



UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL TÁCHIRA
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO

**INCIDENCIA DEL CONTROL DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS
EN LA RENTABILIDAD DEL SECTOR FARMACÉUTICO
EN EL MUNICIPIO CRISTÓBAL ROJAS DEL ESTADO MIRANDA.
CASO DE ESTUDIO: EXPENDIO DE MEDICINAS MATALINDA, C.A.
PERÍODO 2013-2016**

**Proyecto de Trabajo de Grado para optar al
Título de Especialización en Finanzas
Línea de investigación: Finanzas**

Autor: Alba Lucía Guerrero Méndez
Tutor: MSc. Brígida Carolina Rincón Chacón

San Cristóbal, Octubre de 2017

**INCIDENCIA DEL CONTROL DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS
EN LA RENTABILIDAD DEL SECTOR FARMACÉUTICO
EN EL MUNICIPIO CRISTÓBAL ROJAS DEL ESTADO MIRANDA.
CASO DE ESTUDIO: EXPENDIO DE MEDICINAS MATALINDA, C.A.
PERÍODO 2013-2016**

Proyecto de Trabajo de Grado para optar al
Título de Especialización en Finanzas
Línea de investigación: Finanzas

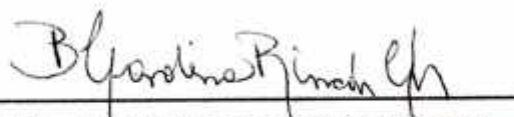
Autor: Alba Lucia Guerrero Méndez
C.I. V-15.231.285
Teléfono: 0424-1950334
E-mail: albigm@hotmail.com
Cohorte: II
Especialización: Finanzas
Tutor: MSc. Brígida Carolina Rincón Chacón

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi carácter de tutor del Trabajo de Grado presentado por Alba Lucia Guerrero Méndez, para optar al Título de Especialista en Finanzas, cuyo título es "Incidencia del Control de Precios de los Productos sobre la Rentabilidad del Sector Farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. Caso de Estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016", aprobado por el Consejo General de Postgrado, en su reunión de fecha 24 de febrero de 2016, según acta N° 130.

Considero que este trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación correspondiente.

En San Cristóbal, a los 03 días del mes de Octubre de 2017.



MSc. Brigida Carolina Rincón Chacón

C.I. V-11.506.430

E-mail: brigida_16@hotmail.com

DEDICATORIA

A Dios todopoderoso, por darme la oportunidad de tener salud y el tiempo para dedicarme a realizar este proyecto.

A mis padres, Luis y Lucia, por su paciencia y apoyo en todo momento en todo ámbito de mi carrera para la cual dedico cada uno de mis logros.

A mis hermanos, Handri y John, por su dedicación y sustento financiero brindado a lo largo de esta especialización.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por llenar mi vida de bendiciones cada día.

A mi tutora, Carolina, por creer en mí de que sí se podía lograr este objetivo y por brindarme todos sus conocimientos metodológicos para realizar con éxito este trabajo.

Al MSc. Yeni, por abrir las puertas de su compañía para compartir toda la información necesaria sin ningún contratiempo.

Al resto de mi familia, que en cualquier momento fueron mi soporte y apoyo para resolver y culminar mi investigación.

ÍNDICE GENERAL

	PP
DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
ÍNDICE DE CUADROS.....	8
RESUMEN.....	9
INTRODUCCIÓN.....	10
CAPÍTULOS.....	21
I. NORMATIVA LEGAL QUE REGULA EL CONTROL DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS EN LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA SOBRE EL SECTOR FARMACÉUTICO EN EL MUNICIPIO CRISTÓBAL ROJAS DEL ESTADO MIRANDA.....	21
Antecedes de la investigación.....	21
Bases teóricas.....	23
MERCADO.....	23
PRECIO DE UN BIEN.....	24
COMPETENCIA PERFECTA.....	33
LEY DE LA OFERTA Y LA DEMANDA.....	34
CONTROL DE PRECIOS.....	37
CAUSAS DE LA APLICACIÓN DEL CONTROL DE PRECIOS EN LA ECONOMÍA.....	41
CONSECUENCIAS DEL CONTROL DE PRECIOS.....	42
POLÍTICAS ECONÓMICAS Y SOCIALES EN LA HISTORIA VENEZOLANA.....	43
BASES LEGALES.....	47
EL CONTROL DE PRECIOS EN EL SECTOR FARMACÉUTICO EN LA REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA.....	54
ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	62

II COMPORTAMIENTO DE LA RENTABILIDAD DEL SECTOR FARMACÉUTICO EN EL MUNICIPIO CRISTÓBAL ROJAS DEL ESTADO MIRANDA.....	70
Antecedes de la investigación.....	70
Bases teóricas.....	72
ANÁLISIS FINANCIERO.....	72
RENTABILIDAD.....	77
GESTIÓN DE PRECIOS Y RENTABILIDAD.....	93
RAZONES FINANCIERAS.....	95
ÍNDICES DE RENTABILIDAD.....	97
ÍNDICE DUPONT.....	100
COMPONENTES DE LA RENTABILIDAD EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA.....	102
Operacionalizacion de la Variables.....	106
HALLAZGOS ENCONTRADOS DURANTE LA ENTREVISTA.....	108
ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	114
III INCIDENCIA DEL CONTROL DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS EN LA RENTABILIDAD DEL SECTOR FARMACÉUTICO EN EL MUNICIPIO CRISTÓBAL ROJAS DEL ESTADO MIRANDA.....	130
Antecedes de la investigación.....	130
ANÁLISIS DE LOS HALLAZGOS ENCONTRADOS EN LOS	
ÍNDICES DE RENTABILIDAD.....	132
PROPUESTAS FINANCIERAS PARA EL SECTOR FARMACÉUTICO.....	138
CONCLUSIONES.....	140
RECOMENDACIONES.....	143
REFERENCIAS.....	145
ANEXOS.....	161

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro Nº 1. Operacionalización de la Variables.....	106
Cuadro Nº 2. Estados de Resultados para los años 2013 – 2016.....	115
Cuadro Nº 3. Estados de Situación Financiera para los años 2013–2016...	116
Cuadro Nº 4. ROA, ROI, ROE.....	117
Cuadro Nº 5. Descomposición del ROA.....	120
Cuadro Nº 6. MB, MO.....	122
Cuadro Nº 7. EBITDA.....	124
Cuadro Nº 8. Gastos de Depreciación.....	125
Cuadro Nº 9. Estados de Resultados para los años 2013 – 2016.....	125
Cuadro Nº 10. Índice DUPONT.....	126
Cuadro Nº 11. Resumen de los Índices de Rentabilidad.....	133

UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL TÁCHIRA
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO

**INCIDENCIA DEL CONTROL DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS
EN LA RENTABILIDAD DEL SECTOR FARMACÉUTICO
EN EL MUNICIPIO CRISTÓBAL ROJAS DEL ESTADO MIRANDA.
CASO DE ESTUDIO: EXPENDIO DE MEDICINAS MATALINDA, C.A.
PERÍODO 2013-2016**

Autor: Guerrero, Alba
Tutor: MSc. Rincón, Carolina
Año: 2017

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como propósito analizar la incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del sector farmacéutico del Estado Miranda del Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. durante el período 2013-2016, con el propósito de determinar el comportamiento de la rentabilidad frente la Ley Orgánica de Precios Justos del año 2015. La importancia radica en conocer la situación financiera de dicha empresa para motivarla a implementar análisis financieros bajo indicadores de rentabilidad, los cuales se empleen como mecanismo para la toma de decisiones gerenciales en búsqueda de maximizar su renta y así, prolongar la vida de la compañía. Este proceso de investigación se desarrolló bajo el nivel de tipo descriptivo mediante un enfoque cualitativo, con un diseño de campo y documental basado en la revisión de material bibliográfico y leyes regulatorias del tema en estudio. Mientras que la población es de tipo finita dirigido al Departamento de la Gerencia General. Por este motivo, el muestreo seleccionado es no probabilístico dentro de la categoría intencional u opinático, bajo las técnicas de recolección de datos de análisis documental y de contenido para el Capítulo I y para el Capítulo II las técnicas de análisis de documental, observación directa y una entrevista estructurada por medio de un guion de entrevista conformado por 23 preguntas. A través de los cuales, se concluyó que en base a los productos sometidos a regulación y el margen máximo de ganancia del 30%, no han permitido obtener una alta rentabilidad, ya que según los resultados obtenidos mediante los Índices Financieros arrojan variables positivas y negativas en función a las ventas y utilidades para cada año en estudio, lo que repercute en la renta de la empresa, sus accionistas, sus empleados y la inversión.

Descriptores: Ley Orgánica de Precios Justos, rentabilidad, incidencia financiera.

INTRODUCCIÓN

En una economía de libre mercado los bienes y servicios están exentos del control directo de la administración pública y se encuentran en equilibrio cuando la oferta y la demanda interactúan para producir una cantidad a un precio determinado. De tal manera, que la cantidad que los demandantes desean comprar es exactamente igual a la cantidad que los oferentes quieren vender¹ [palabras propias agregadas].

Sin embargo, cuando el estado impone un control de precio de venta al público con el fin de mantener la disponibilidad en el mercado y a su vez, evitar el incremento de los precios por encima de lo estipulado, provocará un aumento de la cantidad demandada y una reducción de la cantidad ofrecida.

Por esta razón, el profesor de la Universidad de Florida en Estados Unidos, Sanford B.², manifiesta que “puede que en el corto plazo lleve a precios más bajos, pero con seguridad en el largo plazo dañará la confianza de los inversores y afectará las oportunidades para los consumidores”.

Es por ello, que desde hace siglos, los gobiernos de todo el mundo han tratado de fijar los precios sobre los productos, como es el caso de Egipto en el año 2830 a.C. que intentó preservar el control de los cultivos de cereales con el pretexto de prevenir el hambre, regulando la producción hasta llegar a la propiedad estatal absoluta. Posteriormente, durante el Imperio Romano el emperador Diocleciano en el año 301 d.C, fue el primer

¹ Últimas Noticias. (2016). Equilibrio del mercado. *Diccionario electrónico El ABC de la economía*. [diccionario en línea], fecha de la consulta: 01 de septiembre de 2016, Disponible en: [http://www.elmundo.com.ve/diccionario/equilibrio-de-mercado-\(1\).aspx](http://www.elmundo.com.ve/diccionario/equilibrio-de-mercado-(1).aspx)

² BBC Mundo. (2013). ¿Cuándo es buena idea imponer controles a las ganancias? *Sección electrónica Noticias*. [página en línea], fecha de la consulta: 01 de septiembre de 2016. Disponible en: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/12/131121_por_que_control_ganancias_if#orb-banner

político del continente que regulo más de mil productos a través de la ley llamada el Edicto sobre Precios Máximos para frenar la especulación³.

Así mismo, este tipo de sistemas lo implementaron países como China y Corea del Norte donde nadie tenía el derecho de fijar precios libremente, dado que era potestad exclusiva del estado. Por su parte, durante la Segunda Guerra Mundial, Adolfo Hitler utilizó la regulación de precios como fin político para atacar la inflación, cuyo impacto se tradujo en la escasez.

Con base a la experiencia de estos países, se observa que han pretendido obtener una economía próspera con baja inflación, mediante la creación de políticas basadas en diversos tipos de controles, ocasionando desequilibrio en los mercados y acelerando las pérdidas para la empresa puesto que no se regulan los costos de producción como son: la materia prima, la maquinaria, los gastos directos e indirectos, entre otros.

En general, el control de precios no es una medida efectiva, dado que el productor comienza a buscar otras alternativas para no perder la rentabilidad de su negocio y si el precio final del producto no sube pero se incrementan los costos, causará que la rentabilidad se extinga generando desabastecimiento, despidos, cierre de locales y reducción de salarios⁴.

³ VALÍN, Jorge. (2013). Apuntes sobre el control de precios. *Blog electrónico Jorgevalin.wordpress.com*. [blog en línea], fecha de la consulta: 01 de septiembre de 2016. Disponible en: <https://jorgevalin.wordpress.com/2013/02/06/apuntes-sobre-el-control-de-precios/>

⁴ ROSÚA, Martín. (2014). El control de precios puede provocar escasez y desabastecimiento. *Sección electrónica Opinión*. [página en línea], fecha de la consulta: 01 de septiembre de 2016. Disponible en: <http://www.politicaplus.com/?q=read&id=3488#.VIYdE>

En tal sentido, el Doctor en Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Murcia en España, Sánchez J.⁵ señala que la rentabilidad “supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas”.

