por tu apoyo y paciencia en la realización de este trabajo de grado, más que una amiga la considero una hermana para mí con la que siempre puedo contar, que junto con Daniela Hernández se convirtieron en grandes amigas a lo largo de este tiempo con las que compartí los mejores momentos en la universidad y me dieron todo su apoyo durante la carrera. Por ultimo quiero también dedicar este trabajo de grado a los estudiantes que perdieron su vida por la lucha de un mejor país, y ya no están aquí porque son grandes y se convirtieron en héroes de nuestra Historia.

Viviana M. Carroccio O.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar a todas las personas que conforman el equipo de las tiendas FARMATODO del municipio Valencia, Estado Carabobo, agradezco el apoyo que me brindaron, así como la disposición de su tiempo para poder llevar a cabo este trabajo de grado.

A mi tutora Lcda. Rosmary Di Pietro, por disponer de su tiempo, brindarme orientación, ayuda, conocimientos y apoyo en todo momento para desarrollar el trabajo de grado, gracias por confiar en mí.

A la Universidad de Carabobo la Facultad de Ciencias Económicas Sociales, por todos estos años fueron mi casa de estudio, que me brindó todos estos conocimientos, gracias por su formación como profesional y mejor persona, eternamente agradecida.

A los profesores que conforman la escuela de contaduría pública, cada uno que en su momento pasó por mi vida para impartir sus conocimientos, experiencias laborales, técnicas de trabajo y sabiduría, muchas gracias a todos.

Viviana M. Carroccio O.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Resumen	v
Dedicatoria	vii
Agradecimientos	ix
Control de Etapas del Trabajo de Grado	x
Índice de Cuadros	xvii
Índice de Tablas	xviii
Índice de Gráficos	xix
Introducción	20
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA	
Planteamiento del Problema	22
Objetivos de la Investigación	28
Objetivo General	28
Objetivos Específicos	28
Justificación	28
CAPÍTULO II	
MARCO TEORICO REFERENCIAL	
Antecedentes	30
Bases Teóricas	34
Bases Legales	47
Definición de Términos Básicos	52
CAPÍTULO III	
MARCO METODOLÓGICO	
Diseño y Tipo de la Investigación	54
Nivel de la Investigación	56
Población y Muestra	57
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	59
Técnicas de Presentación y Análisis de la Información	60
CAPITULO IV	
ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	
Análisis y Presentación de Resultados	63

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones	92
Recomendaciones	98
LISTA DE REFERENCIAS	99
ANEXOS	103

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No.	Pág.
1.Cuadro Técnico Metodológico	62
2.Resultados de la Entrevista. Categoría Efectos en las Ventas de la Regulación	85
3.Resultados de la Entrevista. Categoría Efectos en el Sistema de Compras de la Regulación	86
4.Resultados de la Entrevista. Categoría Efectos en el Sistema de Compras de la Regulación	87
5.Resultados de la Entrevista. Categoría Beneficios obtenidos de la venta de los productos regulados	88
6.Resultados de la Entrevista. Categoría estimación de las ventas de los productos regulados	89
7.Resultados de la Entrevista. Categoría márgenes de ganancia o pérdida que generan la venta de los productos regulados	90
8.Resultados de la Entrevista. Categoría Efectos de la regulación de precios en los inventarios de la tienda	91

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA No.	Pág.
1. Acceso al presupuesto de los productos regulados con los precios máximos establecidos	64
2. Beneficio económico del encuestado sobre el precio máximo establecido en productos regulados	66
3. Variación de la calidad de los productos regulados	68
4. Calidad de los productos regulados	70
5. Variedad de marcas en productos regulados	71
6. Disponibilidad de los productos regulados cuando se necesiten	73
7. Disponibilidad de todos los productos regulados en la tienda	75
8. Compra racionada de productos regulados en la tienda	76
9. Racionamiento en algunos productos regulados	77
10. Racionamiento afectado a la mayoría de los productos regulados que requiere el consumidor	78
11. Reemplazo de productos alternativos por no encontrar productos regulados	79
12. Dificultad para adquirir los productos regulados en la tienda	80
13. Frecuencia para adquirir los productos regulados en la tienda	81
14. Abastecimiento suficiente de las necesidades del consumidor por las cantidades máximas vendidas en la tienda de los productos regulados	82
15. Escasez de productos regulados en la tienda	83

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No.	Pág.
1. Acceso al presupuesto de los productos regulados con los precios máximos establecidos	64
2. Beneficio económico del encuestado sobre el precio máximo establecido en productos regulados	66
3. Variación de la calidad de los productos regulados	68
4. Calidad de los productos regulados	70
5. Variedad de marcas en productos regulados	71
6. Disponibilidad de los productos regulados cuando se necesiten	73
7. Disponibilidad de todos los productos regulados en la tienda	75
8. Compra racionada de productos regulados en la tienda	76
9. Racionamiento en algunos productos regulados	77
10. Racionamiento afectado a la mayoría de los productos regulados que requiere el consumidor	78
11. Reemplazo de productos alternativos por no encontrar productos regulados	79
12. Dificultad para adquirir los productos regulados en la tienda	80
13. Frecuencia para adquirir los productos regulados en la tienda	81
14. Abastecimiento suficiente de las necesidades del consumidor por las cantidades máximas vendidas en la tienda de los productos regulados	82
15. Escasez de productos regulados en la tienda	83

INTRODUCCIÓN

La situación de Venezuela en los últimos dos años ha sido de un ambiente inflacionario en aumento constante, en materia económica el país se encuentra en un control cambiario que ha afectado las importaciones, lo que en consecuencia ha repercutido sobre la producción nacional, generando un índice de escasez a la fecha cercano al 25% de los productos, bienes y servicios, en tal sentido el gobierno ha tomado medidas para controlar la especulación, acaparamiento y alza galopante de los precios que afectan a la población en general.

La Ley Orgánica de Precios Justos, fue aplicada en Enero de 2014 en Venezuela, estipulando en el artículo 32 ganancias máximas del 30% como tope para todas empresas privadas en el territorio nacional, al mismo tiempo se establecieron precios regulados por el ente gubernamental para ciertos rubros. La finalidad de este estudio es analizar los efectos de la aplicación que ha traído la Ley de Costos y Precios Justos, específicamente en el Municipio Valencia del Estado Carabobo, en las tiendas Farmatodo, tanto a nivel interno, como para la sociedad. El presente trabajo consta de cinco capítulos:

Capítulo I: Donde se plantea el problema de manera objetiva, tratando de visualizar las dificultades del mismo; también se presenta una serie de interrogantes que sirven de orientación para el desarrollo de la investigación; se formulan los objetivos generales y específicos del estudio; y adicionalmente se justifica la investigación.

Capitulo II: En el cual se hace referencia a los antecedentes de la investigación, que comprenden un conjunto de tesis de grado que guardan relación con el presente trabajo; así mismo, comprende las bases desarrolladas que permiten fundamentar el conocimiento que la investigadora lleva a cabo, proveniente de elementos teóricos

planteados por diferentes autores; junto con las bases normativas y la definición de términos básicos, los cuales en su conjunto, conllevan a la formulación del marco conceptual.

Capitulo III: Se refiere al tipo de investigación, aplicando para ello una metodología de tipo descriptivo y con un diseño de campo; indicando también las técnicas para la recolección de la información. En esta fase además, se expusieron de forma precisa los datos indagados para lograr los objetivos de la investigación.

Capitulo IV: Consta de la presentación y el análisis de los resultados; en donde se interpreta la información que arroja el método de investigación utilizado, seguido de las conclusiones y recomendaciones. Capítulo V: Está referido a las conclusiones del estudio, como aspecto final del mismo, es importante aclarar que no se elaboraron recomendaciones ya que salen del alcance de la investigadora y de la empresa objeto de estudio.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Una empresa es una entidad jurídica, que está organizada y dotada de recursos humanos, materiales, técnicos y financieros que proporcionan bienes o servicios a la sociedad, que mediante un intercambio comercial, a través de un precio fijado para la venta, alcanza satisfacer las necesidades existentes dentro de la comunidad y de este modo, se obtiene el bienestar tanto para empresarios como para consumidores.

En este sentido, todo acto de comercio realizado por una empresa para el intercambio de bienes y servicios en la sociedad, es motivado por un incentivo, en la continua búsqueda del máximo beneficio económico de lo que produce y ofrece en el mercado. Según Nicholson (2005:249) “una empresa maximizadora elige sus factores y sus productos con el único fin de obtener la cantidad máxima posible, es decir la empresa tratará de conseguir que sus ingresos totales sean mayor que los costos”

Lo anteriormente mencionado, evidencia la conducta del empresario en la obtención de las utilidades económicas sobre la actividad comercial que esté dedicándose, por lo que está muy relacionado con el sostenimiento de costos y gastos cada vez más reducidos que permitan cubrir el desembolso monetario incurrido por la compra de mercancías o de factores de producción. Tal como lo dice Quezada (2001: s/p) el costo es la “suma de las erogaciones en que incurre una persona para la adquisición de bienes y servicios, con la intención que genere un ingreso futuro” y de esta manera compensar los ingresos con los costos.

Uno de los principales problemas que afrontan las empresas venezolanas, entre ellos los comerciantes de empresas del sector minoristas, especialmente los que realizan

ventas al detal, es que son afectados por las leyes aplicadas para la regulación de precios y costos para la venta, el cual incide en los incentivos de los empresarios en la búsqueda consecutiva de la máxima utilidad de las empresas. Gonzales (2006) define el control de precios como:

El control de precios constituye un instrumento por medio del cual el Gobierno, y específicamente el Ejecutivo Nacional administra o regula los precios de venta de un conjunto de bienes y servicios. De esta manera, el ente regulador fija el precio al que determinado bien o servicio tendrá, de forma obligatoria, que ser ofertado a los consumidores, o alternativamente, los parámetros o valores dentro de los cuales éste precio pudiera fluctuar. (p. 4)

El autor ha pretendido explicar, que los controles de precios son un medio legal e institucional para frenar alzas de precios en los medicamentos, ofertados por las empresas. Se puede mencionar que con la aplicación de controles de precios, el Estado pretende alcanzar un bienestar hacia la población, controlando al mercado nacional de medicamentos con intereses y fines sociales. Igualmente Gonzales (2006:4) advierte que “los controles de precios encontrarían justificación en aquellas situaciones donde el mercado, por sí solo no es capaz de alcanzar el máximo bienestar social”, éste sería uno de los elementos que explican la aplicación de leyes y medios institucionales que regulan los precios y la actuación de los comerciantes en las farmacias a limitar aumentos de precios, en tal sentido la oferta de bienes y servicios también se ven restringidos, ya que los nuevos precios deben cubrir los costos y gastos incurridos por el empresario.

De igual modo, las consecuencias de los controles de precios provocan distorsiones en los mercados, afectando al consumidor final, es decir al decretarse un precio máximo para la venta, lógicamente debe venir acompañado con ajustes en la determinación de costos para vender y producir, tal como fue mencionado

anteriormente los controles de precios y costos tienen un efecto abrasivo en los incentivos empresariales, teniendo como consecuencia ineficiencia productiva, tales como: mala calidad de los productos y servicios, escasez y la posibilidad de permanecer en el mercado de manera competitiva se dificulta. En este sentido Krugman y Wells (2007:87) señalan que los “precios máximos a menudo generan ineficiencia en el consumo, se desaprovechan recursos, y calidad es ineficientemente bajo”. Cuando se controlan precios, se establecen precios máximos.

Lo anterior indica, que si los precios máximos están por debajo de los costos y gastos para vender, no producirá, ni se llegará a vender con la calidad que debería recibir de manera regular un bien o servicio en el mercado, lo que origina el desabastecimiento. Por lo que Gonzales (2006:2) comenta al respecto que: “esta tendencia, podría poner en riesgo la sostenibilidad económico-financiera del sector al cual se le regula los precios, y por tanto, la posibilidad de que se siga produciendo y proveyendo los bienes y servicios”

En relación a las empresas de venta al detal, en especial aquellos establecimientos de compras rápidas o tiendas de conveniencia, que Palomo (2012:s/p) define como “establecimientos con una superficie útil para exposición y venta no superior a 500 metros cuadrados y que distribuye su oferta, en forma similar, entre libros, periódicos y revistas, artículos de alimentación, discos, vídeos, juguetes, regalos y artículos varios.”, por lo general este tipo de negocios se enfocan a estratos sociales medio y alto. Es decir en tipo de empresas se caracterizan por su fácil acceso y rápido disponibilidad de productos y servicios.

En consecuencia, este formato de negocio no escapa a las realidades socioeconómicas del país, por lo tanto se prevé un impacto negativo en la rentabilidad de la empresa, en los productos y servicio que prestan a los consumidores en los rubros controlados por SUNDECOP, los estrictos controles de precios y la asidua

fiscalización afecten la oportuna oferta de productos en toda la cadena comercializadora, desde grandes empresas mayoristas y/o distribuidores hasta el consumidor final, esta percepción de la realidad en la mente de los empresarios desestimula la producción de bienes y servicios en una economía, por lo que es dificultoso la sostenibilidad de las utilidades esperadas por las empresas de ventas al detal, como tampoco traerá beneficios para los clientes de las mismas, ya que al bajar la producción aparecerá la escasez y el desabastecimiento.

En consecuencia, la entrada en vigencia de la Ley de Costos y Precios Justos (2011) publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N°8.331, Decreto con fuerza de Ley, administrada por la Superintendencia Nacional de Precios y Costos (SUNDECOP), y luego la Ley Orgánica de Precios Justos (2014), administrada por la Superintendencia Nacional para la defensa de los Derechos Socio Económicos (SUNDEE) establecen que todas las empresas tanto manufactura y de servicios tienen la obligación formal de registrarse y notificar los precios de adquisición y venta de los bienes y servicios. El control de precios según SUNDECOP, radica en la rígida formalidad para la notificación de cambios de precios, cantidades a comprar, costos y destino por parte de los comerciantes, los cuales tienen que ser sólidamente argumentados. Además de lo anterior, las empresas registradas serán automáticamente supervisadas por software enlazado a nivel nacional, que les indicará al ente regular si hubo cambios de precios para la venta sin notificar.

En el caso de las empresas del comercio que venden al detal, que estuvieron bajo la supervisión y control a través del Sistema Automatizados de Análisis de Precios (SISAP) y ahora por el Registro Único de Personas que desarrollan Actividades Económicas (RUPDAE) que supervisan automáticamente mediante una plataforma tecnológica, el cumplimiento de los precios máximos para la venta (PMPV) lo que implica que toda la cadena comercializadora de bienes y servicios estará bajo estricto

nivel de observación y penalización para los desvíos encontrados. Esto con la finalidad, de que no puedan realizar fluctuaciones de precios sobre los medicamentos por parte de los dueños de las farmacias permitiéndoles no alcanzar rentabilidades ajustadas a los costos.

El presidente de Datanálisis, León (2012: s/p) se pronunció sobre el impacto que ha tenido en los ciudadanos la Ley de Costos y Precios Justos, argumentando lo siguiente, “el control de precios ha sido el alimento más fuerte de la inflación en Venezuela y se ha aplicado, porque el Gobierno cree que si hay inflación se puede resolver controlando a aquellos que la provocan.

En consecuencia, el economista señala las causas y consecuencias del régimen de controles de precios y costos los cuales, tienen repercusiones en el sistema económico nacional, limitando la fluidez tanto de las ganancias como la oferta de los bienes y servicios producidos en el país, por lo que este efecto del lado de los consumidores tampoco los beneficia ya el resultado es la escasez y desabastecimiento frecuente al momento de buscar sus productos para el consumo.

De continuar esta situación, se estima que se atenuara la baja de la calidad en los bienes y servicios ofertados dentro de los comerciantes, obteniéndose limitadas ganancias y baja productividad; además, tendrán que soportar la frecuente fiscalización para el cumplimiento de dichas leyes.

La presente investigación estará referida al análisis de los efectos de la aplicación de la Ley de Costos y Precios Justos (2011) específicamente a los diecinueve (19) artículos regulados, según una providencia de la Gaceta Oficial número 39.894, de fecha jueves 29 de noviembre de 2012, la cual se encuentra vigente en disposición transitoria por la Ley Orgánica de Precios Justos, donde se establecen tres tipos de precios; precio máximo de venta del productor y / o importador (PMVI), este

contempla para los comerciantes importadores, el otro precio es el Precio máximo de venta del distribuidor mayorista (PMVPMA), este precio es para la grandes empresas comercializadoras y distribuidoras dentro del país, y finalmente el precio máximo de venta al público al consumidor final (PMVP) es el precio que paga el consumidor final del bien o servicio dentro de la cadena comercializadora.

Tal como fue dicho anteriormente, este decreto de ley contempla diecinueve (19) artículos bajo control por SUNDECOP, tales como: ceras, cloros, jabones y enjuagues de ropa, lavaplatos, desinfectantes, champús y enjuagues para el cabello, desodorantes, jabones de baño, afeitadoras, papeles higiénicos, toallas sanitarias, pañales desechables, cremas dentales, enjuagues bucales, jugos de frutas pasteurizados y envases de agua mineral.

Por lo tanto el estudio estará referido a las empresas de venta al detal, específicamente las tiendas de conveniencia, las cuales tienen como características ubicarse en centros urbanos de fácil acceso, ofrecer amplia variedad de productos, horarios extendidos, incluyendo fines de semana, además estos comercios expenden los diecinueve (19) productos con precio congelado, a pesar de ser empresas que operan bajo el formato de franquicias en el Municipio Valencia Estado Carabobo. La utilidad que pretende la presente investigación es analizar los efectos de controles de precios en la rentabilidad de estos comercios. Lo anteriormente descrito lleva al investigador a hacerse las siguientes preguntas:

¿Cuáles son los efectos económicos y sociales de la Ley Orgánica de Precios Justos en las tiendas de conveniencia en el Municipio Valencia Estado Carabobo?

¿Qué ventajas y desventajas se han presentado en las Tiendas Farmatodo del Municipio Valencia con la aplicación de la Ley Orgánica de Precios Justos?

¿Qué consecuencias ha tenido para los clientes de las tiendas Farmatodo en el Municipio Valencia, Estado Carabobo la aplicación de la Ley Orgánica de Precios Justos?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Diagnosticar los efectos económicos y sociales de la Ley Orgánica de Precios Justos en las tiendas de conveniencia, Caso de Estudio Farmatodo en el Municipio Valencia, Estado Carabobo.

Objetivos Específicos

Identificar las ventajas y desventajas que ha tenido la aplicación de la Ley Orgánica de Precios Justos en las tiendas Farmatodo del Municipio Valencia, Estado Carabobo.

Analizar las variables cuantitativas económicas que han incidido en la regulación de precios de venta en las tiendas Farmatodo del Municipio Valencia, Estado Carabobo.

Describir las consecuencias sociales para los clientes de la aplicación de la Ley Orgánica de Precios Justos en las tiendas Farmatodo del Municipio Valencia, Estado Carabobo.

Justificación

Uno de los grandes retos de todo inversionista, es alcanzar niveles cada vez más elevados de rentabilidad de manera que pueda ser sostenida en el tiempo, el exceso

de regulación puede provocar atrasos, limitaciones, cierre y disminución de la capacidad competitiva, es por ello que el propósito de la presente investigación, es analizar los efectos económicos y sociales de la Ley de Costos y Precios Justos en las tiendas de conveniencia en el Municipio Valencia Estado Carabobo.

Desde el punto de vista teórico, esta investigación generará la reflexión, dialogo y debate en la toma de decisiones adoptadas en la aplicación de leyes que afecten los precios de ventas en las tiendas de conveniencia en estudio. Generará un aporte al conocimiento actual en los fenómenos especulativos realizado por los comerciantes y sus efectos sobre el comportamiento de los consumidores.

Desde el punto de vista práctico, la utilidad que dará a las empresas del ramo de tiendas de ventas al detal, bajo el formato de tienda de conveniencia será encontrar oportunidades para abrirse a nuevos horizontes y espacios en la reorientación de nuevos mercados.

Entre otros de los aportes que dejará la temática en estudio, será dar apoyo y sustentación a las líneas de investigación de Gestión Financiera presente en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo, ya que la temática se orienta en la aplicación de la Leyes de Costos y Precios Justos con efectos financieros y contables en las empresas minoristas de ventas al detal en el Municipio Valencia Estado Carabobo. Para los investigadores representará una oportunidad para el desarrollo de habilidades gerenciales en torno a la búsqueda de las opciones más favorables para sus clientes en el ejercicio de la profesión de la Contaduría Pública.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Antecedentes

Los antecedentes de la investigación constituyen el marco referencial que permite ubicar el tema de estudio dentro del área del conocimiento que interesa en la investigación. Silva (2006:47) señala que “todo hecho anterior a la formulación del problema, que sirva para esclarecer, juzgar e interpretar el problema planteado, constituye los antecedentes del problema”. Es decir, lo que se realiza en esta sección es una síntesis conceptual de las investigaciones y trabajos realizados sobre el problema formulado, y cuyos aportes se valoren como significativos para dar sustento teórico a la propuesta que subyace en este trabajo.

Matea, M y Sanguinetti, J (2010) presentaron dentro de una serie de documentos de trabajo titulada “Evolución del Comercio Detallista en la Regulación de precios en España y sus Implicaciones Macroeconómicas”, en el Banco de España en el área de Economía y finanzas. Tuvo como propósito analizar los efectos de la regulación en los comercios minoristas de las ciudades autónomas españolas y sus implicaciones macroeconómicas, basándose en la medición y elaboración de indicadores econométricos, se midió los efectos del control gubernamental en los comerciantes que venden al detal, obteniendo como resultado en la investigación bajo niveles de productividad, aumento del desempleo, inflación y baja capacidad para competir, surgiendo disfuncionalidades organizacionales.

Uno de los hechos de gran importancia que relacionan el documento de trabajo con la presente investigación, es que el control de precios afecta el desempeño tanto financiero y organizacional de las empresas minoristas, además los efectos en la población tiene un potencial impacto en la calidad de vida de los ciudadanos; menos

empleo y más inflación, son asociados por los regímenes de regulación gubernamental, surgiendo en paralelo otras formas de negocios que se adapten a las necesidades de la población y exigencias gubernamentales.

Asimismo, Eli, A (2012) para optar por el título de Magister en Administración de Empresas Mención Finanzas en la Universidad de Carabobo, Venezuela, presentó un trabajo titulado: “Efectos de la Regulación de los Precios de Venta en la Rentabilidad de las Empresas de Producción Avícola en Venezuela”, en el mismo, hace énfasis al factor externo manipulado por el gobierno nacional como estrategia de control en el desarrollo económico del país. Se hace referencia al objetivo del estudio desarrollado, abordándose en un modo de lograr que la medida tomada por el Ejecutivo Nacional, en materia de regulación de los precios de venta, no afecte perjudicialmente a la empresa Almacenes Frigoríficos del Centro, C.A.

Lo que se busca es seguir ofreciendo productos de calidad, en las proporciones demandadas por el país y obtener las ganancias requeridas por los socios o dueños de la empresa y de esta forma continuar el crecimiento y fortalecimiento de la misma. En consecuencia la producción no se verá perjudicada al poder diseñar una estructura de costos que permita obtener en primer lugar un producto de calidad. De igual manera, las ganancias por venta seguirán su comportamiento esperado según los requerimientos planteados por la organización, logrando la efectividad que se busca para permanecer como empresa productora y distribuidora.

La investigación está basada en las teorías financieras de rentabilidad, costo de producción y análisis de precios según costo, definiendo la importancia de la utilidad para la empresa y el desenvolvimiento de la producción. Según los resultados obtenidos, los efectos que causan el control de precios para la rentabilidad de una empresa de producción avícola son negativos, por los cuales se debe lograr un punto de equilibrio en las ventas de forma de no obtener pérdidas. Por otra parte, además de

tener un punto de equilibrio la empresa debe revisar constantemente sus gastos para no salirse de los parámetros que le permitan seguir produciendo, ya que de esto depende para continuar operativa en el mercado.

Del mismo modo, se observó cómo las cantidades producidas por la empresa en estudio fueron reducidas significativamente a partir de la entrada en vigencia de la medida de regulación de sus precios. El precio de venta influye directamente sobre la rentabilidad de una empresa como lo es el caso de estudio mencionado, siendo el sector avícola un sector altamente necesario para cubrir la seguridad alimentaria del país. Por lo tanto, es importante que ALFRIO, C.A. pueda seguir manteniéndose productiva en el tiempo, debido a que la capacidad de producción de Venezuela actualmente no abarca la totalidad de la demanda de la misma en estos rubros.

De esta investigación anteriormente descrita, se tomaron notas bibliográficas que sirvieron para darle énfasis a las afirmaciones dadas en la investigación y que estructuraron un importante material para diagnosticar que el aspecto financiero de toda organización depende de las decisiones que se ejecuten por parte de los altos dirigentes empresariales, y que, el análisis económico financiero bien diseñado y estructurado constituye una herramienta de vital importancia para la empresa, ya que le permitirá conocer su situación actual y combatir las deficiencias que presente.

Por su parte, Montesino, A. (2009) en su investigación titulada: “Efectos del Control de Precios sobre la Rentabilidad de la Actividad Económica de las Empresas Dedicadas a la Producción y Comercialización de Productos de la Cesta Básica. Caso: Molinos Nacionales, C.A. (MONACA), Alimentos Heinz, C.A. y Proagro”, destaca la problemática de los efectos directos que causan el control de precios de venta en la rentabilidad de las industrias productoras de alimentos, debido a que no se evalúa la estructura de costos en comparación con los precios de facturación, incidiendo en

diferencias no positivas para estas empresas, desalentando así a los productores. Por lo cual, en la presente investigación se busca analizar el efecto que causa la regulación de los precios de venta en varios productos que pueden significar una pérdida para la empresa si no se desarrollan estrategias basadas en estos efectos.

El problema objeto de estudio radica en que los productores y comercializadores no logran equipararse y mantener beneficios económicos en sus empresas, ya que su rentabilidad se ve afectada negativamente por la disposición de un control de precios aplicado a sus productos, los costos de producción son mayores a sus ganancias, y por otra parte no logran abastecer la demanda de dichos artículos de la cesta básica. Además los consumidores sufren un fuerte impacto desmedido, debido a que no logran adquirir las mercancías que necesitan en supermercados y comercios cercanos a sus residencias.

Se logró concluir, que en la medida económica del control de precios los consumidores no se benefician, porque no pueden adquirir los alimentos necesarios para su sustento, esto se debe a que los productores de la cesta básica están comprando a mayores costos lo que necesitan. Es por ello, que han tenido que reducir la capacidad productiva, pues los costos para producir son elevados en comparación con el beneficio económico que se obtiene en las organizaciones.

Los consumidores y público en general, son impactados de manera negativa, ya que a pesar de tener monetariamente con que comprar no tienen qué comprar, no hay nada en los anaqueles, no hay variedad para elegir, muchos se ven tentados a satisfacer a los especuladores y acaparadores de productos y nocivos para la cultura de legalidad que ameritan sanciones y castigo. En este orden de ideas, el control de precios como lo es la Ley Orgánica de Precios Justos (2014) en vez de frenar la especulación, la escasez y el acaparamiento de alimentos, está afectando negativamente la rentabilidad

económica de las empresas dedicadas a la producción y comercialización de estos productos.

En consecuencia, no se logra producir en cantidades que satisfagan los requerimientos de la población porque no se cubren los costos para producir y las empresas mantienen inventarios mínimos con un margen de ganancias muy bajo que no cubre sus expectativas financieras.

También se toma como aporte un análisis descriptivo de cómo la fijación de precios lleva consigo las amenazas a los productos regulados, a sus empresas productoras y al consumidor final, junto con el deseo de obtener beneficios por parte de la empresa. En este sentido, este aporte es muy importante para la investigación, ya que contribuye a determinar que los costos de producción no deben ser mayores a los ingresos por ventas que perciben las organizaciones, detectando la reacción de los productores, comercializadores y consumidores de productos farmacéuticos, de higiene y del cuidado personal frente a la problemática existente por la disposición del control de precios para estos productos.

Bases Teóricas

Tiendas de Conveniencia

Según Bernabéu Moreno y Seguí (2009) las tiendas de conveniencia, son establecimientos de mediano tamaño, que ofrecen a los consumidores gran variedad de productos y servicios disponibles en horarios y puntos de fácil de localización muy cómodos. Estos negocios operan bajo un esquema de franquicias, las 24 horas y los artículos que exhiben pertenecen a las marcas más reconocidas del país. El objetivo de estos negocios es satisfacer las compras de urgencia o no planeadas.

Las tiendas de conveniencia aparecieron en 1960 en Estados Unidos, en Latinoamérica se instauraron en 1976 en México; la primera y de mayor prestigio fue 7-Eleven, la cual recibió su nombre por las jornadas en las que abría inicialmente, de las siete de la mañana a las 11 de la noche; sin embargo fue Oxxo, en 2005, la que acaparó el 62 por ciento del mercado. También hay otras como Super City, Tiendas Extra, am pm y Círculo K, entre otras. En el caso Venezuela, las tiendas de conveniencia se han orientado al ramo farmacéutico, sin embargo siguen conservando su particularidad de tiendas de conveniencia, así existe a partir del año 2000 Farmatodo, en 2002 Farmacias SAAS, en 2003 Kromi Market, entre otras.

Características de las Tiendas de Conveniencia:

Tal como lo menciona, Bernabéu, Moreno y Seguí (2009) son establecimientos que ha mantenerse abiertos al público las 24 horas y ha de encontrarse en diversos puntos de las ciudades. Miden desde 30 hasta 500 metros, se pueden encontrar gran variedad de bebidas, alimentos, revistas, periódicos, agua mineral, productos de aseo personal, productos de limpieza entre otros, lo que facilita al cliente elegir de una gran diversidad de opciones, aunque a un precio un poco mayor que en su competencia.

De acuerdo con Kotler (2006), “la política de precios de las tiendas de conveniencias, está orientada a estrategias de mantener ingresos cada vez más altos y costos de ventas menores, sus precios por lo general son altos”, dado las condiciones de múltiples servicios que ofrecen aunque es muy frecuente los descuentos y promociones para el continuo incrementos en las ventas y estrategia de expansión de productos.

La Regulación de Precios

La regulación de precios, la realiza el Estado por medio de leyes y una estructura administrativa para su ejecución. Tal como lo define Hernández (2007:13) “la

intervención gubernamental por medio de una política pública, puede ser una norma, ley, control de precios, cuyo objetivo es, modificar la conducta de los participantes en una actividad económica específica”

El Estado es quien emite reglas que regulan las actividades económicas y sociales de los ciudadanos y empresas, por medio de reglas se pretende garantizar la eficiencia de los mercados, garantizando derechos de propiedad, evitar daños a la salud o bienestar de la población, a la salud animal y vegetal, al medio ambiente, a los recursos naturales y a la economía en todo su conjunto. Es por ello, que las regulaciones son reglas y normas emitidas por el gobierno para garantizar beneficios sociales.

Causas de la Regulación de Precios:

Entre las causas que origina la regulación de precios, como lo expresa Hernández (2007:14) se encuentra la necesidad de “limitar el poder de mercado de una empresa o industria a fin de evitar pérdidas de bienestar social que dichas empresas pudieran causar a través de su comportamiento” lo que significa una reducción de la actividad de los mercados locales, en cuanto a su consecuencia tal como fue mencionado anteriormente, el bienestar recae a una parte de la población en el corto tiempo, baja rentabilidad de las empresas y por consiguiente baja calidad de los productos.

Consecuencias de la Regulación de Precios:

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE: 2011) realizó un análisis detallado sobre la experiencia de los efectos de las políticas públicas en México y en las recientes experiencias mundiales en los últimos treinta (30) años, sobre los efectos de los controles y regulaciones de precios, obteniéndose tres (3) regulaciones en una economía, de las cuales también se derivan sus consecuencias:

La regulación económica; las que afecta las decisiones del mercado, específicamente los niveles de precios, las condiciones de competencia, los costos de entrada y salida en el mercado. Esta afecta los márgenes de ganancias. La segunda está referida a la regulación social proteger intereses de la sociedad, tales como la salud, la seguridad, alimentos y medio ambiente, seguidamente este va enfocado a beneficiar a un grupo o toda la población. La tercera regulación es la administrativa se refiere a los requerimientos y obligaciones, por la cual el gobierno recaba información de interés. Esta tiene fin vigilar y obligar el cumplimiento de una norma.

Cabe oportuno mencionar, que la OCDE (2011) señala que los controles de precios reducen la productividad y la innovación, como también tiene un impacto negativo tanto en los empleados, empresarios y población. Ya que los controles de precios provocan escasez, problemas de distribución de mercancía y reducción de ganancias monetaria. Tal como lo señala Scott (2001) entre otras de las consecuencias es la pérdida del estado de bienestar en la población por la imposición de cantidades mínimas a comprar, crea mercados negros, bajan tanto las inversiones como la calidad en los servicios, se fomenta la corrupción en diferentes cargos públicos y en empresas privadas.

Factores sociales, económicos y legales de la regulación

Entre los factores económicos y sociales, según Granadillo (2013) expresó la Superintendencia Nacional para la defensa de los Derechos Socio Económicos (SUNDEE), que el actual gobierno llegan al control de precios y regular el comportamiento tanto de consumidores y los empresarios, para determinar la *estabilidad económica*: se logre una mejor distribución de los productos en el mercado y desde el punto de vista social, es defender los intereses de la población, lo

que causa el desabastecimiento es la especulación y acaparamiento de su producción de los empresarios.

Tal como afirma Brunet (2011) la relación de la calidad de la regulación gubernamental y calidad de condiciones socioeconómicas que ofrecen los controles de precio hacia la población ha sido directamente proporcionales, en estudio realizados en más de veinte (20) años en las experiencias americana y europea, ha llevado a determinar que los controles de precios y sus medios para lograrlo, han llevado a una reducción de la libertad económica de los empresarios, llevando al cierre de empresas, disminución de la competitividad de las empresas establecidas, dificultad para nuevas inversiones y sobre todo reducción drástica de compras prevaleciendo el empobrecimiento de la población y pésimas condiciones para vivir.

Según Joskow y Roger G. Noll (1999) menciona que la experiencia de los controles de precios en la década de los 80's estuvo asociado a factores políticos y económicos, tal como el caso aplicado en Estados Unidos de Norteamérica, que suelen alegarse para justificar la regulación y controles de precios es la adopción de algún tipo de *cambio ideológico*, su implementación se debió para corregir las fallas del mercado, sin conocer el problema del orden económico local y mundial, que implica la adopción de nuevo paradigma ideológico, aunque señala expresamente que las fallas en del mercado preocupa al Estado para tener alguna preferencia o injerencia política en la población.

La participación del Estado, en lo que se refiere a la regulación y controles de precios en la economía, desde el punto de vista legal, según Ortiz (1999) la regulación de precios tiene como finalidad, que el Estado logre el bien común dentro de la sociedad, para el logro de ello se establecen normas y leyes que protegen los intereses tanto de los consumidores como de los productores se fundamenta en dos aspectos fundamentales: primeramente en *Garantizar la seguridad y los derechos* de manera

que quien trabaja y produce pueda gozar de los frutos de su trabajo y, por tanto, se sienta motivado a realizarlo eficiente y honestamente basándose en el reconocimiento de los *derechos de propiedad*: mediana la corrección de desigualdades. La falta de seguridad jurídica en precios, lleva la proliferación de fuentes impropias de enriquecimiento y beneficios fáciles, basados en actividades ilegales o puramente especulativas, es uno de los principales obstáculos para el desarrollo y bienestar de la población.

Ventajas y Desventajas de la Regulación de Precios:

Según la literatura revisada acerca de la regulación y controles de precios, tal fue mencionado por Joskow y Roger G. Noll (1999) las ventajas se ubican proteger los intereses colectivos, suplir carestía momentos temporales para suplir las de, por poco espacio de tiempo, lograr una estabilidad en el aumento de precios, regula la oferta y demanda de productos y servicios en los mercados y grupos monopólicos. Entre las desventajas, según Scott (2001) se ubica el racionamiento de productos, escasez, desabastecimiento y pérdidas en la recuperación en los márgenes de ganancias.

Controles de precios

La experiencia en la década de los 80's y en los 90's, según OCDE (2011) los excesivos controles de precios no favorecen el crecimiento económico y social de un país, lo lleva al empobrecimiento paulatino, no fomenta el espíritu emprendedor.