En otras palabras, “la rentabilidad es sinónimo de generación de valor, es el resultado de aprovechar todos los recursos, ya sean humanos, materiales, financieros, etc., donde todo en conjunto apoyará a la creación de un excedente económico, agregando o destruyendo valor”⁶.

Esto quiere decir que una empresa será rentable no solo por el monto absoluto de los beneficios que puedan obtener, sino también por todos los activos que tengan invertidos⁷, así pues, deben lograr cumplir ciertas condiciones como lo expresa el Ingeniero Industrial de la Universidad de los Andes, Botero M.⁸:

El precio de venta de los productos debe ser tal que los clientes le compren a la empresa, y no a la competencia, en la cantidad suficiente para cubrir todos sus costos y le quede una utilidad, que dividida por el patrimonio invertido de la empresa, le arroje la rentabilidad objetivo.

⁵ SÁNCHEZ, Juan P. (2002). Análisis de rentabilidad de la empresa. *Sección electrónica Análisis Contable*. p. 2. [página en línea], fecha de la consulta: 21 de octubre de 2016. Disponible en: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisr.pdf>

⁶ BARAJAS, Sara. (2013). ¿Sabe qué tan rentable es su empresa?. *Revista electrónica Forbes.com.mx*. [revista en línea], fecha de la consulta: 21 de octubre de 2016. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/sabe-que-tan-rentable-es-su-empresa/>

⁷ MATA, Jorge. (2011). 15 variables que impactan en la rentabilidad. *Sección electrónica Neotegia.blogspot.com*. [blog en línea], fecha de la consulta: 21 de octubre de 2016. Disponible en: <http://neotegia.blogspot.com/2011/04/15-variables-que-impactan-en-la.html>

⁸ BOTERO, Manuel A. (2010). ¿Qué se necesita para que una empresa alcance la rentabilidad deseada por los dueños, sobre su patrimonio invertido en ella?. *Sección electrónica Finanzas*. [página en línea], fecha de la consulta: 21 de octubre de 2016. Disponible en: <https://www.gerencie.com/que-se-necesita-para-que-una-empresa-alcance-la-rentabilidad-deseada-por-los-duenos-sobre-su-patrimonio-invertido-en-ella.html>

Sin embargo, en América Latina aún existen países que tienen políticas de regulación de precios como es el caso de Argentina que regula 456 productos a través del Programa Precios Cuidados con la intención de contener el índice de inflación⁹ y Colombia implemento un control de precios sobre los medicamentos con el argumento de que no se puede pagar más caro en el país que en el exterior¹⁰.

De acuerdo con lo señalado, aquellos países que han establecido esta política de fijación de precios, no han considerado que este mecanismo desestima el espíritu empresarial puesto que se limitan sus beneficios en el mediano y largo plazo, como lo manifiesta, el Economista Chapman G.¹¹, Exministro de Economía y Finanzas de Panamá (...): “se ponen niveles de precios que no garantizan una rentabilidad atractiva; por lo tanto, los inversionistas no entran en el mercado, hay menos participantes y no hay nuevos productos” (*Apud.* Reynolds M. (2012).).

De igual modo, el gobierno de la República Bolivariana de Venezuela estableció una medida por el que ajusta y regula todo el sistema de precios de los bienes y productos en sectores tales como: alimentación, artículos de cuidado personal, medicamentos, entre otros¹², con el propósito de frenar la especulación y proteger el salario; mediante el decreto con rango, valor y fuerza de ley, denominado Ley Orgánica de Precios Justos, publicada en la

⁹ ARGENTINA. MINISTERIO DE PRODUCCIÓN. Renovación de precios cuidados (2017). [base de datos en línea], fecha de la consulta: 22 de junio de 2017. Disponible en: <http://precioscuidados.gob.ar/>

¹⁰ Economíahoy.mx. (2013). Conoce los países de América Latina que tienen acuerdos de precios como el de Argentina. *Sección electrónica El Economista América*. [página en línea], fecha de la consulta: 24 de octubre de 2016. Disponible en: <http://www.economiahoy.mx/economia-eAm-colombia/noticias/5412363/12/13/Conoce-los-paises-de-America-Latina-que-tienen-acuerdos-de-precios-como-el-de-Argentina.html>

¹¹ REYNOLDS M. (2012). El control de precios y sus consecuencias en el mercado. *Sección electrónica Economía*. [página en línea], fecha de la consulta: 24 de octubre de 2016. Disponible en: http://impresa.prensa.com/economia/control-precios-consecuencias-mercado_0_3522397729.html

¹² Economíahoy.mx. (2013). *op.cit.*

Gaceta Oficial N° 40.787 con fecha del 12 de noviembre de 2015, a través del cual establece dos clases de precios como lo enuncia el segundo párrafo del artículo 27¹³: “la política nacional de precios justos comprenderá, al menos, las categorías de precio justo y precio máximo de venta”.

En virtud de lo anterior, Maldonado V.¹⁴, Director ejecutivo de la Cámara de Comercio de Caracas, opina que “esta medida es imposible de aplicar y contribuiría a incrementar la escasez y la inflación” y por su parte, Olalquiaga J.¹⁵, Presidente de la Confederación Venezolana de Industriales (Conindustria), expreso que “los controles de precio no han funcionado en ninguna economía del mundo”.

Desde mi punto de vista, la regulación de precios no resulta de la forma esperada porque las empresas bajo estos parámetros no alcanzan sus niveles máximos de eficiencia.

Es así, como en el estado Miranda los comerciantes siguen las reglas establecidas sobre los precios máximos por temor a ser sancionados, aunque a largo plazo les resulta difícil cumplirla en especial para la venta de artículos de primera necesidad, como es el caso del sector farmacéutico que se encuentra limitado para lograr un margen de ganancia óptimo.

¹³ VENEZUELA. SUPERINTENDENCIA DE PRECIOS JUSTOS. (SUNDEE). Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Precios Justo. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 40.787 de fecha 12 de Noviembre de 2015. Artículo 27. Sección electrónica Descargas: Gacetas Oficiales. [página en línea], fecha de la consulta: 24 de octubre de 2016. Disponible en: <http://www.superintendenciadepreciosjustos.gob.ve/sites/default/files/Gaceta%20Extraordinaria%206202%20%28Parte%202%29.pdf>

¹⁴ RODRÍGUEZ, Carmen M. (2015). Expertos afirman que Ley de Precios Justos acentuará la crisis económica. *Sección electrónica Finanzasdigital.com*. [página en línea], fecha de la consulta: 24 de octubre de 2016. Disponible en: <http://www.finanzasdigital.com/2015/11/expertos-afirman-que-ley-de-precios-justos-acentuara-la-crisis-economica/#share>

¹⁵ Noticiero Venevisión. (2015). Conindustria afirmó que los controles de precio no han funcionado en ninguna economía del mundo. *Sección electrónica Economía* [página en línea], fecha de la consulta: 24 de octubre de 2016. Disponible en: <http://www.noticierovenevision.net/economia/2015/noviembre/9/140585=conindustria-indico-que-los-controles-de-precio-no-han-funcionado-en-ninguna-economia-del-mundo>

Esto ha venido sucediendo en el Municipio Cristóbal Rojas de la ciudad de Charallave, puesto que las pequeñas empresas que se dedican al sector farmacéutico ven restringidas sus ventas, debido a que no reciben los productos solicitados o la cantidad suficiente y a su vez, las medicinas reguladas no aportan una ganancia que retorne la inversión a corto plazo.

Este es el caso que presenta el Expendio de Medicinas Matalinda, C.A., ubicado a las afueras de Charallave, dedicado a la compra y venta de productos y artículos médico-farmacéuticos, perfumería, productos de belleza y cosméticos en general¹⁶, cuyas operaciones comerciales iniciaron a partir del año 2010, con la finalidad de satisfacer las necesidades de la comunidad en la Urbanización Matalinda.

Es por ello, que la propietaria del expendio de medicinas mediante una entrevista realizada indicó, que desde el año 2013 descendieron las ganancias provenientes de las ventas de medicamentos, También señala, que cada vez es más difícil el sostenimiento de la operatividad de la empresa para hacer frente a los gastos diarios. De igual manera, no posee un inventario adecuado que permita abastecer a la comunidad.

A tal efecto, las causas que originan esta situación se debe en parte a que el 80% de los productos vendidos son regulados, la cual no permite establecer un precio de venta mayor al mercado. Igualmente, el crecimiento acelerado de los costos de adquisición de la mercancía y los gastos administrativos inherentes al negocio, provocan que los gastos sean mayores a los ingresos y por último, la promulgación de la Ley Orgánica de Precios Justos incrementan la demanda de los productos dando lugar a la escasez.

¹⁶ REGISTRO MERCANTIL DEL DISTRITO CAPITAL. Acta constitutiva y estatutos sociales de Expendio de Medicinas Matalinda, C.A.

De continuar ocurriendo lo anterior, el Expendio de Medicinas corre el riesgo de no adquirir los recursos económicos necesarios para mantener dicho negocio, ya que al no alcanzar la rentabilidad esperada, atrae la posibilidad de un cierre inevitable. Por otra parte, se limitan las ventas de ciertos bienes con altas demandas, disminuyendo la calidad de los mismos.

Para que lo anterior no siga sucediendo se hace necesario, a partir de esta investigación analizar la incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del Expendio de Medicinas Matalinda, C.A., ubicado en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda durante el periodo 2013–2016.

Lo anteriormente expuesto genera la gran pregunta de formulación del problema: ¿Cuál es la incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda? Caso de Estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016.

Para lo cual se plantean, las siguientes sub-preguntas:

1. ¿Qué normativa legal regula el control de precios de los productos en la República Bolivariana de Venezuela para el sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda? Caso de Estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016.
2. ¿Cómo es el comportamiento de la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda? Caso de Estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016.
3. ¿Cuál es la incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda? Caso de Estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016.

Dentro de ese orden de ideas, para esta investigación se trazan los siguientes objetivos:

Objetivo General:

Analizar la incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. Caso de Estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016.

Objetivos Específicos:

1. Describir la normativa legal que regula el control de precios de los productos en la República Bolivariana de Venezuela en el sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. Caso de Estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016.
2. Determinar el comportamiento de la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. Caso de estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016.
3. Analizar la incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. Caso de estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016.

De acuerdo con este enfoque, la presente investigación se encuentra enmarcada dentro del área de finanzas, en lo que se refiere a:

Control de Precios:

Según lo definen Pérez D. y Martínez I.¹⁷:

¹⁷ PÉREZ, D. y PEREZ, I. (2006). *El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación*. Edición 2006. Editorial Escuela de Organización Industrial EOI, Madrid. p. 43. [publicación en línea], fecha de la consulta: 24 de octubre de 2016. Disponible en: <http://www.eoi.es/savia/documento/eoi-45110/el-precio-tipos-y-estrategias-de-fijacion>

Es una herramienta del Estado para estabilizar la economía en casos de desequilibrio en el sistema de mercado del país, pero también es una herramienta que se utiliza para la protección del ciudadano que, por tamaño y fuerza, está en inferioridad de condiciones frente a las empresas.

A partir de este concepto, se considera que el control de precios aunque resulta ser positivo a corto plazo, después de algún tiempo de aplicación es nocivo para la economía porque impide aumentar la producción y disminuye la rentabilidad de las empresas.

Rentabilidad:

Según Vergés J.¹⁸ la define como “la relación entre los resultados o beneficios obtenidos en un periodo (usualmente un año), y los capitales (o recursos) propios de la empresa durante ese periodo”.

Precios Máximos:

Es el precio establecido por las autoridades administrativas como cantidad máxima en la que ciertos productos pueden ser valorados para su comercialización en un mercado¹⁹. Y de esta manera, lo establece la Ley Orgánica de Precios Justos en el segundo párrafo del artículo 27²⁰:

El precio máximo de venta al público podrá ser determinado y fijado por el productor o importador del bien, o por el prestador del servicio, pudiendo ser determinado o fijado también de oficio por la superintendencia. Ambas modalidades de precios constituirán categorías del precio más alto que pueda asignarse a los bienes y servicios respecto de los cuales se determinaren y fijaren.