Tal como fue mencionado anteriormente la regulación de precios, busca limitar o restringir el comportamiento e intereses de grupo monopólico o corregir las distorsiones del mercado, mientras que los controles de precios tiene que ver con la determinación y fijación de precios mediante métodos de asignación de costos

Mecanismos de Fijación y Controles de Precios Estatal:

De igual manera, tal como fue dicho anteriormente los métodos empleados por cualquier Estado en el mundo, especialmente los países de corte comunistas, como es el caso de Cuba, según Gutiérrez (2006) argumenta que la asignación de precios se da de manera planificada a comerciantes por órganos del Estado en este caso el Ministerio de Finanzas y Precios, mediante la planificación a quienes pueden vender o comprar bienes y servicios, tiene la potestad en políticas de precios. El Ministerio de Finanzas y precios aprueba o desaprueba el precio este acorde con asignación de que porcentaje de gasto se emplea para elaborar el bien o servicios y se adicionan el valor o utilidades que dada por el ente emisor que no debe pasar más entre el 10% y 20% según lo que reporte las fichas de costos, ningún empresario, ni mercado determina precios. Entonces los controles de precios constituyen las medidas para fiscalizar y hacer cumplir las disposiciones adoptadas en la formación y aprobación de los precios.

Implicaciones del Control de Precios para economía centralizada:

Tal fue mencionado en los párrafos anteriores, los efectos del control de precios en economías centralizadas, Gutiérrez (2006) es asignar precios en función de un bienestar colectivo, los costos y gastos son recuperables en una mínima y máxima tasa de valor en la utilidad para los bienes y servicios que producen. No existen incentivos para los comerciantes, los precios y costos estimados son regulados por el Estado Socialista.

Mecanismo de Control y fijación de precios en la economía de mercado:

En una economía de libre mercado la formación de precios, Keat y Young (2004) la determinación de precios en una economía de mercado el Estado no participa, la fijación de precios, se da por la interacción entre la oferta y demanda, la interacción

entre ambos agregados forma un precio de equilibrio, la ganancia se obtiene cuando los costos marginales de cada bien tienen un mínimo de recuperación es decir a medida que incrementan los costos variables y fijos determinan el precio de oferta que cubra los costos fijos y variables.

Uno de los elementos importante a considerar en la fijación de precios, tal como lo señala Pérez (2006) los mecanismos de fijación de precios en una economía de mercado, son diseñadas por políticas y estrategias de las empresas y comerciantes de cualquier rama comercial. En los últimos años en el uso de la mercadotecnia, variables tales como la promoción, la plaza, publicidad, los canales de distribución, políticas de bonificación y descuentos afectan las cadenas comercializadora en la fijación de precios en el mercado.

Además, la búsqueda de la competitividad e innovación ha sido con el propósito de posicionarse en el mercado a través de guerra de precios, es decir quienes ofrecen el mejor precio lo hace para sostener e incrementar la demanda, y en consecuencia se forman actitudes de consumos a gran escala. También que se incluye en las políticas y estrategias de precios a largo plazo que fijen las empresas y esto de algún modo forma y determina los precios.

Impacto económico y social de los controles de precios:

Los resultados de los controles de precios en la amplia bibliografía consultadas de los controles de precios, podemos decir que en el corto plazo se presenta con frecuencia bajo reposición de inventarios, desmejoramiento en la producción de los productos y servicios que se ofertan, la demanda siempre está insatisfecha por no tener variedad y opciones de elección en los consumidores al momento de comprar. Otras de implicaciones en el largo plazo, es la caída del Producto Interno Bruto (PIB) y en el estado de bienestar en la población según lo afirmado por Levy (1988) que la

experiencia de los controles de precios en la década de los 80's fue el duro racionamiento y frecuente escasez de los productos, provocando pérdidas financieras en las empresas capitalistas.

Costos de producción:

Nilcholson (2005) son costos que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos elaborados: materia prima directa, mano de obra directa y cargos indirectos. Tales conceptos son los siguientes:

- Gasto de distribución y venta

Corresponden al área que se encarga de llevar los productos terminados desde la empresa hasta el consumidor: sueldos y prestaciones de los empleados del departamento de ventas, comisiones a vendedores, publicidad, entre otros.

- Gasto de administración

Se originan en el área administrativa, relacionados con la dirección y manejo de las operaciones generales de la empresa: sueldos y prestaciones del director general, del personal de tesorería, de contabilidad, entre otros.

- Gastos financieros

Se originan por la obtención de recursos monetarios o crediticios ajenos.

Por su identificación

- Costos directos

Son aquellos que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos o áreas específicas. Varían de acuerdo al número de productos que se fabriquen.

- Gastos indirectos

Son las erogaciones que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos o áreas específicas. No varían de manera proporcional con el número de productos que se fabrican.

Por el periodo en que se llevan al estado de resultados

- Costos del producto o inventariables

Están relacionados con la función de producción. Se incorporan a los inventarios de materias primas, producción en proceso y artículos terminados y se reflejan como activo dentro del balance general.

Los costos del producto se llevan al estado de resultados, cuando y a medida que los productos elaborados se venden, afectando el renglón de costo de los artículos vendidos.

- Gastos del periodo o no inventariables

Se identifican con intervalos de tiempo y no con los de productos elaborados. Se relacionan con la función de operación y se llevan al estado de resultados en el periodo en el cual se incurren.

Por su grado de variabilidad

- Gastos fijos

Son las erogaciones que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, independientemente de los cambios en el volumen de operaciones realizadas. Ejemplo: impuestos, seguros, renta de edificio, maquinaria y equipo

- Costos variables

Aquellos cuya magnitud cambia en razón directa del volumen de las operaciones realizadas. Ejemplo: materiales directos y mano de obra directa.

- Costos semifijos

Los que tienen elementos tanto fijos como variables.

Por el momento en que se determinan

- Costos y gastos históricos

Se determinan después de la conclusión del periodo. El análisis del sistema de costos históricos se genera en la estimación de los costos futuros basados en la relación de costos de períodos previos. El grado en que estos sean apropiados depende del alcance que tenga el comportamiento del costo en el futuro que corresponde al comportamiento que haya tenido el pasado.

- Costos predeterminados

Se determinan con anticipación al periodo en que se generan los costos o durante el transcurso del mismo.

Proceso de formación de costos

El proceso de formación de costos según Beingolea (2010) para una organización viene dada por el sistema de costos que va determinar la valoración de los inventarios y las utilidades de los bienes y servicios a producir o comercializar. El proceso se inicia la función de asignación de costos cada ámbito de la organización; tales como administración, comercialización, publicidad y financieros. Por los elementos que participan según su cuantía para producirlos y distribuirlos, esto son: costos directos de fabricación, costos indirectos de fabricación, materia prima y mano de obra.

Determinación de costos y gastos financieros

La determinación de costos y gastos financieros, son una parte importante para lograr el éxito en cualquier negocio. Con ella podemos conocer a tiempo si el precio al que vendemos lo que producimos nos permite lograr la obtención de beneficios, luego de cubrir todos los costos de funcionamiento de la empresa. Los costos están relacionados directamente con la productividad de la empresa. Es decir, nos interesa particularmente el análisis de las relaciones entre los costos, los volúmenes de producción y las utilidades. La determinación de costos permite conocer:

- Cuál es el costo unitario de un artículo, esto es, lo que cuesta producirlo
- Cuál es el precio al que debemos venderlo
- Cuáles son los costos totales en que incurre la empresa.
- Cuál es el nivel de ventas necesario para que la empresa, aunque no tenga utilidades, tampoco tenga pérdidas. Es decir, cuál es el punto de equilibrio.
- Qué volumen de ventas se necesita para obtener una utilidad deseada.
- Cómo se pueden disminuir los costos sin afectar la calidad del artículo que se produce.

Análisis de precios según costo:

Formación de precios de venta en el canal minorista

Según Méndez, J.L.; Oubiña, J.; Rubio, N. (2007) señala que la determinación de precios en las empresas minoristas, los precios son determinados por la posición negociadora que ofrecen los productores y mayoristas-distribuidores de las marcas que ofrecen los fabricantes y distribuidor mediante políticas de descuentos promocionales para volúmenes de ventas que venden los minoristas.

Mecanismo de asignación de precios de venta

Kotler (2006) indica que las estrategias empleadas por los comerciantes dentro del canal minoristas, son bajo un sistema de precios altos y bajos, que mayormente emplean los comerciantes minoristas, entre los casos más conocidos tenemos:

- Fijación de precios mediante márgenes de ganancia: en esta fase se obtiene una ganancia porcentual en base a costos de ventas dados por los productores
- Fijación de precios basado en el valor: este criterio es ampliamente usado para retener clientes potenciales en compras, consiste en fijar precios bajos para tener frecuente demanda
- Fijación de precios basados en la competencia: determinan precios en relación a los precios que ofrece la competencia

Implicaciones de controles precios, costos y gastos para las tiendas de conveniencias:

Según las consideraciones mencionadas anteriormente, el formato de las tiendas de conveniencia que operan como franquicias y las políticas de precios son diseñadas y ejecutadas por ellas mismas. Dada las realidades en donde operan los precios, costos y gastos se ajustan a las realidades, en el caso venezolano se emplean métodos que deben ser informados a SUNDECOP para el cumplimiento de los diecinueve (19) artículos que comercializan estas cadenas de tiendas.

Bases Legales

Constitución De La República Bolivariana De Venezuela (1999)

Publicada en Gaceta Oficial del jueves 30 de diciembre de 1999, Número 36.860

Art.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. 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.

De acuerdo con el presente artículo se puede observar que cada persona puede establecer dedicarse libremente de manera lícita a la actividad de su conveniencia y que el Estado Favorece en términos de libertad la iniciativa empresarial.

Ley Orgánica de Precios Justos:

Publicada en gaceta oficial Número 40.340, 24 de Enero de 2014 Decreto N° 600

Artículo 1º. 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.

Esta ley tiene como finalidad, garantizar y proteger los derechos de los ciudadanos para el acceso de bienes y servicios y al mismo tiempo que se cumpla la responsabilidad del comerciante de manera eficaz. Por otro lado todo servicio ofertado bajo algún tipo de comportamiento impropio es objeto de penalización. La cual permite poder conseguir el equilibrio necesario para asegurar la estabilidad y desarrollo económico del país.

Artículo 7º. Se declaran y por lo tanto son de utilidad pública e interés social, todos los bienes y servicios requeridos para desarrollar las actividades de producción, fabricación, importación acopio, transporte distribución y

comercialización de bienes y prestación de servicios. El Ejecutivo Nacional puede iniciar el procedimiento expropiatorio cuando se hayan cometido ilícitos económicos y administrativos de acuerdo a lo establecido en el artículo 114 de la constitución de la República Bolivariana de Venezuela y, cualquiera de los ilícitos administrativos previstos en la presente ley. En todo caso, el Estado podrá adoptar medida de ocupación temporal e incautación de bienes mientras dure el procedimiento expropiatorio, la cual se materializara mediante la posesión inmediata, puesta en operatividad, administración y el aprovechamiento del establecimiento, local, bienes, instalaciones, transporte, distribución y servicios por parte de órgano o ente competente del Ejecutivo Nacional, a objeto de garantizar la disposición de dichos bienes y servicios por parte de la colectividad. El órgano o ente ocupante deberá procurar la continuidad de la presentación del servicio o de las fases de la cadena de producción, distribución y consumo, de los bienes que corresponda. En los casos de expropiación, de acuerdo a lo previsto en este artículo, se podrá compensar y disminuir del monto de la indemnización lo correspondiente a multas, sanciones y daños causados, sin perjuicio de lo que establezcan otras leyes.

En el mencionado artículo se señala, que en el caso de presentarse procesos económicos ilícitos, el Ejecutivo Nacional puede comenzar con el proceso de expropiación, en donde el Estado puede tomar ocupación temporal del establecimiento y confiscación de los bienes.

Artículo 32°. El margen máximo de ganancia será establecido anualmente, atendiendo criterios científico, por la SUNDEE, 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. La SUNDDE podrá determinar márgenes máximos de ganancia por sector, rubro, espacio geográfico, canal de comercialización, actividad económica o cualquier otro concepto que considere, sin que estos superen los máximos establecidos en el presente artículo. A fin de favorecer las industrias nacientes, o fortalecer alguna industria existente, el Presidente o Presidenta de la República en Consejo de Ministros, podrá revisar y modificar el margen máximo de ganancia regulado en esta ley, considerando las recomendaciones de la Vicepresidencia Económica de Gobierno o de la SUNDDE.

La Ley Orgánica de Precios Justos (2014), es administrada por la Superintendencia Nacional para la defensa de los Derechos Socio Económicos (SUNDEE), el cual tendrá dentro de sus atribuciones la rectoría, supervisión y fiscalización en materia de estudios, análisis, control y regulación de costos y determinación de márgenes de ganancias.

El organismo también fijará los precios máximos de la cadena de producción o importación, distribución y consumo, de acuerdo a su importancia económica y su carácter estratégico, en beneficio de la población. Asimismo, deberá ejecutar los procedimientos de supervisión, control, verificación, inspección y fiscalización para determinación, entre otras funciones.

Ley de Costos y Precios Justos:

Publicada en gaceta oficial Número 39.715, 18 de Julio de 2011 Decreto N° 8.331

Artículo 1º. El presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley tiene por objeto establecer las regulaciones, así como los mecanismos de administración y control, necesarios para

mantener la estabilidad de precios y propiciar el acceso a los bienes y servicios.

El presente artículo señala el propósito de la norma la cual es asegurar la estabilidad en los precios.

Artículo 17. Para la determinación del precio justo de bienes y servicios el órgano o ente competente podrá fundamentarse en:

1. Información suministrada por los administrados, bien a requerimiento del órgano actuante, o recabada de otros órganos de la Administración Pública que la tuvieren a disposición. Dicha información debe estar conforme a sus estructuras de costos directos, indirectos, gastos generales, de administración, de distribución y venta, cuando procedan, así como la utilidad esperada con base a las expectativas y riesgos asumidos.

2. Elementos que, por su vinculación con el caso sometido a consideración para determinación del precio justo de determinado bien o servicio, hagan mérito para presumirse válidos para la determinación de los aspectos que conforman el precio, o el costo que lo compone.

El artículo menciona que la determinación de precios, costos y ganancias sobre productos y servicios ofertados por los empresarios deben ser informados a SUNDECOP de manera oportuna y precisa. En el siguiente artículo se menciona el mecanismo a través del cual se establecerán los controles de precios en Venezuela:

Artículo 38. Para el mejor ejercicio de sus funciones, Superintendencia Nacional de Costos y Precios contará con el Sistema Automatizado de Administración de Precios, constituido por la plataforma tecnológica, integrada por software y hardware, telemática, telefonía y satelital, que facilitan la actividad de los órganos y entes del Sistema Nacional Integrado de Costos y Precios.

Para el cumplimiento de la norma, se establece medios informáticos para verificar el régimen de controles de precios y permitirles una eficiente fiscalización de precios

como estrategia de garantía de resguardo del patrimonio individual de los ciudadanos.

Definición de Términos Básicos

Abastecimiento: El abastecimiento es la actividad económica encaminada a cubrir las necesidades de consumo de una unidad económica en tiempo, forma y calidad.

Control de precios: Se refiere a una forma de alterar el comportamiento de un mercado mediante la promulgación de reglas coactivas que gobiernan algún aspecto del precio a los que un bien es adquirido y vendido por otros.

Costos directos (CD): Son aquellos que se vinculan al proceso de transformación de productos concretos de forma cierta y precisa, sin necesidad de aplicar criterios de reparto. Ejemplo: energía de una máquina concreta.

Costos indirectos (CI): Son aquellos que afectan al proceso en su conjunto sin que sea fácil determinar en qué medida participan en cada producto. Ejemplo: la energía eléctrica, el seguro de la empresa.

Costos fijos (CF): Son aquellos que dentro de una determinada estructura de producción y para un periodo de tiempo fijado permanecen invariables respecto al volumen de producción (volumen producido).

Costos variables (CV): Es el equivalente monetario de los consumos de factores que varían en función del volumen producido o del tiempo de transformación.

Inflación: Aumento general del nivel de precios que obedece a la pérdida de valor del dinero.

Regulación Económica: Es la intervención del estado a través de una ley o decreto establecida para limitar el precio a cobrar por un bien en particular.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Diseño y Tipo de la Investigación

El diseño de la investigación, es el plan ordenado, lógico y coherente mediante el cual el investigador puede responder las interrogantes planteadas, para lograrlo se basa en un conjunto de estrategias que le hacen posible guiar la investigación en la dirección correcta, logrando minimizar todo error y debilidad posible en los resultados. Tal como lo señala Arias (2006:26): “El diseño de investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado. En atención al diseño, la investigación se clasifica en: documental, de campo y experimental.”

En lo referente al diseño metodológico de la investigación, es no experimental, debido a que no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador. En la investigación no experimental las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, el investigador no tiene control directo sobre dichas variables, no puede influir sobre ellas porque ya sucedieron, al igual que sus efectos.

Por lo tanto se recolectarán, analizarán y se interpretarán datos cuantitativos y cualitativos sobre la realidad a investigar, en este caso sin realizar algún tipo de experimento sobre los datos obtenidos durante la investigación, para el tema en estudio el cual es analizar los efectos de la Ley Orgánica de Precios Justos en las tiendas de conveniencia ubicada en el Municipio Valencia Estado Carabobo.

Como señala Kerlinger (1979:116). “La investigación no experimental es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones”. De hecho, se estudiarán los fenómenos tal cual se presentan en la realidad, sin ningún tipo de alteración o control por parte de los investigadores.

En cuanto al tipo al cual pertenece el presente estudio, corresponde a una investigación de estudio de casos, su definición según Bernal (2006:) “estudia en detalle o en profundidad una unidad de análisis específica tomada del universo”, este tipo de estudio pretende comprender e interpretar los efectos de la ley de costos y precios justos en las tiendas de conveniencia, específicamente a las tiendas FARMATODO ubicadas en el Municipio Valencia, tiene gran variedad de artículos; revistas, alimentos, bebidas, artículos de aseo y uso personal, artículos de limpieza, los cuales esta tienda expende los diecinueve (19) artículos con precios congelados que SUNDEE controla mediante lo establecido en la Ley Orgánica de Precios Justos.

Por otro lado la investigación es de campo-documental, en la cual en su modalidad de campo, está referida a una problemática de la realidad, los estudios de campo permiten interpretar la realidad del objeto de estudio el cual es entender las consecuencias de la regulación de precios y costos de tiendas de convivencia que operan en Valencia Estado Carabobo y documental porque se apoya en la consulta de textos y leyes que regulan la materia de precios y costos en la actual economía venezolana.

En el Manual para Trabajo de Grado de Especialización, Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2006:11) se señala la investigación de campo como un: “Análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia.”

En este aspecto se ha querido expresar que la investigación de campo, se refiere a la realidad donde ocurren los hechos. En referencia a la investigación documental, según Arias (2006:20): “Es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas.”. Tal como fue mencionado anteriormente, ésta consiste en la revisión, consulta, análisis de textos o fuentes de información documental que contengan el esclarecimiento del planteamiento del problema.