¹⁸ VERGÉS, Joaquim. (2011). *Análisis del funcionamiento económico de las empresas. Medida de la eficiencia: de la rentabilidad a la productividad*. Quinta edición. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. p. 3. [libro en línea], fecha de la consulta: 24 de octubre de 2016. Disponible en: <http://gent.uab.cat/jverges/sites/gent.uab.cat/jverges/files/Analisis%20del%20funcionamiento%20econ%C3%B3mico%20de%20las%20empresas%201a.pdf>

¹⁹ MARTIN, Fernando. (2002). *Diccionario de contabilidad y finanzas*. Madrid, Editorial Cultural, S.A., p. 203.

²⁰ VENEZUELA. SUPERINTENDENCIA DE PRECIOS JUSTOS. (SUNDEE). *loc.cit.* Artículo 27.

De acuerdo a las ideas expuestas, la metodología utilizada para esta investigación según el nivel es de tipo descriptivo, ya que se desea analizar el comportamiento de la rentabilidad en base al control de precios.

Por otra parte, el diseño de investigación utilizado es documental, porque se requiere consultar las leyes vigentes en materia de control de precios. Así mismo, se usa el diseño de campo, en vista a que se conocen las condiciones actuales de la empresa a través de datos fiables y reales, mediante la realización de una entrevista al personal administrativo.

Por consiguiente, la investigación se realiza bajo un enfoque cualitativo, en vista a que se debe analizar un guion entrevista

. Adicionalmente, la población está conformada por el Departamento de la Gerencia General, la cual aporta la información económica y financiera de la empresa.

Con el propósito de justificar esta investigación, a continuación se detallan los siguientes aportes:

A nivel teórico, permite reflexionar sobre la adopción de las leyes decretadas y la forma en que influyen en la estructura financiera de la organización. Adicionalmente, se puede usar como referencia para futuras investigaciones que deseen estudiar más a fondo este tema.

A nivel metodológico, se encuentra representado por técnicas de investigación, a través de datos reales tomados de los estados financieros.

A nivel institucional, permite tomar futuras decisiones dentro de la compañía y finalmente a nivel social, la compañía puede desarrollar

habilidades en búsqueda de otras alternativas para satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto a la creciente demanda de los medicamentos.

El alcance de la investigación, está determinado al análisis de la incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. Caso de estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. en el periodo 2013-2016.

Existen algunas limitaciones para llevar a cabo esta investigación como son: los traslados desde la ciudad de San Cristóbal para solicitar la información, los recursos financieros para cubrir los gastos generados y el periodo de tiempo estimado de 6 meses para recolectar dicha la información.

Esta investigación consta de tres capítulos, a conocer:

Capítulo I: Normativa legal que regula el control de precios de los productos en la República Bolivariana de Venezuela sobre el sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. Caso de Estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016.

Capítulo II: Comportamiento de la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. Caso de estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016.

Capítulo III: Incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. Caso de estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016.

CAPÍTULO I

NORMATIVA LEGAL QUE REGULA EL CONTROL DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS EN LA REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA SOBRE EL SECTOR FARMACÉUTICO EN EL MUNICIPIO CRISTÓBAL ROJAS DEL ESTADO MIRANDA. CASO DE ESTUDIO: EXPENDIO DE MEDICINAS MATALINDA, C.A. PERIODO 2013-2016

En torno al primer capítulo se ajusta a todo lo relacionado con el control de precios y su normativa, con el propósito de profundizar en algunas definiciones acerca de mercado, precio y la Ley Orgánica de Precios Justos de la República Bolivariana de Venezuela.

En tal sentido, se recuerda que la estructura económica y social de la población en general está determinada por un sistema económico, que surge como respuesta al problema de la escasez. Por consiguiente, las sociedades han desarrollado diversos sistemas de producción y distintas formas de manejar los recursos mediante la relación entre las personas y las empresas por medio del mercado, donde se determinan tanto el precio como la cantidad de productos a ofrecer²¹.

Sin embargo, las organizaciones pueden padecer algún desequilibrio financiero inesperado como resultado de políticas poco prácticas; por esta circunstancia, toda compañía debe conocer su posición económica y financiera para detectar los problemas existentes y los factores que lo originan, es por ello que debe disponer de herramientas que permitan descubrir las posibles fallas y lograr una planeación más eficaz.

²¹ MONTOYA, Juan D. (2013). Sistema económico. [página en línea], fecha de la consulta: 25 de junio de 2017. Disponible en: <http://www.actividadeseconomicas.org/2013/04/sistema-economico.html>

Tal es el caso, de la investigación realizada por Carroccio V.²² en el año 2014 para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública con el nombre de *Efectos de la Ley Orgánica de Precios Justos en las tiendas de conveniencia del Estado Carabobo, caso de estudio: Tiendas Farmatodo del Municipio Valencia*, cuyo objetivo se basó en analizar el impacto de la Ley Orgánica de Precios Justos de ese mismo año, tanto a las tiendas de la empresa Farmatodo como a sus clientes, por medio de una metodología de tipo descriptiva y de campo, empleando dos instrumentos de recolección de datos que consistió en la aplicación de un cuestionario a 164 clientes y una entrevista a 6 gerentes de 6 tiendas, donde llego a la conclusión siguiente:

Para la empresa, las principales causas fueron la 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 y mientras que, para los clientes, se ha generado desabastecimiento, por tanto, ven limitada la satisfacción de sus necesidades. También se ha implementado el racionamiento, lo que no permite a las personas adquirir sino un limitado número de productos.

En relación a las implicaciones del trabajo antes mencionado, tiene un aporte significativo a la presente investigación, en vista de que, se evidencia un análisis del control de precios frente a las posibles pérdidas que le puedan generar al sector farmacéutico en la República Bolivariana de Venezuela, así mismo, al desabastecimiento que causa hacia la población.

De igual manera, el presente estudio pretende analizar la Ley Orgánica de Precios Justos vigente a partir del año 2015, específicamente con una pequeña empresa familiar, como lo es el Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. en cuanto a la incidencia del control de precios de los

²² CARROCCIO, Viviana. (2014). *Efectos de la Ley Orgánica de Precios Justos en las tiendas de conveniencia del Estado Carabobo. Caso de estudio: Tiendas Farmatodo del Municipio Valencia*. Trabajo de grado. Universidad de Carabobo, Venezuela. p. V [publicación en línea], fecha de la consulta: 25 de junio de 2017. Disponible en: <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bits/tream/handle/123456789/3550/12447.pdf?sequence=4>

productos en la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. Dicha compañía se localiza en la Urbanización Matalinda en las cercanías de la ciudad de Charallave, el cual inicio sus operaciones en el año 2010 y se dedica principalmente a la compra y venta de productos y artículos médico-farmacéuticos y de perfumería. Al mismo tiempo, ofrece servicios de: toma de presión arterial, aplicación de tratamientos endovenosos, control de glicemia capilar, control de peso, servicio a domicilio de curas y charlas educativas de salud.

Adicionalmente, es importante destacar que la compañía tiene como visión prolongarse en el tiempo y llegar hacer uno de los principales expendios de medicinas con los que pueda disponer la ciudad de Charallave. De ahí que, su misión consiste en ofrecer una variedad de medicamentos que puedan ser adquiridos a precios accesibles para el beneficio de la comunidad y a su vez, brinde la posibilidad de crecimiento tanto de la compañía como de quienes la conforman. En virtud de esto, se encuentra conformada por 4 trabajadores que se encargan de impartir hacia la colectividad en general valores conformados por: compromiso, responsabilidad, solidaridad y confianza.

Con respecto a lo mencionado anteriormente, se hace necesario analizar algunas definiciones:

MERCADO

El Catedrático de Teoría Económica. Mochón F.²³ señala “es toda institución social en la que los bienes y servicios, así como los factores productivos, se intercambian” de forma indirecta por dinero y posteriormente, por otros bienes, cuya relación se encuentra conformada por dos agentes:

²³ MOCHÓN, Francisco. (2009). *Economía, teoría y política*. Sexta edición. Editorial Mc Graw Hill, Madrid, p. 46. [libro en línea], fecha de la consulta: 25 de junio de 2017. Disponible en: http://www.academia.edu/11276488/Econom%C3%ADa_Teor%C3%ADa_y_Pol%C3%ADtica_-_Francisco_Moch%C3%B3n

compradores y vendedores, en búsqueda de solucionar sus necesidades y movidos por su propio interés, para lograr alcanzar un acuerdo fundamental como lo es fijar un precio que pueda satisfacer a ambos.

PRECIO DE UN BIEN

Igualmente, Mochón F.²⁴ lo define como:

Su relación de cambio por dinero, esto es, el número de unidades monetarias que se necesitan para obtener a cambio una unidad del bien. Es el instrumento que permite que las transacciones se realicen con orden, pues cumple dos funciones básicas: la de suministrar información (nos dice si el bien es barato o caro) y la de proveer incentivos (si los precios son altos puede resultar interesante incrementar la oferta del bien y si son bajos disminuirla).

Sumando al concepto anterior, hay tener en cuenta ciertas nociones sobre el tema de precios al momento de su análisis, basados en la publicación para la Escuela de Organización Industrial (EOI) en España, por los profesores de Marketing Estratégico Pérez D. y Pérez I.²⁵:

Tipos de Precios

A continuación se detallan los diferentes tipos de precios que pueden asignarse a los productos y servicios:

1. Precio acostumbrado: periódicos, Chupa-Chups.
2. Precio al por mayor: mayoristas.
3. Precio al por menor: minorista o detallista.
4. Precio autorizado: requiere la autorización de un organismo competente.
5. Precio comunicado: precio autorizado que requiere comunicación previa.

²⁴ MOCHÓN, Francisco. (2009). *loc.cit.* p. 46.

²⁵ PEREZ D. y PEREZ I. *op.cit.* pp. 29-32

6. Precios autorizados nacionales: luz, gas, petróleo, correos, telefonía fija, transporte público, etc.
7. Precios autorizados autonómicos: transporte urbano, abastecimiento de agua, etc.
8. Precios comunicados nacionales: fertilizantes, correos no básicos, transporte de pasajeros y mercancías, etc.
9. Precios comunicados autonómicos: clínicas, hospitales, etc.
10. Precio de productos complementarios: carrete de fotos con la cámara.
11. Precio bruto: antes de aplicar reducciones o descuentos.
12. Precio con dos partes: fija y variable (electricidad).
13. Precio de descremación: precio alto aplicado en la etapa de lanzamiento: innovaciones, demanda sensible a promociones, mercado muy segmentado.
14. Precio de penetración: precio bajo aplicado en lanzamientos: fácil imitación, demanda sensible al precio, pocas barreras de entrada.
15. Precio de mercado: sin alteraciones artificiales, como resultado de la oferta y la demanda.
16. Precio de liquidación: reducido para liquidar stocks, lanzamientos, cierre, cambio de actividad.
17. Precio de oferta: más bajo que lo habitual: promociones y rebajas.
18. Precio de paquete: accesorios de vehículos.
19. Precio de prestigio: para productos de demanda muy inelástica.
20. Precio de reclamo: de atracción al punto de venta.
21. Precio de referencia: estándar para comparaciones: todo a 100.
22. Precio de reserva: máximo que el comprador expresa que está dispuesto a pagar: negociaciones.
23. Precio de servicios profesionales: honorarios.

24. Precio de transferencia: entre divisiones de una misma empresa (consultoras).
25. Precio recomendado: propuesto por el fabricante.
26. Precio de Venta al Público (PVP): propuesto en sus productos por el detallista.
27. Precio depredador: fijado por debajo del coste.
28. Precio descontado (discount): precio bajo para productos de calidad baja o servicios inferiores.
29. Precio ético: bancos, tabaco, medicinas.
30. Precio fijo: con independencia de quién lo compre: libros, periódicos.
31. Precio impar (psicológico): 999,9
32. Precio interno: sin referencia al valor percibido:
 - Precio límite: igual al coste.
 - Precio técnico: igual al punto muerto.
 - Precio objetivo: permite un incremento sobre el punto muerto.
33. Precio negociado: por acuerdos entre comprador y vendedor.
34. Precio neto: por debajo del cual no se aceptan reducciones.
35. Precio no lineal: en función de consumos o de uso: gasolina, luz, teléfono.
36. Precio óptimo: el que maximiza el objetivo fijado por la empresa.
37. Precio percibido: el que codifica internamente el cliente.
38. Precio político: interés social: autobuses, metro.
39. Precio primado: precio alto para productos de calidad superior: antigüedades, subastas.
40. Precio promocional: reducido para estimular compras.

41. Precio razonable: garantiza sin más la obtención de una rentabilidad prudente.
42. Precio rebajado: ofertas, rebajas, liquidaciones.
43. Precio redondeado: ajustado a múltiplos de 100, 1.000, 10.000. Es psicológico.
44. Precio según coste medio: calculado con el coste total promedio.
45. Precio según valor percibido: una ensalada en dos tipos de restaurante.
46. Precio único: igual para todos los productos de una línea.
47. Precio unitario: por unidad de producto: kilos, metros cuadrados, litro, etc.

En concordancia con lo señalado anteriormente, en el mercado de nuestro país son varios los tipos de precios que se pueden encontrar entre los cuales se pueden mencionar: precios al por mayor, precios al por menor, precios autonómicos, precios de liquidación, precios de servicios profesionales, precio de venta al público (PVP), precio político, entre otros.

Sin embargo, el más notable es el **Precio Autorizado** porque requiere la aprobación de un organismo del estado para su autorización, que en este caso le corresponde a la Superintendencia Nacional para la Defensa de los Derechos Socioeconómicos (SUNDEE) y cuyo contenido se ampliara más adelante.

Conviene destacar, que los profesores de Marketing Estratégico²⁶ expresan lo siguiente:

Es evidente que el precio es el único elemento que proporciona ingresos a la empresa. Pero el precio solo no vende el producto, necesita de otras herramientas para conseguir que ese producto sea el más atractivo, deseado y finalmente, comprado en todo el mercado.

²⁶ PEREZ D. y PEREZ I. *op.cit.* p. 5.

Es decir, que el precio tiene una vertiente, claramente financiera, pero también psicológica, comercial, de posicionamiento, etc. que se deben tener en cuenta a la hora de establecer el precio final del producto.

Factores que Condicionan la Determinación del Precio Final²⁷

La determinación del precio final de un producto se encuentra limitada mediante factores internos y externos como se mencionan a continuación:

Factores Internos

1. Políticas y objetivos de la empresa:

La empresa determinará las distintas variables de marketing (posicionamiento, política de descuentos, promoción, mercado, etc.) y a través de las estrategias de la administración determinarán las pautas, métodos y tiempos de los objetivos.

2. Política financiera:

La disponibilidad económica, los recursos financieros y la capacidad de endeudamiento de la empresa condicionan el tipo de producto y sus fases de ejecución.

3. Política de personal:

La estructura laboral fija y la flexibilidad a veces permiten tener más consolidado la curva de aprendizaje y niveles más eficientes de actividad.

4. Cartera de productos de la empresa:

La situación del portafolio de productos actuales condicionará la necesidad de tesorería que sin duda afectará los niveles de ingresos deseados.

5. Curva de aprendizaje:

La experiencia y destreza del personal en la elaboración de productos crea una economía de escala que permite al fabricante una posición más cómoda para determinar el precio.

²⁷ *Ibid.* pp. 7-13.

6. Política de distribución:

Los canales de comercialización del producto condicionarán de forma importante el precio final.

Factores Externos

1. Legislación vigente:

Cuando el ordenamiento jurídico vigente permite la libertad de los precios y prohíbe que las empresas de un sector acuerden la fijación de precios para evitar la competencia entre sí.

2. La competencia:

El precio será fijado por la empresa con base a la estructura de costos de la misma, pero siempre sin olvidar el mercado.

3. Agentes económicos que intervienen en el proceso productivo:

Son todos los agentes (intermediarios, suministradores, clientes, estructura del mercado) que componen los eslabones de la cadena, desde el diseño del producto hasta la venta, que puede ser un proceso largo y complejo.

Etapas para la Fijación del Precio de un Producto²⁸

Para crear el precio de un producto o servicio es necesario tener en cuenta las siguientes etapas:

1. Posicionamiento del producto frente al mercado.
2. Variables de comercialización: publicidad, envase, distribución.
3. Estrategia de precios: imagen, reputación, estrategias de la empresa.
4. Determinar una política de precios.
5. Fijar un precio determinado que cumpla lo anterior.

²⁸ *Ibid.* p. 21.

A su vez, la empresa debe seguir cuatro fases para fijar un precio como se explica a continuación y se observa en la Figura 1²⁹:

Fase I:

- Determinar los objetivos de marketing: estrategias y planes.

Fase II:

- Estimar la demanda: cantidades que puede vender a ese precio.
- Estimar los costos: calcular dicha variación en función a los niveles de producción.
- Examinar la competencia: conocer los precios, costos y ofertas de los competidores para tener referencias y prever escenarios futuros.

Fase III:

- Determinar el sistema de fijación de precios que va seguir:
 - Método basado en el coste:
Consiste en la fijación de un margen sobre el coste del producto o en el establecimiento de un precio objetivo que proporcione un nivel de rendimiento establecido.
 - Método basado en la competencia:
Se trata de fijar los precios según los precios establecidos por los competidores.
 - Método basado en el valor percibido:
Tienen como fundamento el comportamiento del consumidor y la percepción que éste tiene del producto y del mercado.

Fase IV:

- Examinar las leyes existentes que puedan restringir la posibilidad de utilizar algunos de los precios posibles³⁰ y por último, seleccionar el precio final.

²⁹ *Ibid.* pp. 16, 24-27.

³⁰ ROSA I. M., RONDÁN F. J. y DÍEZ E. C. (2013). Gestión de precios. Sexta edición. ESIC Editorial. p. 43-44. [libro en línea], fecha de la consulta: 25 de junio de 2017. Disponible en: http://sgfm.elcorteingles.es/SGFM/dctm/MEDIA01/201305/16/00106524425326_2_.pdf



Figura 1. Fases de Fijación del Precio de Venta
[palabras propias agregadas].
Fuente: Pérez (2006).

Sucede pues, que “los precios coordinan las decisiones de los productores y los consumidores, por tanto, aseguran la viabilidad del sistema de economía de mercado”. De ahí que, los “precios bajos estimulan el consumo y desaniman la producción, mientras que los precios altos tienden a reducir el consumo y estimulan la producción”³¹.

³¹ MOCHÓN, Francisco. *loc.cit.* p. 46.

Precio de Equilibrio

El reconocido economista Toro J.³² expresa: es aquella que se alcanza “cuando las cantidades demandadas y las ofrecidas se corresponden. A cualquier otro nivel se produciría un excedente de oferta o un excedente de demanda, con lo cual los precios tenderían a subir o bajar”; donde estará sometido a cambios constantes que “impulsaran al mercado hacia la búsqueda de un nuevo punto de equilibrio”. Y se representa en la siguiente gráfica:

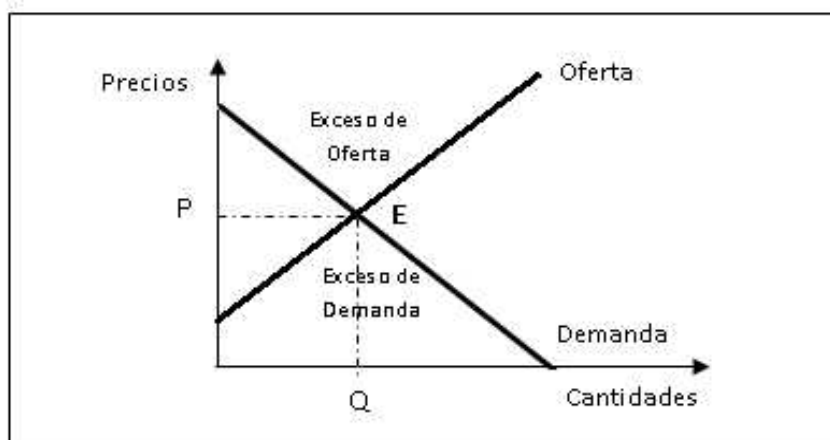


Figura 2. Precio de Equilibrio.

Fuente: Toro (1993).

De la Figura 2 el autor Toro J. explica³³:

Se observa que las curvas de la oferta y de la demanda se cruzan en el punto **E**, en el cual el mercado se encuentra en equilibrio, es decir, en el que las cantidades ofrecidas y las cantidades demandadas se corresponden, sin que exista alguna fuerza que altere el precio **P**.

En efecto, cualquier precio superior a **P** se produciría un **excedente de oferta sobre demanda**, lo que daría lugar a que los

³² TORO, José. (1993). *Fundamentos de teoría económica*. Un análisis de la política económica venezolana. LA OFERTA Y LA DEMANDA. (pp. 213-215). Caracas. Editorial Panapo, C.A.

³³ *Ibid.* pp. 214-215.

vendedores ofrecerán mayores cantidades del bien y en consecuencia los precios tienden a bajar.

Por el contrario, cualquier precio es inferior al punto de equilibrio, daría lugar a que los compradores reaccionaran demandando mayores cantidades del bien, en el cual se produciría **un excedente sobre oferta**, lo que daría lugar al alza de los precios.

En este mismo orden de ideas, el economista Toro J. considera que debe suceder en un “mercado bajo condiciones de competencia perfecta”, aunque es difícil encontrar en la realidad se utiliza como referencia para determinar las situaciones que se dan en el mercado.

COMPETENCIA PERFECTA

Con este propósito, Toro J.³⁴ lo define como:

Aquella situación en la cual el número de oferentes y de demandantes es tan grande, que las transacciones realizadas por cada uno de ellos son tan pequeñas en relación con el número total de transacciones que se llevan a cabo, que nadie puede influir por separado en el precio ni el comportamiento del mercado.

Características para que Ocurre una Competencia Perfecta³⁵

1. No debe existir ningún tipo de intervención ni por parte del Estado ni por parte de organizaciones empresariales ni sindicatos obreros tendientes a afectar los resultados del libre juego de la oferta y la demanda.
2. La homogeneidad de los productos que concurren al mercado, es decir, que a los ojos de los consumidores los bienes que compiten tengan las mismas características.
3. Tanto compradores como vendedores deberán ser indiferentes con respecto a quien comprar y vender.
4. Compradores y vendedores deben tener pleno conocimiento de las condiciones generales del mercado, de manera que ninguno de ellos pueda beneficiarse de ventaja alguna que les otorgue

³⁴ TORO, J. *op.cit.* p. 175.

³⁵ *Ibid.* p. 202.

el hecho de disponer, en forma prolongada, de algún tipo de información de la cual carezcan los demás.

5. Debe existir la más completa libertad para que cualquier productor que desee entrar o salir del mercado, pueda hacerlo sin impedimento de ninguna clase.
6. Debe existir una completa fluidez de los factores de producción, cuya movilidad no debe verse afectada por obstáculos de ningún tipo.

Por tal razón, se recuerda que uno de los objetivos principales que buscan las empresas consiste en maximizar sus beneficios y si la misma se encuentra en un mercado perfectamente competitivo, no puede influir en ningún momento el precio al cual vende. Será a través del “precio al cual logre colocar en el mercado su producción, dependerán los ingresos de la empresa y si, a estos últimos se le restan los costos, el resultado será el beneficio”³⁶.

LEY DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

La economista Aquino R.³⁷ declara que “el modelo de la oferta y la demanda describe la interacción en el mercado de un determinado bien entre consumidores y productores, en relación con el precio y las ventas de dicho bien”. De acuerdo con este enfoque, entendemos por:

LEY DE LA DEMANDA

Aquella “cuanto mayor es el precio de un producto, menor será la cantidad demandada del mismo; cuanto menor sea su precio, mayor será la cantidad demanda”³⁸.

³⁶ *Ibid.* p. 256.

³⁷ AQUINO, Rita. (2008). *Teoría de la oferta y la demanda*. [página en línea], fecha de la consulta: 25 de junio de 2017. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-oferta-y-la-demanda/>

³⁸ TORO, J. *op.cit.* p. 175.

Es así que, para determinar sus características se debe “considerar la cantidad del producto que los consumidores están dispuestos a demandar, de acuerdo con las variaciones que experimente el precio del mismo”. También, existen “otros factores entre los cuales cabe destacar, además del precio del propio bien, la renta y los gustos de los consumidores, el número de los mismos y los precios relativos de los demás bienes”³⁹.