Nivel de la Investigación

En cuanto al nivel al cual pertenece el presente estudio, corresponde a una investigación descriptiva, tal como lo plantea Delgado (2011:249) “es reseñar las características primordiales de un fenómeno”, basándose en la medición de las dimensiones de objeto de estudio; los estudios descriptivos comprenden la identificación, registro, análisis de un hecho o situación real sobre cómo se producen estas relaciones causales y sus efectos sin llegar a la experimentación. En el caso referido a la presente investigación se estará desarrollando de manera descriptiva, ya que se centrará en la identificación y análisis de los efectos del control de precios en le tienda FARMATODO de Valencia Estado Carabobo, y los ciudadanos que necesitan adquirir dichos productos.

Por otro lado, el mencionado estudio abarcará también un tipo de investigación exploratorio, según Narváez (2009:180) los estudios exploratorios, “se basan en examinar una realidad poco estudiada, o que no han sido abordados anteriormente, por lo general determinan una tendencia, identifican relaciones potenciales de causa efecto”. Se observa claramente entonces, en relación a la orientación del objeto de la presente investigación, que está referida a la problemática de los mecanismos de control y regulación de precios en las tiendas de conveniencia, debido a que se tienen

escasos estudios y se desea saber el impacto económico y social del control de precios en las empresas minoristas de ventas al detal.

Población y Muestra

Es importante mencionar, que por tratarse de un estudio de caso de las tiendas de conveniencia. La población a investigar dentro de la investigación está referida a las tiendas FARMATODO, C.A ubicadas en el Municipio Valencia Estado Carabobo, las cuales son seis (6). Ross (2007:5) define la población como el “conjunto de elementos que interesan en el estudio” que permite la realización de la investigación. Tal como fue mencionado anteriormente, se tomó como población las tiendas FARMATODO, C.A porque cumple con la característica a estudiar, la cual es vender simultáneamente todos los productos regulados por según una providencia de la Gaceta Oficial número 39.894 y además satisface el formato de tienda de conveniencia, su fácil acceso, rapidez en el servicio, horarios de 24 horas, amplia variedad de productos, entre otros.

En cuanto al muestreo considerado en la presente investigación, su definición tal como lo expresa Hernández (2001:112) “son los elementos representativos de la población objeto de estudio, suficientes para poder generar conclusiones generalizables a toda la población”. En el caso de las tiendas de conveniencia, resulta imposible determinar el número de clientes exacto, sin embargo de acuerdo con los registros de la organización existe un promedio de 1120 clientes por tienda diario. Para determinar el número de la muestra se aplica la fórmula propuesta por Arias (2006:68):

$$n = (Z^2 \times p \times q \times N) / [e^2 \times (N-1) + (Z^2 \times p \times q)]; \text{ donde:}$$

n = Tamaño de la muestra.

N = Total de elementos que integran la población.

Z_2 = Zeta crítico, representa el valor de confianza adoptado (en el caso de esta investigación 90 % de confianza que es representado por el valor 1,64 en la distribución de la curva normal.

e = Error muestral (en el caso de esta investigación 10 %, nominalmente (0,1)

p = Proporción de elementos que representan la característica investigada, en este caso se considera como 0,90 que representa el 90 % de los casos a estudiar, ya que la totalidad de la población definida anteriormente acude al servicio de atención al cliente.

q = Proporción de elementos que no representan la característica investigada, en este caso se considera como 0,1; lo que representa un porcentaje de 1 % ya que se espera que este porcentaje no tenga los conocimientos necesarios para contestar el cuestionario

Al aplicar la fórmula, resulta:

$$n = [(1,64)^2 \times 0,9 \times 0,1 \times 1120] / [(0,1)^2 \times (1120-1) + (1,64)^2 \times 0,1 \times 0,9];$$

$$n = 271,11 / 1,65$$

$n = 164,30$ por tanto la muestra será de ciento sesenta y cuatro (164) clientes

Ahora bien, es necesario captar la opinión de los clientes de cada tienda, por tal motivo se aplicó el instrumento en cada una de ellas en igual proporción es decir:

Total de tiendas: 6

Total de la Muestra: 164 clientes

Proporción por tienda: 16,66 %

Clientes por tienda: 27,33

Por ser los clientes una variable discreta (aquella que no puede dividirse en números racionales, sino que sólo acepta números enteros positivos), se tomó al azar

dos (2) tiendas para aplicar el instrumento a veintiocho 28 clientes, mientras que en las restantes se recogió la opinión de 27 clientes.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

En toda investigación, de acuerdo a su diseño y tipo, se determinan los métodos y procedimientos operativos para alcanzar las repuestas de las interrogantes planteadas por el investigador en la recolección de datos. Tamayo y Tamayo (2005:182) la describe como “la expresión operativa del diseño de investigación”, según el autor es la especificación concreta de cómo se hará la investigación. Entre las técnicas de recolección de datos, se aplicará la *técnica de la entrevista semiestructurada* así como dice Kanuk y Shciffman (2005:38) que estas consisten en “una serie de temas preestablecidos a conversar con el entrevistado, pero que, de acuerdo a el desarrollo de la interacción entrevistado – entrevistador, se pueden añadir otros aspectos de interés que surjan en la conversación”, mientras que el instrumento a ser aplicado será la guía de entrevista, la cual consta de una serie de preguntas previamente establecidas acerca de los temas a abordar, pudiendo el entrevistador añadir otras preguntas. Esta técnica e instrumento descritos será aplicado a los seis (6) gerentes de las tiendas señaladas en la población y muestra.

En referencia a los treinta (164) clientes, mencionados como muestra, la técnica a utilizar será la encuesta a través de un cuestionario, que según Méndez (2002) consiste en:

Un instrumento escrito que debe resolverse sin interacción del investigador, el cuestionario establece provisionalmente las consecuencias lógicas de u problema que, aunada a la experiencia del investigador y con la ayuda de la literatura especializada servirán para elaborar las preguntas congruentes con dichas consecuencias lógicas. (p. 72).

El cuestionario se diseñará mediante preguntas cerradas, con diferentes niveles de respuesta (Cinco) a través de una escala con opción de respuesta tipo Likert. Con estos dos instrumentos se abarca tanto la perspectiva de los clientes como la de los gerentes de tienda del caso objeto de estudio en cuanto los efectos económicos y sociales de la Ley Orgánica de Precios Justos.

Técnicas de Presentación y Análisis de la Información

El propósito de la presentación de la información y análisis de los datos, es la interpretación y significados de los mismos, que son los resultados a los cuales llega la investigación. Según Landeu (2007:92) “este procedimiento determinará los distintos aspectos para la toma de decisiones apropiadas para los fines de la investigación.” Es decir el investigador, valida, rechaza o acepta un resultado acorde con lo esperado permitiéndole tener acertadas conclusiones en la investigación.

Tal como fue mencionado al principio de este capítulo, el diseño de estudio a emplear será descriptivo y de campo. Conviene mencionar en este punto que por tratarse de un estudio de caso, no amerita rigurosidades estadísticas ya que el tratamiento analítico es de tipo cualitativo, es decir comprensivo e interpretativo sobre los efectos de los controles de precios que aplicados sobre los 19 artículos de uso personal que venden las empresas en particular, a FARMATODO por tratarse de una tienda de conveniencia.

Los procedimientos para el análisis en los resultados, se emplearan las siguientes etapas; en primer lugar la recolección de datos por medio de la grabación de voz de los seis participantes correspondiente a los gerentes de las tiendas, a cada participante se le identifica numéricamente en la grabación para llevar un control en el número de participantes entrevistados.

Luego, de haber finalizado las entrevistas, se procede a sus registros formales de la pregunta del entrevistador con las respuestas de los participantes. Una vez logrado esta redacción se procede a su segunda revisión para autoevaluar cualquier error u omisión de datos que sea relevante para los análisis finales. Posteriormente obtenidas todas las repuestas con sus preguntas se procede a la reflexión, análisis y síntesis, en relación al marco teórico referencial permitiendo el desarrollo final de la investigación mediante sus objetivos, en esta fase se realizara una segunda revisión para evitar omisiones y errores de razonamiento lógico en los resultados.

Posteriormente, se presente el resultado final de la investigación con sus conclusiones y hallazgos. Este informe se enviara a los jurados para sus posibles modificaciones y arreglos que tenga lugar en su revisión.

Cuadro N° 1: Cuadro Técnico Metodológico

Objetivo General	Objetivo Especifico	Dimensión	Definición	Indicadores	Técnicas Instrumentos	Fuente
Diagnosticar los efectos económicos y sociales de la Ley Orgánica de Precios Justos en las tiendas de conveniencia, Caso de Estudio Farmatodo en el Municipio Valencia Estado Carabobo	1. Identificar las ventajas y desventajas que ha tenido para la tienda Farmatodo la aplicación de la Ley Orgánica de Precios Justos en las tiendas Farmatodo del Municipio Valencia, Estado Carabobo.	Ventajas Económicas. Desventajas Económicas.	Condiciones desfavorables sobre una situación	1. Control de costos. 2. Previsión de ventas. 3. Reducción en las ganancias. 4. Perdidas en los inventarios	Entrevista (Guía de Entrevista)	Seis (6) Gerentes de Tienda
	2. Analizar las variables cuantitativas económicas que han incidido en la regulación de precios de venta en las tiendas Farmatodo del Municipio Valencia, Estado Carabobo.	Regulación de precios de ventas.	Acto por el cual se fijan precios máximos.	5. Ventas. 6. Costos de venta. 7. Compras. 8. Utilidad. 9. Relación beneficios de los productos.	Entrevista (Guía de Entrevista)	Seis (6) Gerentes de Tienda
	3. Describir las consecuencias sociales para los clientes de la aplicación de la Ley Orgánica de Precios Justos en las tiendas Farmatodo del Municipio Valencia, Estado Carabobo.	Consecuencias Sociales.	Conjuntos de causas inevitables que determinan la ocurrencia de un fenómeno.	10. Precios Máximos. 11. Desabastecimiento. 12. Racionamiento. 13. Calidad de los productos. 14. Escasez.	Encuesta (Cuestionario)	Ciento sesenta y cuatro (164) clientes de las Tiendas Farmatodo

Fuente: Carroccio (2014)

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En el presente Capítulo se realiza el análisis de los datos recabados mediante los instrumentos aplicados. Dada la naturaleza de cada uno de los instrumentos se utilizaron técnicas diferentes para cada uno de ellos. En el caso del cuestionario se realizó mediante la estadística descriptiva, la elaboración de gráficos y su interpretación. A través de este proceso se pudo dar respuesta a los objetivos de investigación desde la perspectiva de los clientes. Todo esto se presenta posterior al encabezado Parte I. Análisis de Resultados del Cuestionario.

Posteriormente, se presentan los resultados del instrumento que recabó la información correspondiente a los gerentes de las seis (6) tiendas, cabe destacar que por motivos de disponibilidad sólo fue posible realizar la entrevista a cinco (5) de ellos. La técnica utilizada para el estudio de estos datos fue la interpretación y el análisis de contenido, ubicando y comparando por categorías las diversas opiniones, identificando aspectos coincidentes y disímiles para finalmente interpretar con base en la revisión teórica de la investigadora.

Es importante destacar que los instrumentos fueron aplicados bajo la Ley de Costos y Precios Justos la cual se encuentra en un periodo de transición de 180 días a partir de enero del 2014 donde entra en vigencia la Ley Orgánica de Precios Justos; la providencia de la Gaceta Oficial número 39.894, que regula los 19 rubros objeto de estudio de la presente investigación se encuentra vigente dentro del marco de la nueva ley.

Parte I. Análisis de Resultados del Cuestionario.

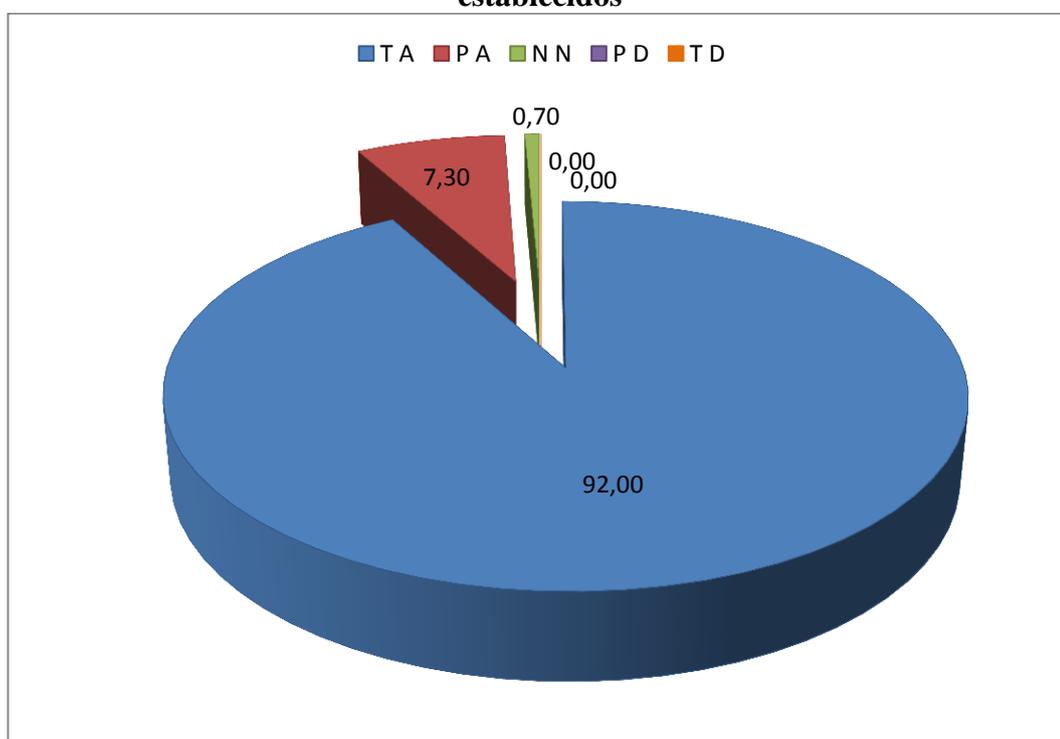
Pregunta N° 1. Los precios máximos establecidos en los productos regulados son accesibles a mi presupuesto.

Tabla N°1.
Tabulación Pregunta 1.
Acceso al presupuesto de los productos regulados con los precios máximos establecidos

Respuestas	Encuestados	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo (TA)	151	92
Parcialmente de acuerdo (PA)	12	7,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NN)	1	0,7
Parcialmente en desacuerdo (PD)	0	0
Totalmente en desacuerdo (TD)	0	0
Total	164	100

Fuente: Carroccio (2014).

Gráfico N° 1.
Acceso al presupuesto de los productos regulados con los precios máximos establecidos



Fuente: Carroccio (2014).

Análisis: De acuerdo con el gráfico anterior, se puede evidenciar que el 92 % de los encuestados se manifiestan totalmente de acuerdo en cuanto a que los precios máximos establecidos son accesibles a su presupuesto, lo que significa que casi la totalidad de la población puede tener acceso a los productos regulados con los precios establecidos en el Municipio Valencia.

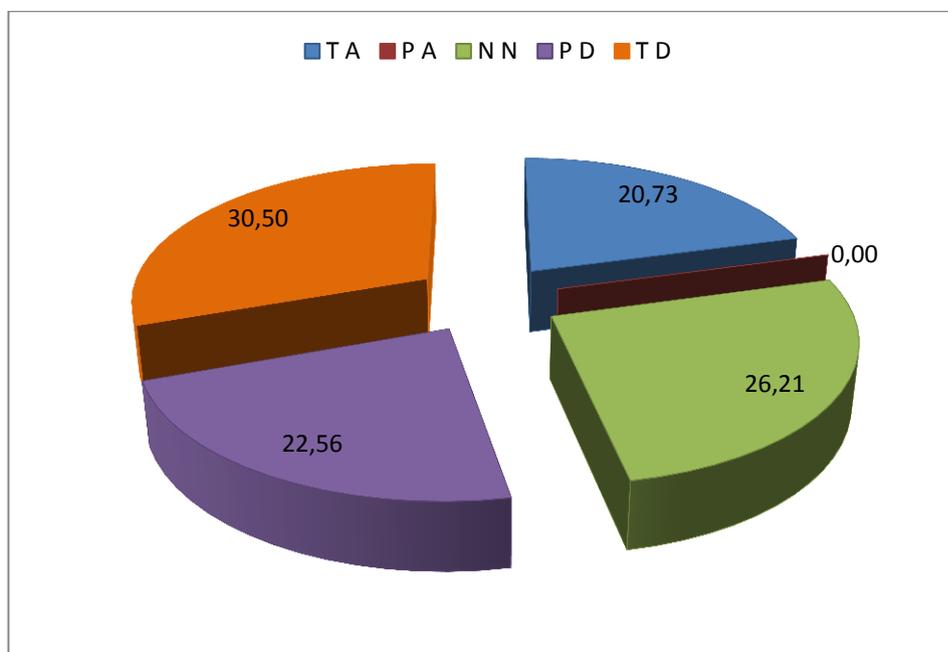
Pregunta N° 2. Los precios máximos establecidos en los productos regulados han sido un beneficio económico para mí.

Tabla N°2.
Tabulación Pregunta 2.
Beneficio económico del encuestado sobre el precio máximo establecido en productos regulados

Respuestas	Encuestados	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo (TA)	34	20,73
Parcialmente de acuerdo (PA)	0	0
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NN)	43	26,21
Parcialmente en desacuerdo (PD)	37	22,56
Totalmente en desacuerdo (TD)	50	30,5
Total	164	100

Fuente: Carroccio (2014).

Gráfico N° 2.
Beneficio económico del encuestado sobre el precio máximo establecido en productos regulados



Fuente: Carroccio (2014).

Análisis: En el gráfico anterior pueden observarse opiniones diversas, al manifestar un 20,73% que se encuentra totalmente de acuerdo en referencia a que los precios máximos establecidos han sido un beneficio económico, mientras que un 26,21 se manifiesta ni de acuerdo ni en desacuerdo, otro 22,56% indica estar parcialmente en desacuerdo y un 30,5% manifiesta estar totalmente en desacuerdo. Al analizar detalladamente estos datos, se puede interpretar que a pesar que se regularon los precios de los productos, las personas en una mayoría levemente superior al 50% considera que no ha sido beneficioso económicamente a nivel individual.