Así pues, si se consideran estos factores constantes, con excepción del precio del producto, se cumplirán los postulados de la Ley de la Demanda, donde “las cantidades demandadas de un bien varían inversamente a su precio, esto quiere decir, que la demanda de un bien aumentara en la medida en que su precio disminuya y viceversa”⁴⁰. Como se observa gráficamente a continuación:

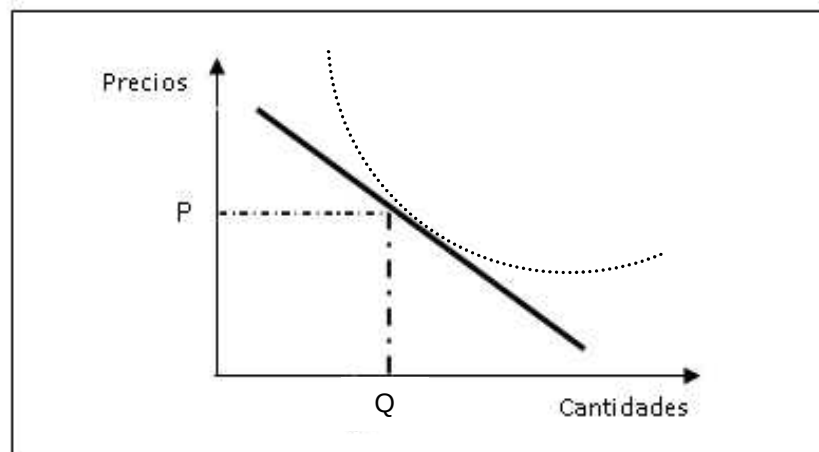


Figura 3. Curva de la Demanda.
Fuente: Toro (1993).

Con respecto a la Figura 3 el autor Toro J. dice⁴¹:

En la medida en que va disminuyendo el precio **P** del bien, las cantidades **Q** demandadas del mismo van

³⁹ *Ibid.* pp. 175-177.

⁴⁰ *Loc.cit.* pp. 175-177.

⁴¹ *Ibid.* pp. 175.177.

incrementándose. En otras palabras, la capacidad de un bien para satisfacer una necesidad es cada vez menor en la medida en que se poseen mayores cantidades del mismo.

LEY DE LA OFERTA

Es aquella en “la cual las cantidades ofrecidas de un bien varían en relación directa con su precio” y dependerá “no solo del precio que puedan obtener los vendedores por el mismo”, sino de otros factores como lo son: el costo de los factores de producción, los cambios en el número de oferentes, la tecnología, el precio de los bienes relacionados y las expectativas de los productores⁴². Considerando que dichos factores se mantienen constantes, se representa gráficamente así:

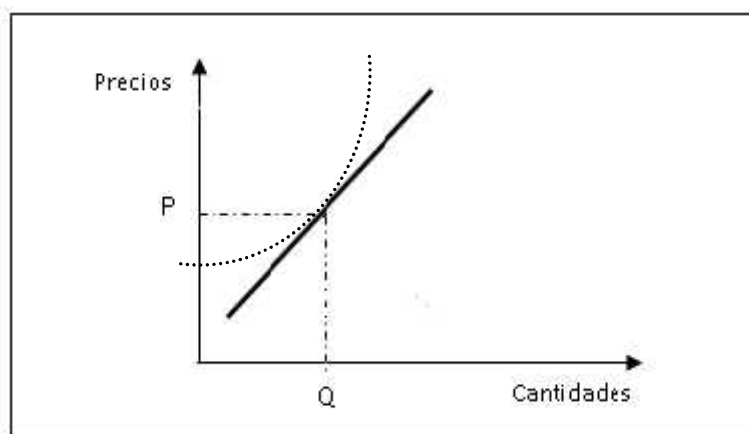


Figura 4. Curva de la Oferta.
Fuente: Toro (1993).

Con relación a la Figura 4 el autor Toro J. también explica⁴³:

Las cantidades **Q** ofrecidas se van incrementando en la medida en que aumenta el precio **P** del bien. A precios muy bajos, los costos de producción no se cubren y los productores no producirán nada. Sin embargo, conforme los precios van aumentando se empezaran a lanzar unidades al mercado. A precios más altos, la producción será mayor.

⁴² *Ibid.* pp. 189-191.

⁴³ *Ibid.* pp. 190-191.

No obstante, la teoría de libre mercado, por medio de la ley de la oferta y demanda, se encarga de regular los precios de los bienes y servicios. Sin embargo, “en ocasiones el Estado decide intervenir a través de la fijación de precios máximos al público, con la finalidad de detectar fenómenos especulativos o como medida social, que luego afectara tanto a la demanda como a la oferta”⁴⁴.

CONTROL DE PRECIOS

Este termino de fijación de precios se le conoce como **control de precios**, cuyo concepto lo define el Presidente de la Junta Directiva de la Cámara Venezolano Peruana de Industria y Comercio, el Licenciado en Ciencias Administrativas Bittan M.⁴⁵ en su publicación del artículo titulado: *Control de precios: escasez y desinversión*:

Es un mecanismo por el cual la autoridad gubernamental impone valores determinados para los precios de bienes y servicios dentro del mercado nacional, con la ilusión de mantener la disponibilidad de esos bienes y servicios para los consumidores, evitar incrementos de precio durante periodos de escasez, o inclusive para asegurar una renta en beneficio de los productores de ciertos bienes, de la misma manera que un subsidio.

Paralelamente, el autor Shagart (...) “define la regulación como la actividad pública de control de precios o la imposición de otras restricciones en el ejercicio de ciertas actividades económicas, en que los oferentes y

⁴⁴ Gerencie.com (2008). El control de precios y su efecto en la oferta y demanda de los bienes y servicios. *Sección electrónica Finanzas* [página en línea], fecha de la consulta: 30 de junio de 2017. Disponible en: <https://www.gerencie.com/el-control-de-precios-y-su-efecto-en-la-oferta-y-demanda-de-los-bienes-y-servicios.html>

⁴⁵ BITTAN, Moisés. (2017). Control de precios: escasez y desinversión. *Artículo electrónico elmundo.com.ve.* [artículo en línea], fecha de la consulta: 30 de junio de 2017. Disponible en: <http://www.elmundo.com.ve/Firmas/Moises-Bittan/Control-de-precios--escasez-y-desinversion.aspx#ixzz4m5DHdn36>

demandantes deben ajustar sus decisiones y comportamiento”⁴⁶ (*Apud.* Rovira J., Gómez P. y Del Llano J. (2012)).

A tal efecto, Mochón F.⁴⁷ infiere que algunas autoridades económicas suelen utilizar la política monetaria como un conjunto de medidas para controlar la cantidad de dinero y la estabilidad de los precios. Así que, entre uno de los objetivos macroeconómicos para el buen funcionamiento de la economía, se encuentra la estabilidad del nivel de los precios, utilizando como instrumento la política monetaria, con el fin de bajar la inflación y conservar estable el nivel general de los precios.

Tipos de Control de Precios⁴⁸

El control de precios consta de dos tipos: Precio Máximo y Precio Mínimo.

1. Precio Máximo:

Es el precio legal más alto al que puede venderse un bien.

Efectos del Establecimiento del Precio Máximo

La fijación de un tope máximo al precio no permite que ningún oferente pueda cobrar por encima del precio establecido, y consecuentemente los productores ajustaran su oferta a ese precio.

Por otro lado, la cantidad demandada, será mayor que la cantidad que los oferentes desean ofertar, por lo que aparecerá la escasez en el mercado, siendo este uno de los principales efectos de su aplicación.

A su vez, se desarrollara un mecanismo de racionamiento que se puede concretar, por ejemplo, en largas colas. Alternativamente, los vendedores o las propias autoridades

⁴⁶ ROVIRA J., GÓMEZ P. Y DEL LLANO J. (2012). La regulación del precio de los medicamentos en base al valor. p. 12. [publicación en línea], fecha de la consulta: 30 de junio de 2017. Disponible en: http://www.fgcasal.org/publicaciones/Lilly_FGC-Libro_La_Regulacion_del_preco_medicamentos.pdf

⁴⁷ MOCHÓN, Francisco. *op.cit.* pp. 264-266.

⁴⁸ *Ibid.* pp. 63-67.

pueden establecer criterios para darles prioridad a determinadas personas como jóvenes o personas de la tercera edad.

Finalmente, las colas hacen perder el tiempo a los compradores, crean ineficiencias y discriminación, pues el bien no va a parar necesariamente a quien más lo valora.

Este efecto, a largo plazo originará una escasez mucho más notable, que en algunos casos el racionamiento se manifestará en listas de espera, no habrá incentivos para realizar mantenimientos y en consecuencia, se ofrecerá un servicio o un bien en peor estado. [palabras propias agregadas]

En otras palabras, la fijación de un precio máximo se presenta así:

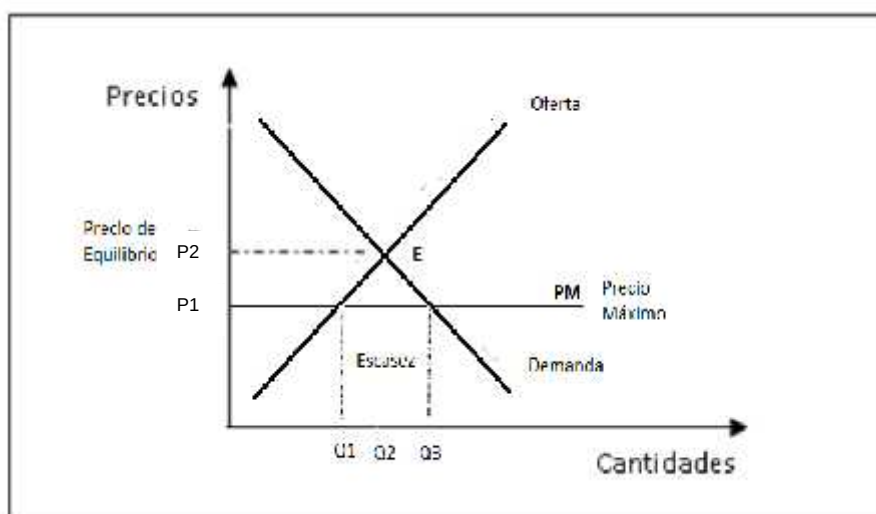


Figura 5. Establecimiento de un Precio Máximo.
Fuente: Mochón (2009).

Según el autor Mochón F. con respecto a la Figura 5 manifiesta:

Si el gobierno impone un precio máximo **PM**, siendo este inferior al precio de equilibrio **P2**, se demandaran más unidades en **Q3** y se ofrecerán menos unidades en **Q1**, dando lugar a la **escasez**.

2. Precio Mínimo:

Es el precio legal más bajo al que puede venderse un bien.

Efectos del Establecimiento del Precio Mínimo

Si el gobierno impone un tope mínimo inferior al precio de equilibrio, el precio mínimo fijado no será relevante. De lo contrario, cuando el precio llega al tope mínimo, no puede bajar más, por lo que aparecerá un exceso de oferta o excedente. Dando lugar, a la acumulación de excesos de producción ineficientes y poco deseables.

Un ejemplo muy importante es el establecimiento del salario mínimo, el cual supone que ningún trabajador podrá recibir un salario menor al establecido, esto no quiere decir que esta medida acabe favoreciendo a todos los trabajadores, ya que generará un exceso de oferta y hará que el nivel de empleo sea inferior al nivel de empleo de equilibrio.

Este tipo de precio mínimo se muestra en la gráfica siguiente:

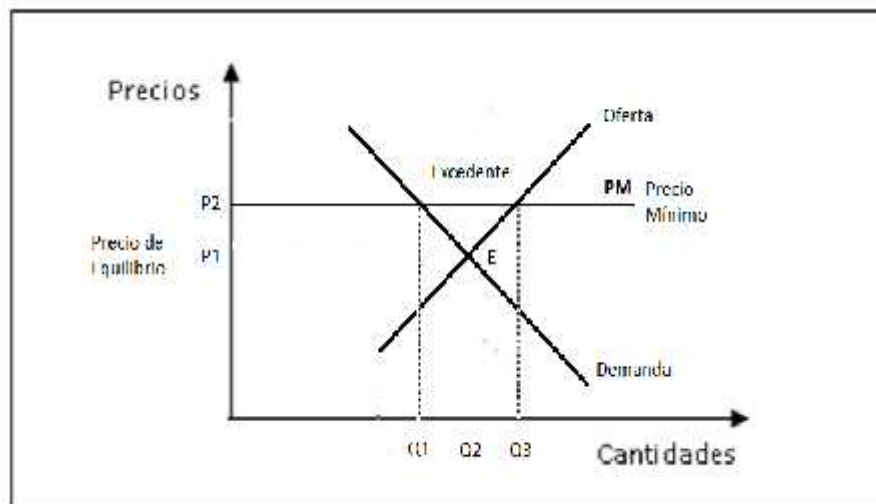


Figura 6. Establecimiento de un Precio Mínimo.

Fuente: Mochón (2009).

Igualmente, el autor Mochón F. explica en razón a la Figura 6:

El gobierno impone un precio $P2$, superior al precio de equilibrio $P1$. Por tanto, el precio del mercado es igual a $P1$. A este precio se ofrecen $Q3$ y se demandan $Q1$, cuyo resultado es la diferencia entre ellas creando así un excedente de oferta.

Continua Mochón F.⁴⁹ indicando: “en ambos casos el gobierno intenta mantener los precios de unos determinados bienes en unos niveles que no son de equilibrio”.

CAUSAS DE LA APLICACIÓN DEL CONTROL DE PRECIOS EN LA ECONOMÍA

En la revista Business Week, publico un artículo para el que fuera el Presidente de la Comisión de Precios durante los años de 1971 y 1973, Grayson C.⁵⁰, basándose en su experiencia en el gobierno norteamericano, resume cuales son las razones por las cuales los controles interfieren negativamente en la economía:

1. Los controles provocan una distorsión en el mercado:

Los precios que se mantienen artificialmente bajos desestimulan la expansión de la producción, fomentan los mercados negros y eliminan a los productores marginales.

Ante tales distorsiones y manipulaciones oficiales, los inversionistas no pueden invertir en forma racional, lo cual se traduce en desabastecimiento, provocando nuevos controles para tratar de evitarla.

2. Los controles atacan el principio de rentabilidad:

Este es el punto en el cual se basa la empresa privada. Se sugiere que los vendedores bajen sus precios de venta, pero son exactamente las utilidades lo que atrae a nuevos inversionistas y la mayor competencia es lo único que haría bajar los precios.

3. Los controles generan la pasividad y matan la iniciativa:

Si los precios y la rentabilidad no dependen de la eficiencia de la firma sino de disposiciones oficiales, la motivación

⁴⁹ *Ibid.* p. 63.

⁵⁰ SÁNCHEZ-COVISA, Joaquín. (2011). *40 siglos de control de precios*. Tercera edición. Ediciones Consecomercio, Venezuela, pp. 17-18. [libro en línea], fecha de la consulta: 04 de julio de 2017. Disponible en: <http://cedice.org.ve/wp-content/uploads/2014/07/Control-de-precios.pdf>

empresarial por servir mejor las necesidades del consumidor desaparecen y sus esfuerzos se dirigen hacia la obtención de beneficios que sólo pueden ser otorgados por los funcionarios públicos, abriendo las puertas a la corrupción.

4. Los controles atacan los síntomas y no las causas de la inflación:

Los problemas básicos tales como: políticas fiscales y monetarias erradas, productividad deficiente y restricciones a la competencia son ignorados al pensar que con los controles se puede curar la inflación.

Continúa Grayson C. diciendo (...): “los controles de precios afectan negativamente a las empresas del Estado, cuyas pérdidas se tienen que reponer a través de aumentos en los impuestos y en nuevos préstamos conseguidos por el gobierno”. (*Apud.* Sánchez J. (2011).).

Al mismo tiempo, el economista y abogado español, el Dr. Huerta J.⁵¹ (...), sostiene desde su perspectiva de la teoría económica en lo que se refiere a “la intervención de los precios”:

Es una forma de intervencionismo del Estado en la economía, en la que los diferentes precios son fijados por decretos ley, mandatos, reglamentos o por cualquier otro medio que emplee la autoridad pública, y son muy distintos a los que fijaría el mercado libremente (*Apud.* Hernández G. (2010).).

CONSECUENCIAS DEL CONTROL DE PRECIOS

Según el Economista Chapman G.⁵² (...) menciona algunas consecuencias directas derivadas de este tipo de medida:

1. Genera una fuerte distorsión en el balance de las fuerzas de oferta y demanda que siempre operan en un mercado.
2. Los niveles de precios no garantizan una rentabilidad atractiva, por lo tanto, los inversionistas no entran en el mercado, hay menos participantes y no hay nuevos productos.

⁵¹ HERNÁNDEZ, Giotto. (2014). El control de precios y sus efectos. [página en línea], fecha de la consulta: 04 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.elmundo.com.ve/firmas/giotto-jesus-hernandez/el-control-de-precios-y-sus-efectos--1-.aspx>

⁵² REYNOLDS M. (2012). *loc.cit.*

3. Surgen oligopolios ya que no existen mecanismos para asegurar la competencia.
4. La escasez genera el surgimiento de mercados paralelos o negros. (Apud. Reynolds M. (2012).).

De acuerdo con los razonamientos que he venido realizando, es conveniente analizar el desarrollo de las diversas políticas creadas por los gobiernos para regular el proceso económico de la República Bolivariana de Venezuela.

POLÍTICAS ECONÓMICAS Y SOCIALES EN LA HISTORIA VENEZOLANA

De este modo, a lo largo de la historia de la República Bolivariana de Venezuela, son varios los presidentes que han implementado algún tipo de control de precios como fin económico, y así lo manifiesta, el Ex-Director Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Caracas, Chelminsky V.⁵³, en su libro: *“Los controles de precios, buenas intenciones y trágicos resultados”*, de ahí que, mencionare aquellos gobiernos que fueron más significativos:

➤ Gobierno del General Eleazar López Contreras (1935-1941):

Estas medidas iniciaron en el año de 1939, cuando de “declaro como de primera necesidad a los alimentos, alquileres, materiales de construcción, tejidos de algodón y medicinas”. Estableció “una junta ejecutiva ad-honorem con la finalidad de fijar y publicar cada 15 días los precios máximos al por mayor y al detal de los bienes declarados de primera necesidad”.

⁵³ CHELMINSKY, Vladimir. (2006). *Los controles de precios, buenas intenciones y trágicos resultados*. Segunda edición. Editorial Cedice Libertad, Venezuela, pp. 142-195. [libro en línea], fecha de la consulta: 03 de julio de 2017. Disponible en: <http://cedice.org.ve/wp-content/uploads/2013/06/Los-Control-de-Precios.-Vladimir-Chelminski.pdf>

➤ **Gobierno del General Isaías Medina Angarita (1941-1945):**

Inició el control de cambio que duró hasta 1944, instituyó la Comisión Nacional de Abastecimiento (CNA) y reguló desde los precios del papel bond hasta los del pescado mediante la Junta Nacional Reguladora de Precios.

➤ **Gobierno de Rómulo Betancourt (1945-1948):**

Dicó una resolución para declarar cuáles eran todos los artículos de primera necesidad, reguló los alquileres y promulgó la Ley contra el Acaparamiento y la Especulación.

➤ **Gobierno de Marcos Pérez Jiménez (1952-1958):**

La CNA revisó la regulación de los precios de los medicamentos a partir de 1952, según la resolución disponía que en el caso de medicinas traídas por distribuidores exclusivos, el precio de distribuidor a mayorista no podía superar el costo a más del 25%, el precio de mayorista a farmacia no podía superar el costo a más del 15% y las farmacias por su parte solo podían vender a costo a más del 30%.

➤ **Gobierno de la Junta Cívico-Militar de Edgar Sanabria (1958-1959):**

Fijó el precio del pan en seis presentaciones y “sometió al mercado de productos medicinales a una serie de reglamentaciones, entre ellas que el Ministerio de Fomento impusiera los precios y que exigiera a las farmacias el deber de exhibir las listas de dichos precios”.

➤ **Gobierno de Rómulo Betancourt (1959-1964):**

Aprobó la Ley de Regulación de Alquileres y rebajó la mayoría de los precios de medicamentos regulados. Además, estipuló que el precio máximo permitido a las farmacias les correspondiera un margen del 35% y a los mayoristas del 13%.

➤ **Gobierno de Rafael Caldera (1969-1974):**

Implanto controles estrictos sobre muchos bienes como el pan, la carne y el pollo. Al igual, determino controles para la venta de vehículos, las tarifas para los estacionamientos y los medicamentos.

➤ **Gobierno de Carlos Andrés Pérez (1974-1979):**

“Congelo por 90 días los precios de todos los bienes y servicios, declarados o no como de primera necesidad, estableció por primera vez el salario mínimo”, la Ley de Protección al Consumidor y el marcaje del precio de venta al público (PVP).

➤ **Gobierno de Luis Herrera Campins (1979-1984) :**

“Devaluó el bolívar, anuncio nuevas reglas para el universo de bienes y servicios” mediante el llamado Sistema Administrado de Precios. Por otra parte, las “eempresas farmacéuticas quedaron con una deuda externa grande porque el Seguro Social no les pago lo que les debía”.

➤ **Gobierno de Jaime Lusinchi (1984-1989):**

Instauro la Comisión Nacional de Costos, Precios y Salarios (Conacopresa), encargada de fijar y modificar los precios de aquellos productos considerados de primera necesidad. Igualmente, divulgo un nuevo sistema de regulación de precios que se clasificaba en tres tipos: regulados, controlados y supervisados.

➤ **Gobierno de Carlos Andrés Pérez (1989-1993):**

“Libero una parte de los medicamentos y mantuvo reguladas 42 sustancias activas básicas relacionadas con 700 presentaciones diferentes”.

➤ **Gobierno de Rafael Caldera (1994-1999):**

“Ddeclará de primera necesidad la mayor parte del universo de bienes y servicios. Además, de los Precios de Venta al Público PVP, existieron los precios máximos, sugeridos, concertados, de oferta y Precios máximos de Venta al Público PMVP”. En la misma forma, libero alrededor de 3000 medicamentos regulados.

➤ **Gobierno de Hugo Chávez (1999-2013):**

"Sustituyo el Instituto Autónomo para la Defensa y Educación del Consumidor y Usuario (INDECU) por el Instituto para la Defensa de las Personas en el Acceso a los Bienes y Servicios (INDEPABIS)⁵⁴. Al igual que, publico la Ley de Costos y Precios Justos con la finalidad de “evitar la fuga de capitales al exterior, impedir la disminución de reservas, evitar el aumento de precios y defender la estabilidad del bolívar como moneda nacional”⁵⁵.

➤ **Gobierno de Nicolás Maduro (2013-Actual):**

Reformo la Ley Orgánica de Precios Justos y creo la Superintendencia Nacional para la Defensa de los Derechos Socioeconómicos (SUNDDE) para suplantar INDEPABIS y SUNDECOP⁵⁶. Recientemente, anuncio la Ley de Abastecimiento Soberano y de Precios

⁵⁴ PADILLA, D. (2008). Indepabis: nuevo instituto de protección al consumidor en Venezuela. Sección electrónica Legal. [página en línea], fecha de la consulta: 03 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.venelogia.com/archivos/2531/>

⁵⁵ SIVIRA, Rosmir. (2016). Ningún sector ha sido beneficiado en 13 años de control de precios. Sección Noticias Economía. [página en línea], fecha de la consulta: 03 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.elimpulso.com/noticias/economia/ningun-sector-ha-sido-beneficiado-en-13-anos-de-control-de-precios>

⁵⁶ LUCENA, Anais. (2015). Sundde cumple su primer aniversario dando ¡al pueblo lo que es del pueblo! Sección. [página en línea], fecha de la consulta: 03 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.radiomundial.com.ve/article/sundde-cumple-su-primer-aniversario-dando-%C2%A1al-pueblo-lo-que-es-del-pueblo>

Acordados o Ley Plan 50, que prevé “un nuevo sistema para la fijación de los precios máximos de 50 productos y servicios fundamentales del país”⁵⁷.

BASES LEGALES

Identificados todos los elementos anteriores y para dar respuesta a los objetivos planteados en este trabajo de grado, se analizara dentro del ordenamiento jurídico venezolano lo inherente al control de precios y su respectiva regulación, como lo son las normas establecidas en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y la Ley Orgánica de Precios Justos:

CONSTITUCION DE LA REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

La gestión del Estado venezolano en búsqueda de satisfacer las necesidades de la población interviene de forma directa en la vida económica y comercial del país, para la cual ha estructurado un conjunto de normas legales como se destacan a continuación en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela:

Artículo 112⁵⁸:

Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para

⁵⁷ NOTITOTAL (2017). ¡Aquí están! Estos son algunos de los productos que tendrán precios fijos, según Maduro. [página en línea], fecha de la consulta: 13 de Septiembre de 2017. Disponible en: <http://notitotal.com/2017/09/08/algunos-productos-que-tendran-precios-fijos-maduro/>

⁵⁸ VENEZUELA. MINISTERIO PÚBLICO (MP). Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial N° 5.908E, de fecha 20 de diciembre de 1999. Artículo 112. Sección Información: Legislación [página en línea], fecha de la consulta: 05 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.mp.gob.ve/LEYES/constitucion/constitucion1.html>

dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país.