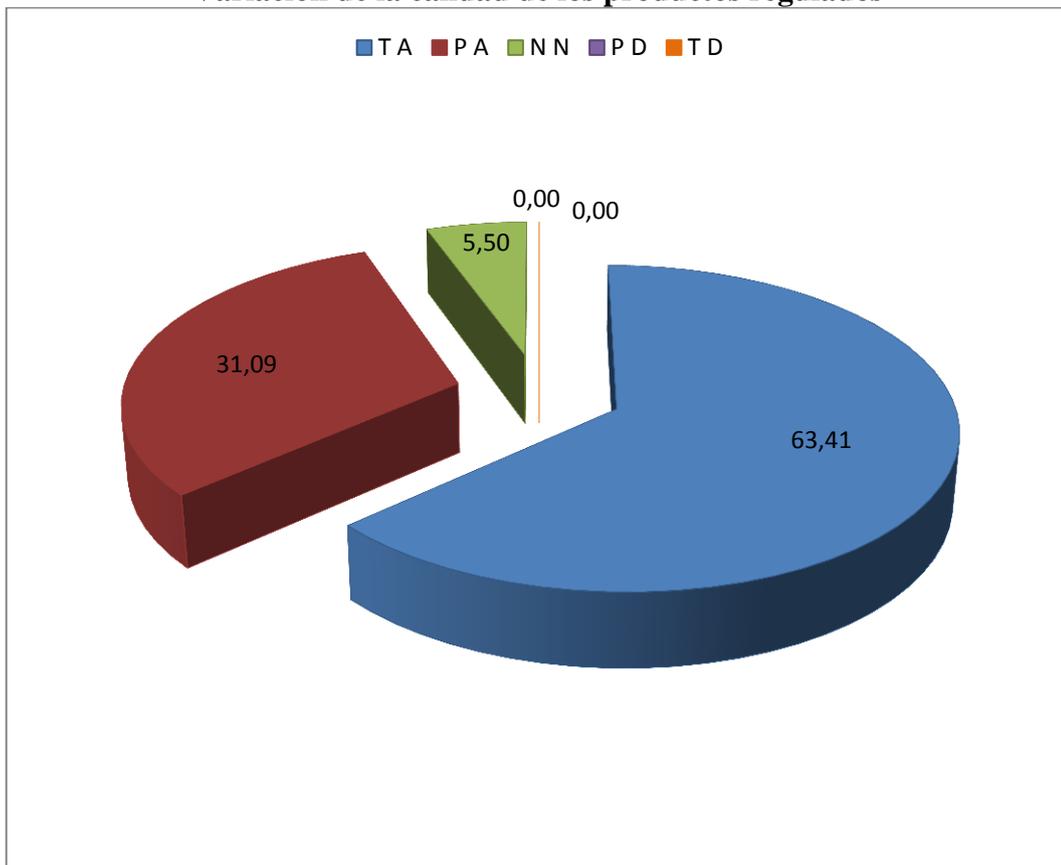
Pregunta N° 3. La calidad de los productos regulados ha variado con la regulación.

Tabla N°3.
Tabulación Pregunta 3.
Variación de la calidad de los productos regulados

Respuestas	Encuestados	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo (TA)	104	63,41
Parcialmente de acuerdo (PA)	51	31,09
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NN)	9	5,5
Parcialmente en desacuerdo (PD)	0	0
Totalmente en desacuerdo (TD)	0	0
Total	164	100

Fuente:Carroccio (2014).

Gráfico N° 3.
Variación de la calidad de los productos regulados



Fuente:Carroccio (2014).

Análisis: Los clientes encuestados manifestaron en un 63,41% estar totalmente de acuerdo y en un 31,09% parcialmente de acuerdo con respecto a que la calidad de los productos a variado con la regulación, en ese sentido, puede decirse que a pesar de tener controles de calidad establecidos, la regulación puede estar incidiendo en el proceso productivo de los productos regulados de forma negativa, del mismo modo los productores pueden estar modificando los estándares de calidad.

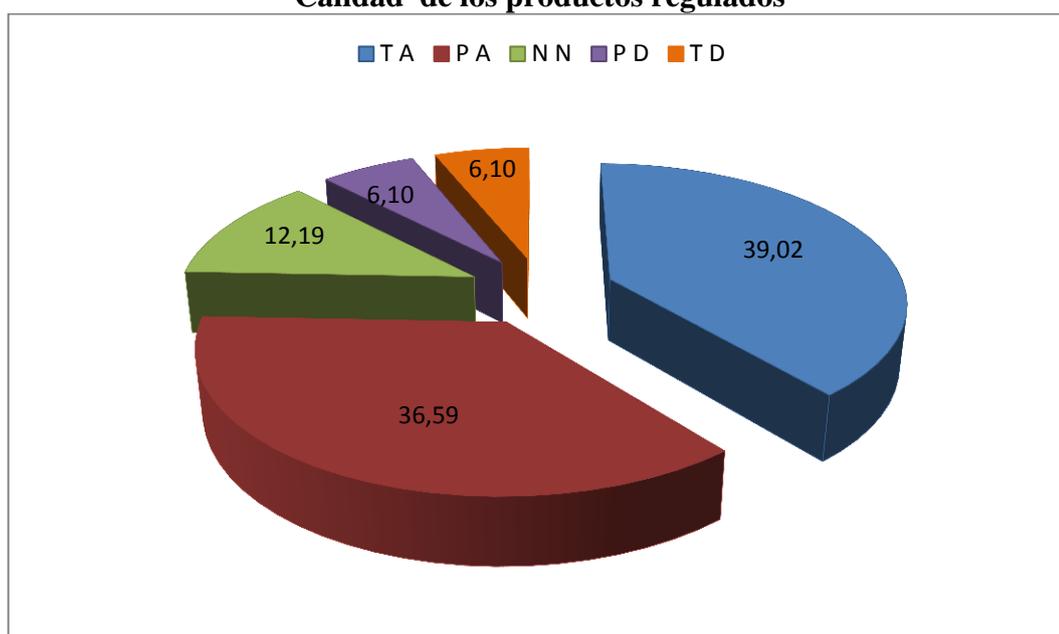
Pregunta N° 4. Los productos regulados son de buena calidad.

Tabla N°4.
Tabulación Pregunta 4.
Calidad de los productos regulados

Respuestas	Encuestados	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo (TA)	64	39,02
Parcialmente de acuerdo (PA)	60	36,59
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NN)	20	12,19
Parcialmente en desacuerdo (PD)	10	6,10
Totalmente en desacuerdo (TD)	10	6,10
Total	164	100

Fuente: Carroccio (2014).

Gráfico N° 4.
Calidad de los productos regulados



Fuente: Carroccio (2014).

Análisis: Al preguntarles a los clientes si los productos regulados son de calidad, éstos respondieron en un 39,02% estar totalmente de acuerdo, y un 36,59% manifestó estar parcialmente de acuerdo. Sólo un 12,20% indicó estar total o parcialmente en desacuerdo, lo que significa que a pesar de las variaciones los productos regulados mantienen parámetros de calidad.

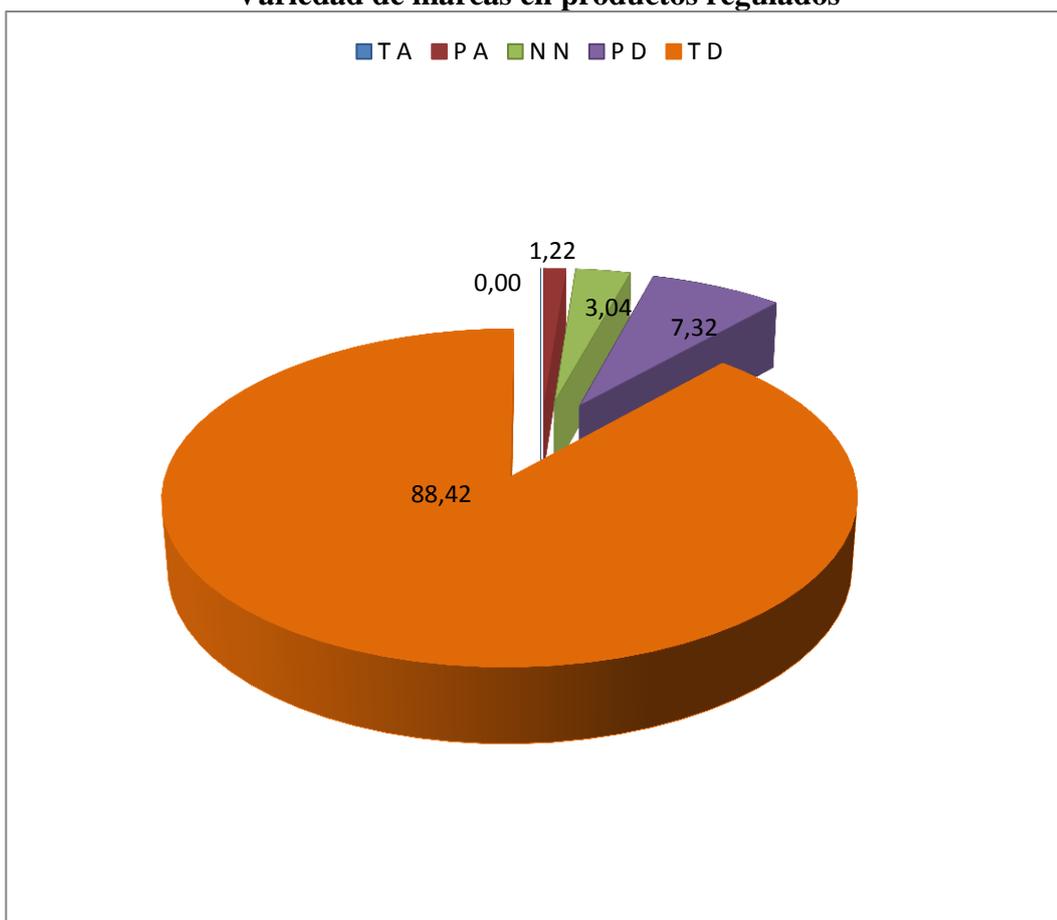
Pregunta N° 5. Puedo conseguir variedad de marcas en los productos regulados.

Tabla N°5.
Tabulación Pregunta 5.
Variedad de marcas en productos regulados

Respuestas	Encuestados	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo (TA)	0	0
Parcialmente de acuerdo (PA)	2	1,22
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NN)	5	3,04
Parcialmente en desacuerdo (PD)	12	7,32
Totalmente en desacuerdo (TD)	145	88,42
Total	164	100

Fuente: Carroccio (2014).

Gráfico N° 5.
Variedad de marcas en productos regulados



Fuente: Carroccio (2014).

Análisis: Los clientes indicaron en un 95,74% estar total o parcialmente en desacuerdo con respecto a que existe variedad de marcas en los productos regulados, en este sentido se puede decir que los clientes se encuentran limitados en referencia a la diversidad de marcas en la oferta de los mismos, lo que se puede indicar como una consecuencia negativa de la regulación.

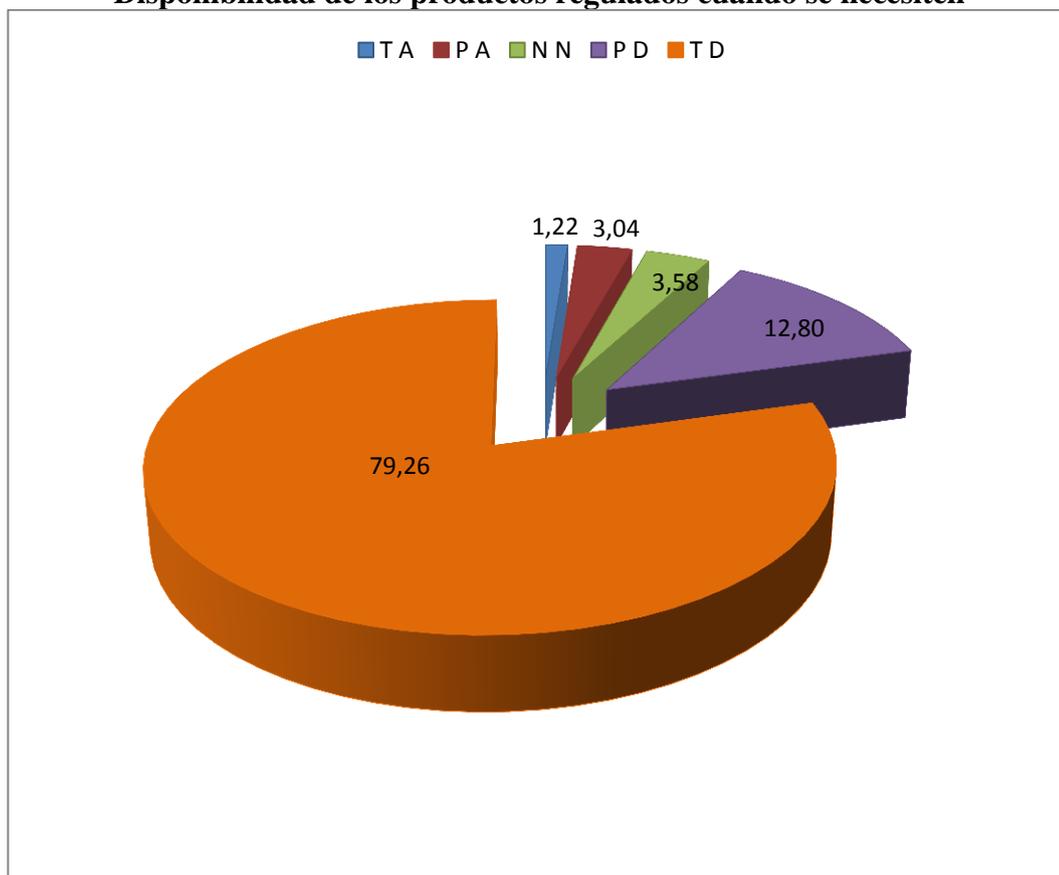
Pregunta N° 6. Los productos regulados están disponibles cada vez que necesito comprarlos.

Tabla N°6
Tabulación Pregunta 6.
Disponibilidad de los productos regulados cuando se necesiten

Respuestas	Encuestados	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo (TA)	2	1,22
Parcialmente de acuerdo (PA)	5	3,04
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NN)	6	3,58
Parcialmente en desacuerdo (PD)	21	12,8
Totalmente en desacuerdo (TD)	130	79,26
Total	164	100

Fuente: Carroccio (2014).

Gráfico N° 6.
Disponibilidad de los productos regulados cuando se necesiten



Fuente: Carroccio (2014).

Análisis: Los clientes indican en un 92,06% estar total o parcialmente en desacuerdo en relación a la disponibilidad de los productos regulados cada vez que necesitan adquirirlos, esta situación se puede analizar como ausencia de oferta suficiente para satisfacer la demanda de los clientes, por lo que esto incide negativamente en la calidad de vida de los mismos.

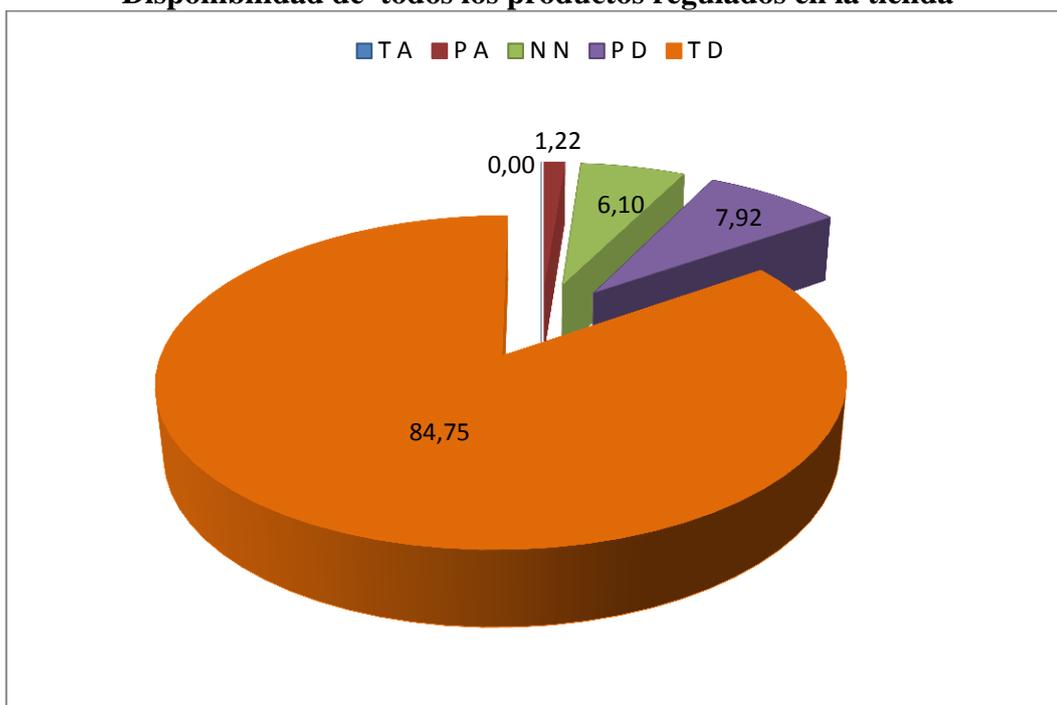
Pregunta N° 7. La tienda tiene todos los productos regulados.

Tabla N°7
Tabulación Pregunta 7.
Disponibilidad de todos los productos regulados en la tienda

Respuestas	Encuestados	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo (TA)	0	0
Parcialmente de acuerdo (PA)	2	1,22
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NN)	10	6,10
Parcialmente en desacuerdo (PD)	13	7,92
Totalmente en desacuerdo (TD)	139	84,75
Total	164	100

Fuente: Carroccio (2014).

Gráfico N° 7.
Disponibilidad de todos los productos regulados en la tienda



Fuente: Carroccio (2014).

Análisis: Los clientes manifiestan en un 92,67% estar total o parcialmente en desacuerdo, en relación con que las tiendas tienen todos los productos regulados, lo que significa que sería muy poco común el abastecimiento pleno en regulación, es decir, que los clientes puedan encontrar todos los productos regulados.

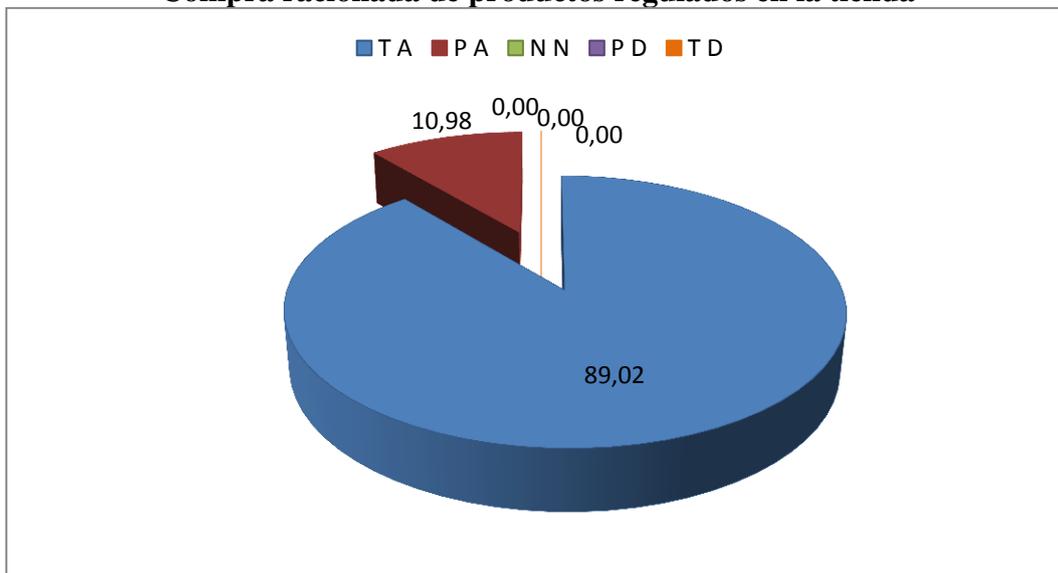
Pregunta N° 8. He tenido que comprar los productos regulados de forma racionada en la tienda.

Tabla N°8
Tabulación Pregunta 8.
Compra racionada de productos regulados en la tienda

Respuestas	Encuestados	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo (TA)	146	89,02
Parcialmente de acuerdo (PA)	18	10,98
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NN)	0	0
Parcialmente en desacuerdo (PD)	0	0
Totalmente en desacuerdo (TD)	0	0
Total	164	100

Fuente: Carroccio (2014).

Gráfico N° 8.
Compra racionada de productos regulados en la tienda



Fuente: Carroccio (2014).

Análisis: Los clientes manifiestan en un 100 % estar total o parcialmente de acuerdo con que han tenido que adquirir los productos regulados de forma racionada, lo que significa que no existe la capacidad de abastecimiento para que se cubran todas las necesidades de consumo de los clientes.

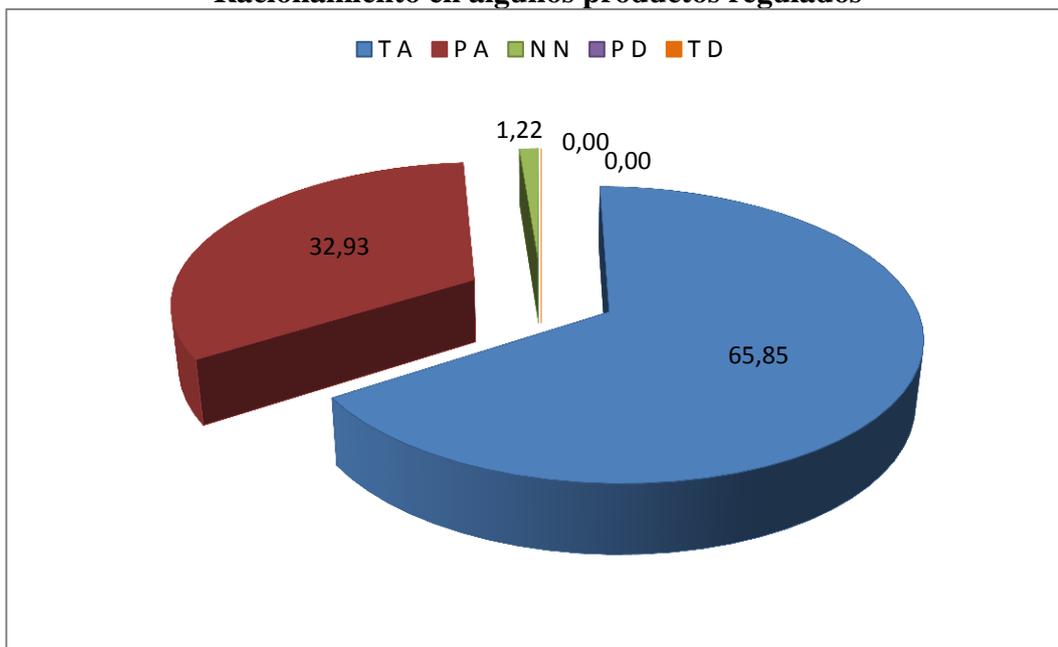
Pregunta N° 9. El racionamiento sólo se ha producido en algunos productos regulados.

Tabla N°9
Tabulación Pregunta 9.
Racionamiento en algunos productos regulados

Respuestas	Encuestados	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo (TA)	108	65,85
Parcialmente de acuerdo (PA)	54	32,93
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NN)	2	1,22
Parcialmente en desacuerdo (PD)	0	0
Totalmente en desacuerdo (TD)	0	0
Total	164	100

Fuente: Carroccio (2014).

Gráfico N° 9.
Racionamiento en algunos productos regulados



Fuente: Carroccio (2014).

Análisis: Un 98,78% de los clientes manifiestan estar total o parcialmente de acuerdo con que el racionamiento en la compra de los productos regulados sólo se ha producido en algunos de ellos, lo que significa que el racionamiento no es total, lo que a su vez indica que existe un abastecimiento parcial con racionamientos igualmente parciales.

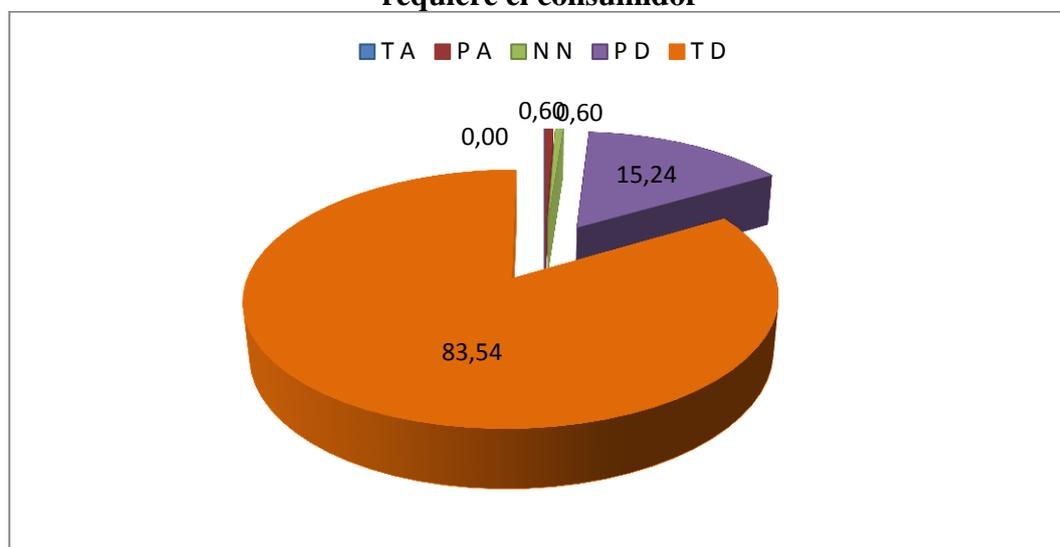
Pregunta N° 10. El racionamiento ha afectado a la mayoría de los productos regulados que usted requiere.

Tabla N° 10
Tabulación Pregunta 10.
Racionamiento afectado a la mayoría de los productos regulados que requiere el consumidor

Respuestas	Encuestados	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo (TA)	0	0
Parcialmente de acuerdo (PA)	1	0,60
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NN)	1	0,60
Parcialmente en desacuerdo (PD)	25	15,24
Totalmente en desacuerdo (TD)	137	83,54
Total	164	100

Fuente: Carroccio (2014).

Gráfico N° 10.
Racionamiento afectado a la mayoría de los productos regulados que requiere el consumidor



Fuente: Carroccio (2014)

Análisis: De acuerdo con los datos recabados, el 98,78% de los encuestados consideran que el racionamiento ha afectado la mayoría de los productos regulados, lo que indica que no está extendido a todos ellos, el racionamiento puede ser rotativo de acuerdo a la oferta disponible de los productos, pero de forma general, por lo menos ocasionalmente todo producto regulado se raciona.

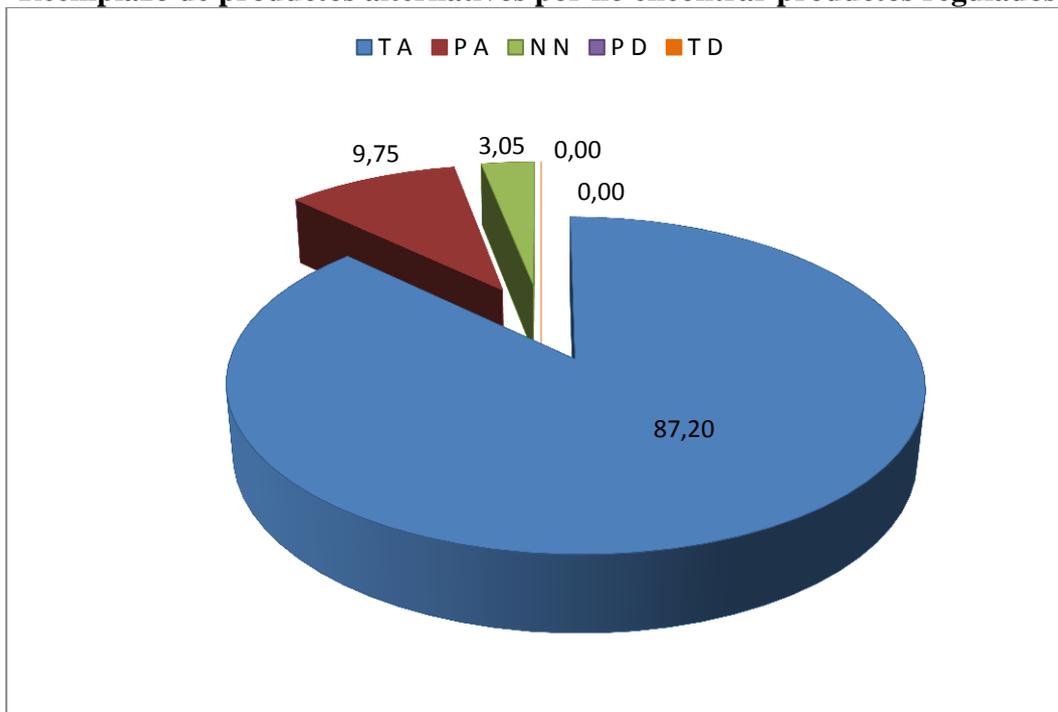
Pregunta N° 11. He tenido que utilizar productos alternativos por no encontrar los productos regulados.

Tabla N°11
Tabulación Pregunta 11.
Reemplazo de productos alternativos por no encontrar productos regulados

Respuestas	Encuestados	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo (TA)	143	87,2
Parcialmente de acuerdo (PA)	16	9,75
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NN)	5	3,05
Parcialmente en desacuerdo (PD)	0	0
Totalmente en desacuerdo (TD)	0	0
Total	164	100

Fuente: Carroccio (2014).

Gráfico N° 11.
Reemplazo de productos alternativos por no encontrar productos regulados



Fuente: Carroccio (2014).

Análisis: Los clientes manifiestan estar total o parcialmente de acuerdo en un 96,95% con que han tenido que utilizar productos alternativos al no encontrar los productos regulados, esto puede interpretarse como el cambio de preferencia de

los consumidores de manera forzada al no estar satisfecha en su totalidad la demanda, cancelando precios más altos para cubrir sus necesidades con productos equivalentes a los regulados, o distintos a las marcas acostumbradas a adquirir.

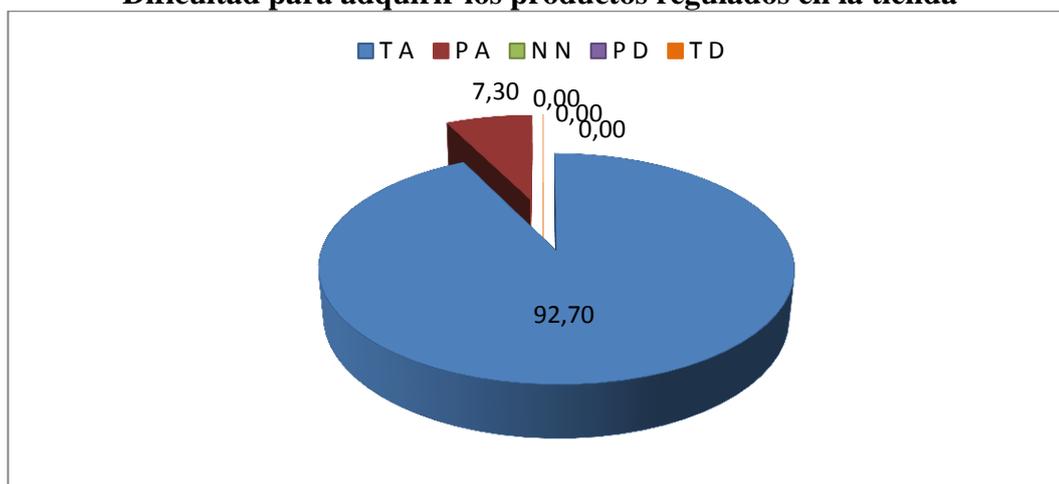
Pregunta N° 12. Los productos regulados son difíciles de conseguir en la tienda.

Tabla N° 12
Tabulación Pregunta 12.
Dificultad para adquirir los productos regulados en la tienda

Respuestas	Encuestados	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo (TA)	152	92,7
Parcialmente de acuerdo (PA)	12	7,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NN)	0	0
Parcialmente en desacuerdo (PD)	0	0
Totalmente en desacuerdo (TD)	0	0
Total	164	100

Fuente: Carroccio (2014).

Gráfico N° 12.
Dificultad para adquirir los productos regulados en la tienda



Fuente: Carroccio (2014).

Análisis: De acuerdo al gráfico anterior el 100% de los clientes encuestados expresa estar total o parcialmente de acuerdo con que existe dificultad para

conseguir los productos regulados en la tienda, lo que confirma los problemas de abastecimiento identificados anteriormente.

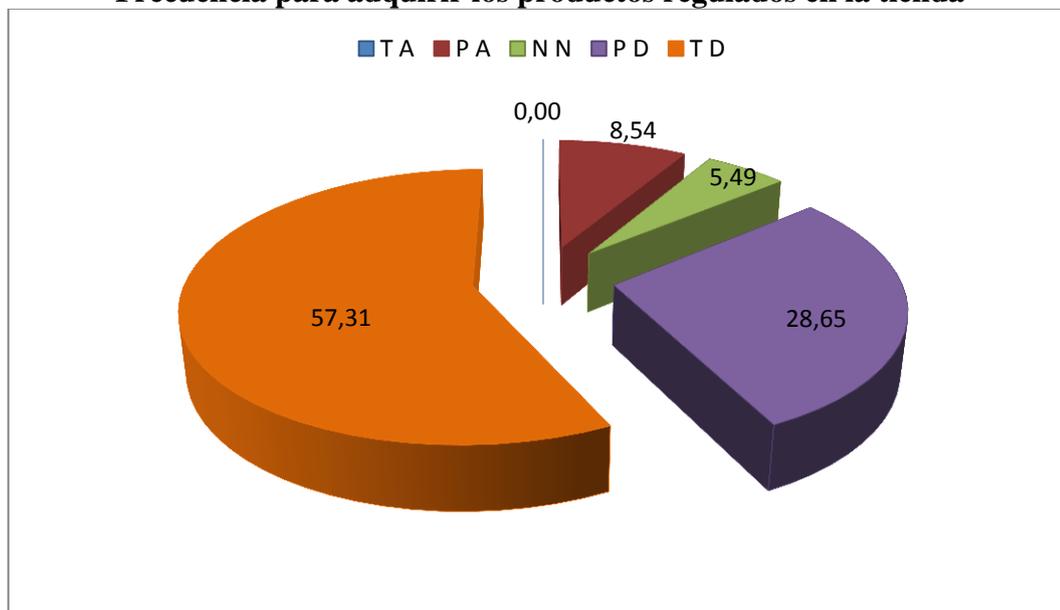
Pregunta N° 13. Los productos regulados los encuentro con frecuencia en la tienda.

Tabla N°13
Tabulación Pregunta 13.
Frecuencia para adquirir los productos regulados en la tienda

Respuestas	Encuestados	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo (TA)	0	0
Parcialmente de acuerdo (PA)	14	8,54
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NN)	9	5,49
Parcialmente en desacuerdo (PD)	47	28,65
Totalmente en desacuerdo (TD)	94	57,31
Total	164	100

Fuente: Carroccio (2014).

Gráfico N° 13.
Frecuencia para adquirir los productos regulados en la tienda



Fuente: Carroccio (2014).

Análisis: En relación a si los clientes encuentran con frecuencia los productos regulados en la tienda, un 85,96% de los mismos manifestaron estar parcial o

totalmente en desacuerdo con esta afirmación, de tal modo que se confirma la dificultad existente para encontrar los productos regulados en las tiendas estudiadas del Municipio Valencia.

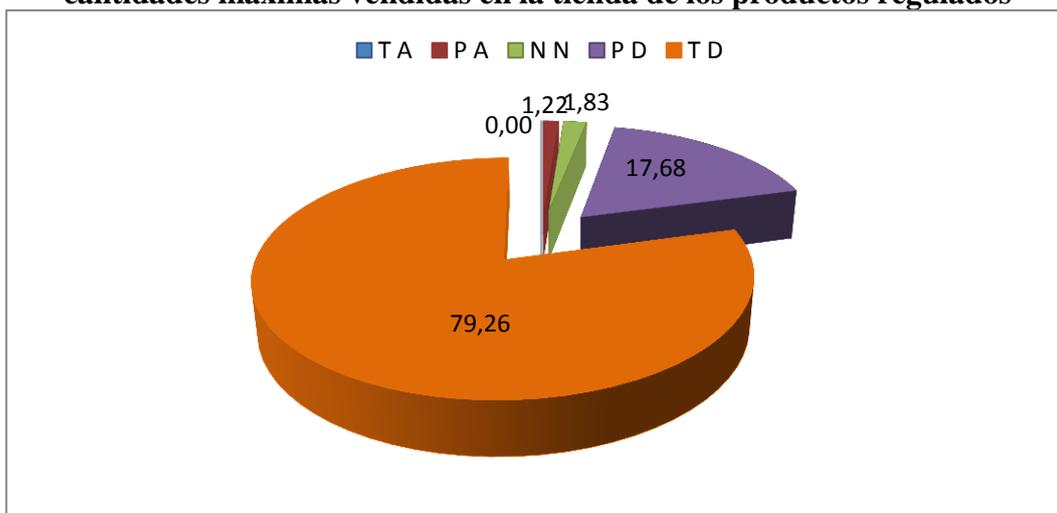
Pregunta N° 14. Las cantidades máximas que venden en la tienda de los productos regulados son suficientes para abastecer mis necesidades.