Conforme al artículo arriba especificado, se afirma que todos los ciudadanos pueden dedicarse de forma libre a la actividad comercial que más les convenga, siempre y cuando cumpla con todas las normas legales vigentes en el país. Más aún, apoyar al sector privado y garantizar la producción de bienes y servicios.

Adicionalmente, asegurar otros aspectos fundamentales para el desarrollo del bienestar de la sociedad como son el trabajo, la industria y el comercio. Y así, lo plantea el economista y Ex-director de la Escuela de Economía de la UCV, González J.⁵⁹:

La principal función y responsabilidad económica del Estado, es la de garantizar que la mayoría de los ciudadanos puedan vivir bien; es decir condicionar las relaciones económicas para una mejor satisfacción de las necesidades de la población.

La otra gran función que debe cumplir, es la de regular la actividad económica mediante la instrumentación de políticas y reglas claras en las áreas de monetaria, fiscal y de regulación propiamente dicha, al tiempo de supervisar y corregir las fallas del mercado.

Artículo 117⁶⁰:

Todas las personas tendrán derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, así como a una información adecuada y no engañosa sobre el contenido y características de los productos y servicios que consumen; a la libertad de elección y a un trato equitativo y digno. La ley establecerá los mecanismos necesarios para garantizar esos derechos, las normas de control de calidad y cantidad de bienes y servicios, los procedimientos de defensa del público consumidor, el resarcimiento de los daños ocasionados y las sanciones correspondientes por la violación de estos derechos.

⁵⁹ GONZALEZ, J. (2017). Funciones económicas del estado. *Artículo electrónico elmundo.com.ve*. [artículo en línea], fecha de la consulta: 05 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.elmundo.com.ve/firmas/jesus-alexis-gonzalez--1-/funciones-economicas-del-estado.aspx>

⁶⁰ Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. *op.cit.* Artículo 117.

Significa entonces, que el Estado velara para que cada persona tenga el derecho a obtener y seleccionar libremente los productos y servicios que crea necesarios, los cuales deben encontrarse en perfectas condiciones; al igual, como consumidor debe recibir una atención justa y con respeto.

Artículo 320⁶¹:

El Estado debe promover y defender la estabilidad económica, evitar la vulnerabilidad de la economía y velar por la estabilidad monetaria y de precios, para asegurar el bienestar social.

El ministerio responsable de las finanzas y el Banco Central de Venezuela contribuirán a la armonización de la política fiscal con la política monetaria, facilitando el logro de los objetivos macroeconómicos. En el ejercicio de sus funciones, el Banco Central de Venezuela no estará subordinado a directivas del Poder Ejecutivo y no podrá convalidar o financiar políticas fiscales deficitarias...

Lo que significa que, será responsabilidad del Banco Central de Venezuela, preservar el valor de la moneda y mantener la estabilidad de los precios. Por ello, el Profesor en economía de la Universidad de los Andes, Hurtado A.⁶² afirma:

La estabilidad de precios es aquella situación en la cual la tasa de inflación es baja y estable, uno de los componentes básicos de la estabilidad económica de un país, resultado del comportamiento equilibrado de toda la economía y condición necesaria para que ésta emprenda una senda sostenida de crecimiento.

No tener variaciones importantes en los precios mejora la distribución del ingreso y ayuda a corregir el nivel de pobreza que exhibe una nación, facilita la definición del límite inferior de la tasa de interés nominal y el ajuste de los precios relativos, garantiza un entorno propicio para la toma de decisiones de los consumidores y productores, incentiva la planificación financiera, mejora la competitividad externa, permite la correcta estimación de la

⁶¹ *Ibid.* Artículo 320.

⁶² HURTADO, Alberto J. (2016). Estabilidad de precios. *Sección Opinión*. [página en línea], fecha de la consulta: 06 de julio de 2017. Disponible en: http://www.eluniversal.com/noticias/opinion/estabilidad-precios_4344

rentabilidad de los proyectos de inversión, y contribuye a la creación de un clima propicio para el crecimiento económico.

LEY ORGÁNICA DE PRECIOS JUSTOS

Actualmente, la legislación venezolana con el fin de controlar la especulación y regular los precios de venta al consumidor de una variedad de bienes y servicios, derogo la Ley del 2014 y publico el 12 de noviembre del 2015 en Gaceta Oficial N° 40.787 el Decreto con rango, valor y fuerza de Ley Orgánica de Precios Justos. En vista de lo anterior, es necesario interpretar varios artículos de la presente Ley en lo que respecta al control de precios previsto para esta investigación:

Objeto

Artículo 1⁶³:

Establecer las normas para la determinación de precios de bienes y servicios, los márgenes de ganancia, los mecanismos de comercialización, y los controles que se deben ejercer para garantizar el acceso de las personas a bienes y servicios a precios justos, con el fin de proteger los ingresos de los ciudadanos y el salario de los trabajadores.

El objetivo de promulgar esta Ley radica en fijar tanto el precio como el porcentaje máximo de ganancia a los bienes y servicios con la intención de resguardar los ingresos de la población en general.

Finalidad

Entre los propósitos que posee esta disposición en el Artículo 3⁶⁴ dispone: “incrementar a través del equilibrio económico el nivel de vida del pueblo, coadyuvar al desarrollo justo y estable de la economía como mecanismo de protección de los ingresos de las personas y proteger del acaparamiento y la especulación”.

⁶³ Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Precios Justo. *op.cit.* Artículo 1.

⁶⁴ *Ibid.* numeral 3, 4, 8, artículo 3.

Sujetos a la Aplicación

Los sujetos a los cuales se les aplica esta Ley, según lo establecido en el Artículo 2⁶⁵: son todas “las personas naturales y jurídicas de derecho público o privado, nacionales o extranjeras, que desarrollen actividades económicas en el territorio venezolano, incluidas las que se realizan a través de medios electrónicos”.

Es así, que todas las personas sujetas a la Ley deberán inscribirse en el Registro Único de Personas que Desarrollan Actividades Económicas (RUPDAE)⁶⁶, a través de la página web de la SUNDDE.

Registro Único de Personas que Desarrollan Actividades Económicas (RUPDAE)

De modo que, la legislación enuncia en los Artículos 18 y 19⁶⁷ las siguientes características para el RUPDAE:

- Es de carácter público y accesible a los particulares.
- Los sujetos de aplicación de este decreto deberán inscribirse y mantener sus datos actualizados.
- La inscripción es un registro indispensable para poder realizar actividades económicas y comerciales en el país.

Superintendencia Nacional para la Defensa de los Derechos Socioeconómicos (SUNDDE).

Mientras que, en el párrafo primero del Artículo 9 define el SUNDDE como “un órgano desconcentrado, con capacidad de gestión, presupuestaria, administrativa y financiera⁶⁸”, con la facultad de “supervisar y fiscalizar todo lo relacionado al control y regulación de costos, así como, determinar los

⁶⁵ *Ibid.* párrafo primero, artículo 2.

⁶⁶ *Ibid.* párrafo primero, artículo 18.

⁶⁷ *Ibid.* Artículos 18, 19.

⁶⁸ *Ibid.* párrafo primero, artículo 9.

márgenes de ganancias y precios, fijar los precios justos de la cadena de producción y el Precio Máximo de Venta al Público⁶⁹.

Además, como lo evidencia el Artículo 11⁷⁰ entre las funciones principales del SUNDDE se encuentran: la de validar la información recibida de las personas sujetas en la presente Ley, velar por el cumplimiento de las disposiciones establecidas y llevar a cabo las inspecciones que crea necesarias a los inmuebles que se dediquen a “la producción, importación, distribución, comercialización y almacenamiento, de bienes y servicios.

Naturaleza Jurídica

Artículo 4⁷¹:

“Las disposiciones de este Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica, son de orden público y en consecuencia, irrenunciables...”

Lo que significa que se aplica a todos los sujetos, sean estos, personas naturales y jurídicas que se dediquen algún tipo de actividad comercial.

Clasificación de las Modalidades de Precios

Artículo 27⁷²:

...La política nacional de precios justos comprenderá, al menos, las categorías de precio justo y precio máximo de venta. El precio justo sólo podrá ser determinado y fijado por la Superintendencia Nacional para la Defensa de los Derechos Socioeconómicos (SUNDDE). El precio máximo de venta al público podrá ser determinado y fijado por el productor o importador del bien, o por el prestador de servicio, pudiendo ser determinado o fijado también de oficio por la Superintendencia. Ambas modalidades de precios constituirán categorías del precio más alto que pueda asignarse a

⁶⁹ *Ibid.* numeral 1, 3, 4, artículo 10.

⁷⁰ *Ibid.* numeral 1, 2, 3, artículo 11.

⁷¹ *Ibid.* párrafo primero, artículo 4.

⁷² *Ibid.* párrafo segundo, artículo 27.

los bienes y servicios respecto de los cuales se determinaren y fijaren.

Del planteamiento anterior, se concluye que existen dos modalidades de precio clasificados como: Precio Justo y Precio Máximo de Venta al Público.

1. Precio Justo:

Su definición se contempla en la Providencia Administrativa N° 070/2015 *“mediante la cual se regulan las modalidades para la determinación, fijación y marcaje de precios en todo el territorio nacional”*, publicada el 27 de octubre del 2015, a través del Artículo 2⁷³ en su numeral cuarto: “Es el precio determinado y fijado por el SUNDDE, como órgano rector en materia de costos, ganancias y precios, el cual dicha Superintendencia asigne la denominación de Precio Justo”. Es decir, que está conformado por todos los bienes y servicios regulados.

2. Precio Máximo de Venta al Público (PMVP):

De igual modo, en los mismos términos previstos en la Providencia Administrativa N° 070/2015, en el Artículo 2⁷⁴, numeral tercero, lo define como: “el precio más alto, al cual puede ser comercializado un bien o servicio al usuario final, en condiciones de detal”. Es decir, que está conformado por todos los bienes y servicios no regulados.

⁷³ VENEZUELA. SUPERINTENDENCIA NACIONAL PARA LA DEFENSA DE LOS DERECHOS SOCIOECONOMICOS. (SUNDDE). Providencia Administrativa mediante la cual se regulan las modalidades para la determinación, fijación y marcaje de precios en todo el territorio nacional. Providencia Administrativa N° 070/2015, de fecha 27 de octubre de 2015. numeral cuarto, artículo 2. Sección Descargas: Leyes y providencias. [base de datos en línea], fecha de la consulta: 08 de julio de 2017. Disponible en: <http://sundde.gob.ve/wp-content/uploads/2016/11/PROVIDENCIA-070-2015.pdf>

⁷⁴ *Ibid.* numeral 3, artículo 2.

Margen Máximo de Ganancia

Siguiendo la misma idea, a partir de ciertos criterios técnicos emanados por la SUNDDE y tomando recomendaciones de los Ministerios del Poder Popular, establece en el Artículo 31⁷⁵ el Margen Máximo de Ganancia, el cual no puede exceder del 30% de la estructura de costos del bien o servicio.

A tales efectos, en el párrafo tercero del mencionado artículo, promulga que será la SUNDDE quien “podrá determinar márgenes máximos de ganancia por sector, rubro, espacio geográfico, canal de comercialización, actividad económica o cualquier otro concepto que considere”.

En atención a la problemática expuesta, objeto de estudio para esta investigación es importante analizar la situación del sector farmacéutico en la República Bolivariana de Venezuela en lo que respecta a precios justos y las diferentes disposiciones legales que regulan este sector:

EL CONTROL DE PRECIOS EN EL SECTOR FARMACÉUTICO EN LA REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

Las dificultades en el sector farmacéutico se han presentado a lo largo de los años y se viene agravando derivado de los controles de precios aplicados durante varios gobiernos. De esta forma, lo expone el Ex-Director Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Caracas, Chelminsky V.⁷⁶:

Las principales consecuencias han sido: falta de inversión, escasez por falta de producción y por farmacias que no pueden tener los inventarios que deberían tener, productos descontinuados no por razones de tecnología, sino por razones de controles y por la reputación del país.

⁷⁵ Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Precios Justo. *op.cit.* Artículo 31.