Tabla N°14
Tabulación Pregunta 14.
Abastecimiento suficiente de las necesidades del consumidor por las cantidades máximas vendidas en la tienda de los productos regulados

Respuestas	Encuestados	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo (TA)	0	0
Parcialmente de acuerdo (PA)	2	1,22
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NN)	3	1,83
Parcialmente en desacuerdo (PD)	29	17,68
Totalmente en desacuerdo (TD)	130	79,26
Total	164	100

Fuente: Carroccio (2014).

Gráfico N° 14.
Abastecimiento suficiente de las necesidades del consumidor por las cantidades máximas vendidas en la tienda de los productos regulados



Fuente: Carroccio (2014).

Análisis: En cuanto a las cantidades máximas vendidas en las tiendas a cada cliente, los mismos manifestaron estar total o parcialmente en desacuerdo en un 96,94% indicando que tales cantidades no son suficientes para satisfacer sus necesidades, lo cual indica que el racionamiento reduce la posibilidad de cubrir en su totalidad la demanda individual de cada cliente.

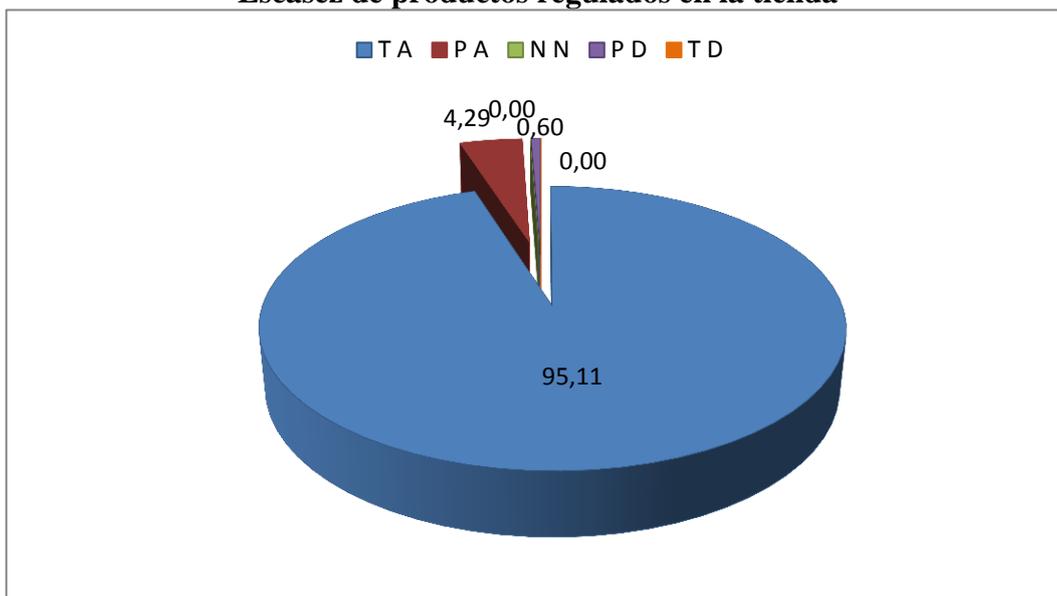
Pregunta N° 15. Hay escasez de los productos regulados en la tienda.

Tabla N° 15
Tabulación Pregunta 15.
Escasez de productos regulados en la tienda

Respuestas	Encuestados	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo (TA)	156	95,11
Parcialmente de acuerdo (PA)	7	4,29
Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NN)	0	0
Parcialmente en desacuerdo (PD)	1	0,60
Totalmente en desacuerdo (TD)	0	0
Total	164	100

Fuente: Carroccio (2014).

Gráfico N° 15.
Escasez de productos regulados en la tienda



Fuente: Carroccio (2014).

Análisis: Un 99,4% de los clientes encuestados manifiesta que existe escasez de los productos regulados en la tienda, lo cual se puede interpretar como la percepción que tienen los mismos a nivel general de todos los indicadores anteriormente descritos en cada uno de los gráficos.

Parte II. Presentación de los Resultados de la Entrevista
Cuadro N° 2. Resultados de la Entrevista. Categoría Efectos en las Ventas de la Regulación

¿Qué efectos ha tenido sobre las ventas la regulación de precios emanada a partir de la Ley Orgánica de Precios Justos?	Opinión de los entrevistados	Análisis General
Informante I	Las ventas se han mantenido, el problema son las ganancias que han bajado, y las consecuencias que eso trae.	Los entrevistados coinciden en su mayoría en que la Ley Orgánica de Precios Justos les ha traído carga de trabajo en el área administrativa, manifiestan desinformación, además indican que la implementación del mencionado texto legal ha generado una reacción adversa en las ventas de cada tienda. Todo esto se puede interpretar como una consecuencia negativa que se expresa en la disminución de las ventas a partir de la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Precios Justos. Específicamente la providencia de la Gaceta Oficial número 39.894
Informante II	Bueno el principal aspecto son las ventas, no son iguales por que no hay la misma cantidad de productos, han tenido una reducción y los márgenes de ganancias también. Además tenemos la responsabilidad de regular la cantidad de productos, eso es una carga administrativa que no teníamos antes.	
Informante III	Las ventas en general han bajado, los productos regulados escasean, y eso impacta las ventas en todo, si la gente encuentra lo que busca se queda, se siente agrada en la tienda, da una vuelta por los pasillos y puede comprar unas dos o tres cosas más, mientras que en la situación actual sino encuentra lo que busca se va rápido a ver dónde lo consigue.	
Informante IV	Bueno administrativamente hay controles con los que tenemos que cumplir, tener los listados disponibles a los clientes y hacer la actualización de costos con todos los productos, eso nos ha sobrecargado de trabajo bastante.	
Informante V	Hemos tenido que adaptarnos a las nuevas exigencias de la Ley, tenemos que cumplir con todas las exigencias y muchas veces hay poca información, entonces tenemos que averiguar con el personal de asesoría administrativa y legal, son horas y horas de trabajo, porque si no te multan.	

Fuente: Carroccio (2014)

Cuadro N° 3. Resultados de la Entrevista. Categoría Efectos en el Sistema de Compras de la Regulación

¿Cómo ha sido afectado el sistema de compras por la Ley Orgánica de Precios Justos?	Opinión de los entrevistados	Análisis General
Informante I	No tengo información, sólo hago los pedidos, lo que puedo decir es que los productos regulados llegan escasos, nunca llega la cantidad pedida ni con la frecuencia necesaria para que siempre esté disponible en los anaqueles.	Los sistemas de compras se mantienen en la misma situación a nivel operativo a partir de la regulación, sólo que sus solicitudes no son respondidas oportuna y en las cantidades solicitadas por los proveedores, traducándose en desabastecimiento en las tiendas.
Informante II	Nosotros somos los encargados de hacer los pedidos de toda la región a la central, ellos nos dicen que pasemos las requisiciones igualmente, pero que no existe garantía de que lleguen los pedidos en cantidad y fecha solicitados, llega lo que llega y ya... Los pedidos se hacen para cumplir la formalidad.	
Informante III	Bueno hay que estar llamando continuamente, para saber cuándo llegarán unas cuantas cajas de esto o de aquello... Los pedidos se hacen, pero más o menos el 60% en los productos regulados no llega.	
Informante IV	Se hacen pedidos, pero que llegue la mercancía... jejeje. Hay que trabajar con lo poco que llega cuando llega, los clientes se quejan...	
Informante V	Todo sigue igual, sólo que la gran cantidad de los pedidos de mercancía regulada no llega porque los proveedores no tienen.	

Fuente: Carroccio (2014)

Cuadro N° 4. Resultados de la Entrevista. Categoría Efectos en el Sistema de Compras de la Regulación

¿Cómo se han comportado los índices de utilidad en los productos con precios congelados a partir de la regulación de precios?	Opinión de los entrevistados	Análisis General
Informante I	Pues a la baja evidentemente, la Ley dice que el máximo de ganancias es de 30%, sin embargo hay productos a los que si les agregas los costos indirectos, como bolsas, factura, electricidad, local, mantenimiento, sueldos etc, te arrojan pérdidas.	Todos los entrevistados coinciden en manifestar que la Ley Orgánica de Precios Justos ha traído, disminución en la utilidad de las tiendas, indicando que con los costos indirectos, y el escenario inflacionario del país las tiendas incurren en pérdidas al vender estos productos.
Informante II	A esos productos no se les gana casi nada, imagínate, hay productos que sin incluir los costos indirectos la utilidad es de 40 céntimos, si lo pagan con débito ya estamos perdiendo porque cuesta 12 BsF y la comisión bancaria del débito es de 1,5%	
Informante III	Los productos regulados se venden prácticamente como un servicio público, la utilidad es mínima y no alcanza para cubrir los costos indirectos. A partir de la regulación las utilidades bajaron, porque evidentemente esos productos tienen los mismos costos indirectos y los mismos procedimientos administrativos que los no regulados.	
Informante IV	La utilidad... Si te refieres a las ganancias aunque eso lo manejan directamente en Caracas, no hace falta ser un genio para darse cuenta que han bajado, porque los productos siguen regulados y nuestros costos han aumentado, con los aumentos de sueldo, de materiales para facturación, administrativos, de mantenimiento, etc.	
Informante V	Las utilidades han ido a la baja. En un escenario nacional de inflación de 56% oficial, no puedes seguir vendiendo por mucho tiempo las cosas al mismo precio... Lo que te puedo decir es que esos productos son una pérdida para tienda.	

Fuente: Carroccio (2014)

Cuadro N° 5. Resultados de la Entrevista. Categoría Beneficios obtenidos de la venta de los productos regulados

¿Cómo considera los beneficios obtenidos de la venta de productos regulados?	Opinión de los entrevistados	Análisis General
Informante I	Los beneficios son para los clientes, pueden obtener los productos a un costo más bajo, para la tienda, creo que ninguno.	Los entrevistados manifiestan que solamente representa un beneficio el precio de los productos para los clientes, sin embargo consideran que se debe evaluar todos los aspectos tales como abastecimiento y las colas para adquirirlos.
Informante II	Bueno para quienes compran hay evidentemente un beneficio, los productos salen más baratos, sin embargo por otro lado tienes el desabastecimiento en los productos, habría que ver si de verdad es un beneficio el costo, puesto que no siempre están disponibles a los clientes, eso es algo que deberías indagar con ellos.	
Informante III	Lógicamente adquirir los productos más económicos para los clientes, pero también hay que ver las colas que tienen que hacer los clientes y que la mayoría de las veces no hay... Para mí son más los perjuicios que los beneficios.	
Informante IV	Desde mi punto de vista como gerente de tienda, para el negocio no trae ningún beneficio.	
Informante V	Solamente un poco más barato para los clientes, ellos a veces manifiestan que no importa que estuviesen más caros pero que se consiguieran.	

Fuente: Carroccio (2014)

Cuadro N° 6. Resultados de la Entrevista. Categoría estimación de las ventas de los productos regulados

¿Cómo estiman las ventas de los productos regulados?	Opinión de los entrevistados	Análisis General
Informante I	Como te mencioné, estos productos se les gana poco o generan pérdidas, las estimaciones que se hacen son muy pocas, puesto que no sabe cuándo llegan, para las estimaciones de utilidades prácticamente nos e toman en cuenta.	Las personas entrevistadas manifiestan que por el desabastecimiento generado a partir del despacho de los proveedores, estiman montos de ventas iguales a los meses anteriores, pero en la actualidad indican que la tendencia es a la reducción en el despacho, es decir, mayor desabastecimiento.
Informante II	Por el problema de desabastecimiento no estamos realizando estimaciones reales, colocamos la cantidad de productos vendidos del mes pasado, pero cada vez llegan menos, en los últimos tres meses la tendencia ha sido mayor escasez, así que estimamos vender cada vez menos.	
Informante III	No incluimos estimaciones apegadas a la realidad, esperamos que lleguen los productos simplemente y los vendemos.	
Informante IV	Se estima de forma muy compleja, se toman los valores del mes inmediato anterior y se espera que llegue la misma cantidad, es lo lógico, pero la tendencia es que cada vez llega menor cantidad.	
Informante V	Prácticamente estos productos no tienen un impacto positivo en el negocio, se estiman para que esté en el papel, pero nunca sabes lo que va a llegar el mes siguiente, por lo general siempre es menos, esa ha sido la tendencia.	

Fuente: Carroccio (2014)

Cuadro N° 7. Resultados de la Entrevista. Categoría márgenes de ganancia o pérdida que generan la venta de los productos regulados

¿Qué margen de ganancia o pérdida reporta la venta de productos regulados?	Opinión de los entrevistados	Análisis General
Informante I	Las ganancias son mínimas, diría que el máximo es de un 10% sólo en algunos productos, en los que generan pérdidas también son bajas, es como de un 5% a 10%.	Los entrevistados coinciden en indicar que las ganancias no superan el 10% como máximo, y que en algunos productos regulados experimentan pérdidas hasta de 10%, lo que puede interpretarse como productos de riesgo no atractivos para la venta desde el punto de vista de la empresa.
Informante II	No manejo cifras exactas en este momento pero la tendencia es ganar cada vez menos hasta perder en algunos productos, eso nunca se había visto desde que estoy trabajando aquí.	
Informante III	Te puedo decir que las ganancias son irrisorias sólo en algunos rubros, en otros hay pérdidas, el porcentaje no impacta tanto a la tienda por el volumen de ventas.	
Informante IV	Las ganancias son de apenas 5% o 7% en algunos productos, y las pérdidas están ya casi por el 10% en algunos.	
Informante V	Las ganancias son mínimas, y ya estamos experimentando pérdidas al incluir los costos indirectos, de hasta un 10% en algunos productos.	

Fuente: Carroccio (2014)

Cuadro N° 8. Resultados de la Entrevista. Categoría Efectos de la regulación de precios en los inventarios de la tienda

¿Cómo ha afectado la regulación de precios a los inventarios de la tienda?	Opinión de los entrevistados	Análisis General
Informante I	La regulación de precios ha significado que los productos regulados ya no tienen inventario, lo que llega se vende, no pasa de horas...	De acuerdo con los gerentes entrevistados, la regulación de precios ha traído como consecuencia el desabastecimiento de los inventarios de las tiendas en los productos regulados, a tal punto que no se almacena la mercancía sino que luego de ser registrada se pone a disposición de los clientes.
Informante II	Los inventarios de los productos regulados están en cero, no los almacenamos porque nos pueden acusar de acaparadores, los ponemos en las mismas paletas cuando llegan en los pasillos de las tiendas, o en las cajas, para que los clientes puedan llevar la cantidad permitida por persona.	
Informante III	Los inventarios de esos productos no existen, cuando llega el lote se pone a la venta y desaparece en un par de horas, los que duran un poco más son las medicinas, uno o dos días, no más de allí.	
Informante IV	Bueno las medicinas duran un poquito, pero no llega más de una caja, así que están directamente en el stock de venta, no almacenamos nada.	
Informante V	El desabastecimiento no da lugar a inventario, lo que llega se registra, se pone a disposición del cliente y se vende.	

Fuente: Carroccio (2014)

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de todo el análisis presentado, es necesario resumir y concretar los aspectos más relevantes de la investigación y el significado de los mismos, por tanto a continuación se plantean de acuerdo con los objetivos específicos planteados en el estudio las conclusiones:

Identificar las ventajas y desventajas que ha tenido la aplicación de la Ley Orgánica de Precios Justos en las tiendas Farmatodo del Municipio Valencia, Estado Carabobo.

En relación a la identificación de las ventajas y desventajas que ha tenido la aplicación de la Ley Orgánica de Precios Justos en las tiendas de conveniencia casos de estudio, que permita dar cumplimiento al primer objetivo específico, y a través de la información recabada en los instrumentos aplicados a los encuestados y entrevistados, se recabo lo siguiente:

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none">➤ La regulación de precios ha significado para los clientes que los adquieren en las tiendas, que se garantice el acceso en cuanto al precio de los mismos, de acuerdo con los resultados de cuestionario un 92% de los clientes considera que los precios son accesibles a su presupuesto, opinión que es ratificada por los gerentes de las tiendas, identificándola como la principal ventaja.	<ul style="list-style-type: none">➤ El desabastecimiento es la primera desventaja que se puede identificar, ya que ante la baja en la producción de los proveedores por razones diversas, y la regulación, lo cual permite el acceso a los productos a casi todas las personas, estos desaparecen rápidamente de los anaqueles, y no son repuestos eficientemente por no existir la disponibilidad de los mismos.

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="347 527 816 848">➤ La situación de accesibilidad presupuestaria, representa una ventaja para el vendedor, ya que genera aumentos en la demanda, lo que disminuye también la posibilidad de almacenamiento por parte de las tiendas y el acaparamiento de los productos en las mismas. <li data-bbox="347 890 816 1142">➤ La regulación de precios permite también que la inflación general del país no afecte tales productos, los cuales son considerados de primera o segunda necesidad, especialmente las medicinas. 	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="881 527 1351 890">➤ La situación de accesibilidad presupuestaria, genera aumentos en la demanda, lo que disminuye también la posibilidad de almacenamiento por parte de las tiendas y el acaparamiento de los productos en las mismas. Siendo esta una desventaja para los clientes a la hora de adquirir los productos. <li data-bbox="881 932 1351 1184">➤ Del desabastecimiento también se genera como consecuencia, que los clientes deban recorrer varios establecimientos para conseguir el producto que necesitan, o en el peor de los casos, no pueden adquirirlo. <li data-bbox="881 1226 1351 1541">➤ Para las tiendas, la regulación de precios trae como consecuencia mayores controles y trámites administrativos, lo que significa mayor carga de trabajo que puede ser aprovechada en otros aspectos como servicio y atención al cliente, supervisión, entre otros.

Analizar las variables cuantitativas económicas que han incidido en la regulación de precios de venta en las tiendas Farmatodo del Municipio Valencia, Estado Carabobo

Para dar cumplimiento al segundo objetivo específico, sobre las variables cuantitativas económicas que han incidido en la regulación de precios de venta en las tiendas de conveniencia casos de estudio, a través de la información recabada en el instrumento aplicado a los entrevistados, se obtuvo la siguiente información:

- La Ley Orgánica de Precios Justos, ha traído consigo la reducción y control de las ganancias de las empresas públicas y privadas hasta un máximo de 30% del costo del producto o servicio, lo cual significa que cualquier precio por encima de este porcentaje debió ajustarse a esta Ley, por el índice inflacionario registrado durante el año 2013, de acuerdo con el BCV de 56% las tiendas Farmatodo del Municipio Valencia, Estado Carabobo, están comenzando a registrar pérdidas en los productos regulados en especial.
- De acuerdo con la información recabada, las tiendas Farmatodo han comenzado a sufrir disminuciones en su utilidad y también pérdidas en los productos regulados, de acuerdo a lo manifestado por los entrevistados, el máximo de ganancias sobre estos productos es de un 10% de su costo, mientras que las pérdidas igualmente han llegado a ubicarse en un 10%. Esto indica, que no resulta rentable para las tiendas la venta de estos productos, sin embargo, deben hacerlo de forma obligatoria de acuerdo con la Ley Orgánica de Precios Justos para garantizar el abastecimiento de los mismos.
- Las gestiones administrativas que se originan a partir de la aplicación de la Ley Orgánica de Precios Justos, genera costos adicionales, traducidos en horas de trabajo, elaboración de documentos, entre otros, que incrementan los costos indirectos y disminuye más aún las ganancias sobre estos productos.

Describir las consecuencias sociales para los clientes de la aplicación de la Ley Orgánica de Precios Justos en las tiendas Farmatodo del Municipio Valencia, Estado Carabobo

En relación a la descripción de las consecuencias sociales para los clientes de las tiendas de conveniencia, con la aplicación de la Ley Orgánica de Precios Justos, permite dar cumplimiento al tercer objetivo específico, mediante la encuesta aplicada a los clientes de las tiendas, donde se recaudó la siguiente información:

- La principal consecuencia social que se produce a partir de la aplicación de la Ley Orgánica de Precios Justos es el desabastecimiento parcial en los productos regulados, esta situación se traduce en que en algunas ocasiones los clientes de Farmatodo no puedan encontrar los mencionados productos, por tanto no pueden satisfacer sus necesidades en este sentido. Una necesidad insatisfecha, especialmente en cuanto a medicinas o alimentos, debe tenerse en cuenta por ser considerada como básica para las personas, por tanto deben estar totalmente cubiertas para garantizar la calidad de vida de los ciudadanos.
- A pesar de que los clientes consideran que los precios máximos establecidos en los productos regulados como accesibles a su presupuesto, también manifiestan en gran medida que no representa un beneficio para ellos, por tanto, si bien los precios han bajado, esto no ha beneficiado palpablemente a los ciudadanos, esa es su percepción.
- También, ante el desabastecimiento, el Estado ha implementado los racionamientos en los productos regulados, que ha afectado a la mayoría de los mismos, las tiendas Farmatodo no han escapado a esta situación, además los clientes han manifestado que las raciones que se venden no son suficientes para satisfacer sus necesidades, y que existen largas colas que realizar para

adquirir los productos con precios congelados, por lo que esta situación también representa una afectación negativa a los ciudadanos, al tener que acudir mayor número de veces para obtener cierta cantidad de productos y cubrir sus necesidades.

- Los clientes de las tiendas Farmatodo, han tenido que adquirir productos similares para sustituir los regulados, en este caso se vulnera la soberanía del consumidor ya que es este quien debe escoger el producto que desea comprar, también manifiestan la disminución de la calidad de los productos con precios congelados, por tanto esta es otra consecuencia negativa de la regulación de precios a través de la Ley Orgánica de Precios Justos.

De manera general, también se puede afirmar que:

Luego de haber recabado los datos de investigación, y realizado los análisis correspondientes, se pudo encontrar de forma general que la aplicación de la Ley Orgánica de Precios Justos ha traído como principal consecuencia una situación de desabastecimiento parcial de los productos regulados, situación que escapa al ámbito de acción de la empresa Farmatodo. De esta principal situación, se desprenden una serie de conclusiones que se plantean a continuación:

El desabastecimiento según cifras del Banco Central de Venezuela para Enero del 2014 se ubicó en un 28%, afectando económicamente a la empresa Farmatodo, ya que los clientes ante esta situación se desplazan en las tiendas en búsqueda de los productos regulados, de tal modo que si no los encuentran se movilizan a otros establecimientos dejando de realizar compras de otros productos disponibles en la tienda, ante la necesidad de encontrar los productos regulados.

A pesar de que los clientes consideran que los precios son accesibles a su presupuesto, la regulación de precios ha traído consigo el desabastecimiento, por lo que el Estado ha implementado los racionamientos en los productos regulados, por lo cual los clientes deben someterse a largas colas para poder adquirir los productos con precios congelados, además los clientes han manifestado que las raciones que se venden no son suficientes para satisfacer sus necesidades, por lo que esta situación también representa una afectación negativa a los ciudadanos, al tener que acudir mayor número de veces para obtener cierta cantidad de productos y cubrir sus necesidades.

De acuerdo con la información recabada, las tiendas Farmatodo han comenzado a sufrir disminuciones en su utilidad y también pérdidas en los productos regulados, de acuerdo a lo manifestado por los entrevistados, el máximo de ganancias sobre estos productos es de un 10% de su costo, mientras que las pérdidas igualmente han llegado a ubicarse en un 10%. Esto indica, que no resulta rentable para las tiendas la venta de estos productos, sin embargo, deben hacerlo de forma obligatoria de acuerdo con la Ley Orgánica de Precios Justos para garantizar el abastecimiento de los mismos.

Por último, es importante destacar que todas las empresas por la nueva Ley Orgánica de Precios Justos están autorreguladas, debido a que tienen topes de gastos máximos deducibles (12,5%) y topes máximos de ganancia (30%) sobre la estructura de costos del bien o servicio, lo que repercute en que deben generar listas de precios basados en estos criterios.

RECOMENDACIONES

Se recomienda tener conocimiento del marco legal vigente, que afecta a todas las personas naturales comerciantes y jurídicas públicas o privadas.

Reducir los gastos ya que según la nueva Ley Orgánica de Precios Justos el tope de gastos máximos deducibles es del 12,5% y topes máximos de ganancia del 30% sobre la estructura de costos del bien o servicio.

Revisar sus estructuras de costos en función de estar preparados en caso de liberación de la providencia según Gaceta Oficial número 39.894, que congela los precios de los 19 artículos regulados.

Establecer seguimiento continuo a las estructuras de costos para disminuir al mínimo aquellos costos que sean prescindibles y poder optimizar las ganancias y contribuir con la estabilidad y mantenimiento de precios.

Tomar como referencia sólo informaciones oficiales y desatender aquellas informaciones de fuentes diversas no autorizadas que puedan tergiversar la realidad e influir negativamente en los costos, precios y abastecimiento.

Establecer alianzas estratégicas con los proveedores, de manera que comprometan los envíos de mercancía de acuerdo con sus estimaciones de producción, para contribuir al abastecimiento de todos los productos regulados.

Crear y mantener estrategias de información de costos y precios a los clientes y consumidores de las tiendas, para que los mismos puedan identificar los precios justos, las ofertas y promociones de las tiendas y efectuar sus compras de manera asertada satisfaciendo sus necesidades.

LISTA DE REFERENCIAS

Arias, Fidas (2006). **El Proyecto de Investigación**. Editorial Espíteme 4ta Edición. Caracas-Venezuela.

Balcázar, Patricia (2005). **Investigación Cualitativa**. Universidad Autónoma de México.

Beingolea María Luz (2010) **Determinación de Costos:Apuntes de Costos II**. Universidad Pontificia Católica del Perú.

Brunet Cid, Ferran (2011) **Calidad de la regulación y competitividad en los países Euromediterráneos. Economía y Competitividad en el área Euromediterránea** Julio-Agosto 2011. N. ° 861

Constitución De La República Bolivariana De Venezuela (1999) Publicada en Gaceta Oficial del jueves 30 de diciembre de 1999, Número 36.860

Córdova García (2004). **El Cuestionario; Recomendaciones metodológicas para el diseño de un cuestionario** Editorial Limusa. México.

Delgado de Smith, Yamilé (2011). **La Investigación Social en Proceso: ejercicios y repuesta**. 1era reimpresión. Editado por la Dirección de Medios y Publicaciones de la Universidad de Carabobo.

Eli, Antte Karina (2012) **Efectos De La Regulación De Los Precios De venta En La Rentabilidad De Las Empresas De producción Avícola En Venezuela**. Trabajo de Grado No publicado Universidad de Carabobo.

Hernández, Fernando (2007). **La Regulación en México 1993-1999**. Tesis Para Optar al Título de Licenciado en Economía, Universidad Autónoma de México. Tesis Publicada.

Gonzales, Enrique (2006) **Control de precios: El bien más caro es aquél que se deja de producir**. Publicado en Veneconomía Vol. 23 No. 11 Disponible: http://www.veneconomia.com/site/files/articulos/artEsp3856_2739.pdf. Consultado, 2013, Marzo 5.

González, Enrique (2006) **Control de precios y sus distorsiones**. Publicado en Veneconomía Vol. 23 No. 12. Disponible:

http://www.veneconomia.comsite/files/articulos/artEsp3908_2785.pdf. Consultado, 2013, Marzo 5.

Gutiérrez Pérez, S.D. (2006) **La formación y el control de los precios en Cuba**. Edición electrónica. Disponible en: www.eumed.net/libros/2006c/195/. Consulta: 2013, Junio 7

Hernández Sampieri, Roberto, Carlos Collado y Pilar (2006). **Metodología de la Investigación**. Mc Graw Hill. México.

Idelfonso, Estaban (2005). **Análisis de Encuesta**. Esic Editorial. España.

Kanuk Azar y Shciffman Leon (2005). **Comportamiento del Consumidor**. Octava Edición. Editorial Prentice Hall. México.

Kerlinger, Fernand (1979). **Investigación del Comportamiento**, Tercera Edición Editorial McGraw-Hill. México.

Kotler, Phillip (2006). **Marketing Lateral**. Segunda Edición. Editorial Prentice Hall. México

Joskow Paul y Noll Roger (1999) **Regulación económica. Desregulación y reforma regulatoria durante La década de los ochenta**. Disponible: <http://www.pucp.edu.pe/economia/pdf/DDD175.pdf>.

Landeu, Rebeca (2007) **Elaboración de Trabajos de Investigación**. Primera Edición. Editorial Alfa. Caracas-Venezuela.

Keat Paul y Young Philip (2004) **Economía de Empresa**. Cuarta Edición. Pearson Educación

Krugman, Paul (2007). **Macroeconomía**. Primera Edición. Editorial Reverté. España.

Leon, Luis (2012). **Noticias 24 / Venezuela**. Disponible en: <http://www.noticias24.com/venezuela/noticia/96702/luis-vicente-leon-la-ley-de-costos-y-precios-justos-es-una-sofisticacion-del-control-economico/>. Consulta: 2013, mayo 26.

Levy Santiago (1988) **Efectos Macroeconómicos del control de precios: Un análisis de equilibrio general a corto plazo**. Universidad de Boston Departamento de Economía. Disponible en: <http://ideas.repec.org/a/emx/esteco/v3y1988i1p27-56.html>. Consulta: 2013, Junio 8

Ley de Costos y Precios Justos (2011) **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela 8.331, Decreto con fuerza de Ley**. Julio 18, 2011. Caracas Venezuela

Méndez, C. (2002). **Métodos de Investigación**. Editorial Interame

Méndez, J.L.; Oubiña, J.; Rubio, N. (2007) **La formación del precio minorista en el canal de distribución: factores determinantes del respeto al precio de los fabricantes**. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 17, núm. 4 (2008), pp. 139-156ISSN 1019-6838

Montesino, Adriana (2009). **Efectos Del Control De Precios obre La Rentabilidad De La Actividad Económica De Las Empresas Dedicadas A La producción Y Comercialización de Productos De La Cesta básica. Caso: Molinos Nacionales, C.A. (Monaca), Alimentos Heinz, C.A. y Proagro**. Trabajo de Grado No publicado.

Morton Fiona M. Scott (2001) **The Problems of Price Controls**. Yale University. Disponible en:<http://www.cato.org/sites/cato.org/files/serials/files/regulation/2001/4/morton.pdf>. Consulta: 2013, Junio 20

Narváez, Víctor (2009). **Metodología Científica y Bioestadística**. Segunda Edición. Editorial Ril Editores. Santiago-Chile.

Nicholson Walter (2005) **Teoría Microeconómica: Principios básicos y ampliaciones** Novena Edición Cenage Learnig México

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE (2011) **Hacia una gestión efectiva y dinámica en México**. Disponible en: www.nl.gob.mx/pics/pages/umr_documentos_base/Gestionpublica.pdf Consulta: 2013, Junio 7

Ortiz, Frida (2004). **Diccionario de Metodología de la Investigación Científica**. Editorial Limusa. México

Ortiz AriñoGaspar(1999),**Principios de Derecho Público Económico**. Editorial Comares. Madrid-España.

Palomo, Fernando (2012).**Tienda de Conveniencia**. Disponible en: <http://www.consumoteca.com/comercio/tiendas-de-conveniencia/tienda-de-conveniencia>. Consulta: 2013, octubre 10.

Quezada, Ángela (2001). **Comportamiento de los Costos**. Disponible en: <http://quezada.8k.com/>. Consulta: 2013, 02 de junio.

Radio Mundial (2013) **Regulación de precios es necesaria para mantener la estabilidad económica**. Disponible en: <http://www.radiomundial.com.ve/article/regulaci%C3%B3n-de-precios-es-necesaria-para-mantener-la-estabilidad-econ%C3%B3mica>. Consulta: 2013, Junio 7

Rodríguez, Ernesto (2012). **Muestra y Muestreo. Apuntes de Estadística 3 Semestre**. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. México.

Rodríguez. A, Vásquez. J, Gómez P. (2010) **La Regulación De Precios En El Mercado Farmacéutico En Colombia**. Revista de Ciencias Sociales (RCS) Vol. XVI, No. 2, Abril - Junio 2010, pp. 197 – 209 FCES – LUZISSN 1315-9518.

Ross, Sheldon (2007) **Introducción a la Estadística**. Editorial Reverté, S.A España.

Silva, Jesús Alirio (2006). **Metodología de la Investigación**. Ediciones COBO. Caracas-Venezuela

Tamayo y Tamayo, Mario (2005) **El proceso de la Investigación Científica**. Cuarta Edición. Editorial Limusa. México.

Universidad de Carabobo (2011) **Normativas para los Trabajos de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo**. Bárbula: Autor. Venezuela.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2006). **Manual de Trabajo de Especialización y Maestrías y Tesis Doctorales**. 3ra Reimpresión. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Caracas. Venezuela.

Vargas Andreina (2013). **Farmacias piden protección por regulación de medicinas**. Tomado del diario digital el Tiempo. Disponible: <http://eltiempo.com.ve/venezuela/consumo/farmacias-piden-proteccion-por-regulacion-de-medicinas/75782>. Consultado, 2013, Marzo 5.

ANEXOS

**ANEXO I
CUESTIONARIO**

Cuestionario

Estimado Trabajador, a continuación se presenta el siguiente cuestionario el cual sirve como instrumento de recolección de datos para el Trabajo de Grado titulado “EFECTOS DE LA LEY DE COSTOS Y PRECIOS JUSTOS EN LAS TIENDAS DE CONVENIENCIA DEL ESTADO CARABOBO. CASO DE ESTUDIO: TIENDAS FARMATODO DEL MUNICIPIO VALENCIA”.

El mismo está siendo elaborado por la Bachiller Viviana Carroccio, para ser presentado en la Universidad de Carabobo. Se espera poder contar con su valiosa colaboración, tenga en cuenta que los datos recabados serán tratados con estricta confidencialidad y anonimato por la investigadora, y sólo serán utilizados con fines académicos.

Siga las siguientes indicaciones para responder:

1. Lea detalladamente cada pregunta, y responda cada una marcando con una (X) la opción que Usted considere como correcta.
2. Marque una sola opción por cada pregunta.
3. Si tiene alguna duda consulte con la investigadora para que sea aclarada.
4. Si no conoce la respuesta a alguna pregunta por favor no marque ninguna opción en la misma.

Respuestas

Totalmente de Acuerdo = **TA**; Parcialmente de acuerdo = **PA**; Ni de acuerdo ni en desacuerdo = **NN**; Parcialmente en desacuerdo = **PD**; Totalmente en desacuerdo = **TD**

Preguntas	TA	PA	NN	PD	TD
1. Los precios máximos establecidos en los productos regulados son accesibles a mi presupuesto					
2. Los precios máximos establecidos en los productos regulados han sido un beneficio económico para mi					
3. La calidad de los productos regulados ha variado con la regulación					
4. Los productos regulados son de buena calidad					
5. Puedo conseguir variedad de marcas en los productos regulados					
6. Los productos regulados están disponibles cada vez que necesito comprarlos					
7. La tienda tiene todos los productos regulados					
8. He tenido que comprar los productos regulados de forma racionada en la tienda					
9. El racionamiento sólo se ha producido en algunos productos regulados					
10. El racionamiento ha afectado a la mayoría de los productos regulados que usted requiere					
11. He tenido que utilizar productos alternativos por no encontrar los productos regulados					
12. Los productos regulados son difíciles de conseguir en la tienda					
13. Los productos regulados los encuentro con frecuencia en la tienda					
14. Las cantidades máximas que venden en la tienda de los productos regulados son suficientes para abastecer mis necesidades					
15. Hay escasez de los productos regulados en la tienda					

¡Muchas Gracias por su colaboración!

ANEXO II
GUÍA DE ENTREVISTA

UNIVERSIDAD DE CARABOBOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

GUÍA DE ENTREVISTA SEMI ESTRUCTURADA

- 1._ ¿Qué efectos ha tenido sobre las ventas la regulación de precios emanada a partir de la Ley de Costos y Precios Justos?
- 2._ ¿Qué efectos ha tenido sobre los costos la Ley de Costos y Precios Justos?
- 3._ ¿Cómo ha sido afectado el sistema de compras por la Ley de Costos y Precios Justos?
- 4._ ¿Cómo se han comportado los índices de utilidad en los productos regulados a partir de la regulación de precios?
- 5._ ¿Cómo considera los beneficios obtenidos de la venta de productos regulados?
- 6._ ¿Cómo estiman las ventas de los productos regulados?
- 7._ ¿Qué margen de ganancia o pérdida reporta la venta de productos regulados?
- 8._ ¿Cómo ha afectado la regulación de precios a los inventarios de la tienda?