⁷⁶ CHELMINSKY, Vladimir. *op.cit.* pp. 91-96.

En los últimos 25 años no se hicieron inversiones en la industria. Peor aún, se han ido del país una serie de laboratorios por las imposibles condiciones de trabajo a que han sido sometidos por el gobierno. Un ejemplo de esto ha ocurrido con:

La planta Covigal de Sandoz Ciba-Geigy, la más moderna en su tipo en toda Latinoamérica que fue abandonada en 1996 o Laboratorios Behrens, empresa pionera venezolana, única en fabricar sueros contra mordeduras de serpientes, termino regalándole todos sus equipos a la Universidad Central de Venezuela, institución incapaz de continuar produciendo con la eficiencia que lo hicieron sus propietarios originales.

El hecho de que los precios tengan que ser exactamente iguales en todo el país conlleva a que en las zonas más remotas y vulnerables sean los primeros lugares donde primero se sienta la escasez. De manera semejante, la vida de las farmacias es bastante difícil con tantos controles y competencia desleal que les hacen farmacias municipales que se pueden vender a pérdida.

Por razones de pérdida del poder adquisitivo de la población, de inflación, y en particular de controles de precios, las farmacias se han ido descapitalizando. Uno de tantos problemas de este debilitamiento financiero es que se les hace difícil tener inventarios de medicinas, sobre todo las más costosas y de poca rotación, como pueden ser aquellas para combatir el cáncer o para promover la fertilidad.

Desde el punto de vista social, “la salud es considerada como parte del crecimiento de la sociedad, pasando a ser un bien preferente, la cual resulta de importancia vital para el país y en la medida que todos puedan alcanzarlo deriva mayor grado de bienestar”⁷⁷.

Dadas las condiciones que anteceden, en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en el Artículo 83⁷⁸ establece:

La salud es un derecho social fundamental, obligación del Estado, que lo garantizará como parte del derecho a la vida. El Estado promoverá y desarrollará políticas orientadas a elevar la calidad de vida, el bienestar colectivo y el acceso a los servicios. Todas las

⁷⁷ VASALLO C., SELLANES M. y FREYLEJER V. (2003). Apunte de economía de la salud. P.2. [página en línea], fecha de la consulta: 08 de julio de 2017. Disponible en: http://www.hospitalcruce.org/hecrep/pdf/12_economiasalud.pdf

⁷⁸ Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. *op.cit.* Artículo 83.

personas tienen derecho a la protección de la salud, así como el deber de participar activamente en su promoción y defensa...

Se puede inferir que, la salud es un derecho esencial de todos los ciudadanos y es responsabilidad del Estado su cumplimiento, desarrollando estrategias en búsqueda de mejorar y mantener la calidad de vida de la población, brindando bienestar y satisfacción mediante el acceso a los servicios de salud como hospitales y centros de atención, así como la distribución de medicamentos equitativa en todo el territorio nacional.

Dentro de esta perspectiva, la Organización Mundial de la Salud (OMS)⁷⁹ (...), define salud universal como:

...garantizar que todas las personas obtengan los servicios de salud que necesitan sin sufrir dificultades financieras al momento de pagar por ellos. Dirigido por un sistema de salud fuerte, eficiente, bien gestionado, la salud que cumple con las necesidades prioritarias a través de la atención integral centrada en las personas (*Apud.* Rodríguez C. (2016).).

NORMAS SANITARIAS COMPLEMENTARIAS PARA LA REGULACIÓN DE LA PRESCRIPCIÓN Y DISPENSACIÓN DE MEDICAMENTOS

Mientras que, en la Resolución N° 031 referente a las “*Normas Sanitarias Complementarias para la Regulación de la Prescripción y Dispensación de Medicamentos*”, en su Artículo 1⁸⁰ establece que el fin de estas medidas es “garantizar el derecho de la población de tener acceso

⁷⁹ Rodríguez C. (2016). Precios en la industria farmacéutica en América Latina: la tormenta perfecta está aquí. Sección Ventas y marketing. [página en línea], fecha de la consulta: 08 de julio de 2017. Disponible en: <http://es.eyeforpharma.com/ventas-y-marketing/precios-en-la-industria-farmaceutica-en-america-latina-la-tormenta-perfecta-esta>

⁸⁰ VENEZUELA. MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA SALUD. Normas Sanitarias Complementarias para la Regulación de la Prescripción y Dispensación de Medicamentos. Resolución N° 031. Gaceta Oficial N° 40.136, de fecha 26 de Marzo de 2013. artículo 1. Sección Marco jurídico: Leyes. [base de datos en línea], fecha de la consulta: 08 de julio de 2017. Disponible en: http://www.fames.gob.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=35&Itemid=92

equitativo a los medicamentos y la posibilidad de elegir los mismos según su costo entre medicamentos de igual composición, forma farmacéutica y dosificación”.

Como se aprecia en el citado artículo, todos los venezolanos tienen derecho a obtener los medicamentos que requieran en igual de condiciones, es por eso que el Estado debe disponer tanto de establecimientos de salud y personal capacitado, como de un listado de medicamentos esenciales para el país que sean accesibles desde un grupo de la población hasta el sector más vulnerable.

LEY DE MEDICAMENTOS

Similarmente, en la Ley de Medicamentos en su Artículo 1⁸¹ indica: “regulará todo lo relacionado con la política farmacéutica a los fines de asegurar la disponibilidad de medicamentos eficaces, seguros y de calidad, así como su accesibilidad y uso racional a todos los sectores de la población”.

Por esta razón, la OMS⁸² (...) considera: “los medicamentos esenciales deben estar disponibles en todo momento, en las cantidades adecuadas, en las formas farmacéuticas apropiadas, con la calidad garantizada y a un precio asequible” (*Apud*. Farmacéuticos Mundi (2017).).

⁸¹ VENEZUELA. Ley de Medicamentos. Gaceta Oficial N° 37.006, de fecha 3 de agosto de 2000. artículo 1. Sección Recursos: Leyes y reglamentos. [base de datos en línea], fecha de la consulta: 08 de julio de 2017. Disponible en: http://www.fefarven.org.ve/portal/images/files/ley_medicamentos.pdf

⁸² CAMPAÑA FARMAMUNDI. (2017). La Campaña: Esenciales para la vida. Sección Presentación. [blog en línea], fecha de la consulta: 08 de julio de 2017. Disponible en: <http://esencialesparalavida.org/presentacion/la-campana/>

En tanto que, el economista González E.⁸³ plantea: “expertos en la materia de Economía de la Salud, aseguran que lejos de constituir un bien de consumo, conforman una inversión en las capacidades de las personas para aprender y trabajar, y en ocasiones para salir de la pobreza”.

Así mismo, en el Artículo 2⁸⁴ de esta Ley establece como objetivo: “facilitar el acceso de los medicamentos a toda la población con prioridad a lo requerido según los indicadores de mortalidad prevalentes en el país y garantizar el abastecimiento de medicamentos esenciales y genéricos en los establecimientos de salud”.

Además, en el párrafo único del Artículo 2 resalta en materia de control de precios: “el Estado podrá regular los precios de los medicamentos, cuando sea necesario”. No obstante, así lo demuestra la publicación de la Lista de Precios de Medicamentos Regulados según Gaceta Oficial Ordinaria N° 38.288 del 06 de Octubre de 2005, a través de la cual establece los precios de venta al público de 1.144 medicamentos⁸⁵.

Por las consideraciones anteriores, es oportuno mencionar que el sistema de salud venezolano atraviesa una profunda crisis, en vista a que muchos pacientes no reciben los tratamientos médicos esenciales, quizás en parte porque el gobierno no asegura que dichos productos farmacéuticos estén disponibles tanto en el sistema de salud pública como en los

⁸³ GONZALEZ, E. (2017). ¿Control de precios sobre el sector salud?. Sección Opinión: Salud. [página en línea], fecha de la consulta: 08 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.bancaynegocios.com/control-de-precios-sobre-el-sector-salud/>

⁸⁴ Ley de Medicamentos. *op.cit.* artículo 2.

⁸⁵ CAMARA DE LA INDUSTRIA FARMACEUTICA. (CIFAR). Sección Gacetas. [página en línea], fecha de la consulta: 10 de julio de 2017. Disponible en: http://cifar.org.ve/old/info_interes/gacetas.htm

laboratorios privados debido a las restricciones cambiarias y del control de precios que obstaculizan el suministro de los mismos⁸⁶.

Por consiguiente, el Director adjunto de salud y defensor de los derechos humanos de Human Rights Watch, Lohman D.⁸⁷, en un artículo publicado en el año 2015, realiza una síntesis en referencia a “*la crisis del sistema de salud de Venezuela*”:

Médicos por la Salud, una red de médicos residentes que trabajan en hospitales públicos de todo el país, informo los resultados de una encuesta llevada a cabo en 130 hospitales públicos de 19 estados, la cual mostraba que en los hospitales había escasez en el 60% de los medicamentos o insumos médicos que normalmente se mantienen en inventario, y que la mayoría de los medicamentos incluidos en la Lista Modelo de Medicamentos Esenciales de la Organización Mundial de la Salud no estaban disponibles en las farmacias.

Continúa el autor, Venezuela no cuenta con una industria farmacéutica fuerte, y debido a ello el país tiene que importar la mayoría de los medicamentos e insumos médicos. Incluso en el caso de medicamentos que se fabrican localmente, la materia prima a menudo proviene del exterior.

Entre tanto, el Diputado Pizarro M.⁸⁸ (...) en la memoria y cuenta del Ministerio de Salud señala: “8 de cada 10 medicinas no se consiguen por la caída de las importaciones y producción nacional. A su vez, la deuda con los proveedores internacionales de \$6.000 millones” (*Apud.* El Estímulo (2016).).

⁸⁶ Lohman D. (2015). La crisis del sistema de salud de Venezuela. Sección Salud: Acceso al cuidado de salud. Sección Opinión: Salud. [página en línea], fecha de la consulta: 10 de julio de 2017. Disponible en: <https://www.hrw.org/es/news/2015/04/29/la-crisis-del-sistema-de-salud-de-venezuela>

⁸⁷ Lohman D. (2015). *loc.cit.*

⁸⁸ EL ESTÍMULO. (2016). Infografía: las cifras de la crisis de salud venezolana. Sección Hospitales, Luis Almagro, salud. [página en línea], fecha de la consulta: 10 de julio de 2017. Disponible: <http://elestimulo.com/blog/infografia-las-cifras-de-la-crisis-de-salud-venezolana/>

Entre tanto, el Presidente de la Federación Farmacéutica Venezolana Ceballos F.⁸⁹ precisa:

Con respecto, al control de precios impuesto por el Gobierno a 1.144 medicamentos considerados prioritarios, representan el 30% de las medicinas que se venden en el país. Lleva por ende a los laboratorios a producir a pérdida los medicamentos, perjudicando a las empresas farmacéuticas porque no toman en cuenta los costos operativos reales de la cadena de comercialización [palabras propias agregadas].

Finalmente, aseguro que para el 2017 “la escasez de medicamentos se ubica en el 85% y actualmente hay menos de 30 laboratorios que tienen plantas produciendo en el país y funcionan alrededor de 4.500 farmacias”.

Según lo leído se analiza que, el Estado establece a través de su norma suprema llamada Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en sus Artículos N° 83 y 112 acerca del deber del Estado como ente para garantizar la producción de bienes y servicios, así como el derecho a la salud y el deber de promover medidas que contribuyan a aumentar la calidad de vida de la población. Sin embargo, de forma contradictoria la promulgación de la Ley Orgánica de Precios Justos en sus deberes como precursor para satisfacer las necesidades de los ciudadanos no se adapta a la realidad de la economía venezolana, en especial para los empresarios porque en la vida de una organización aparte de brindar un bien o un servicio, también dependerá de las ganancias que pueda obtener durante un periodo de tiempo para cubrir como por ejemplo: gastos administrativos, pago de impuestos, remuneraciones a los empleados e incluso pago a proveedores, así como también para crear un superávit para los accionistas de la empresa donde puedan percibir el retorno de su inversión, de ahí que dicho negocio perdure en el tiempo.

⁸⁹ RODRIGUEZ, M. (2016). Compañías farmacéuticas internacionales se retiran de Venezuela. Sección electrónica: Opinión. [página en línea], fecha de la consulta: 14 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.arsenalterapeutico.com/2016/03/11/companias-farmaceuticas-internacionales-se-retiran-de-venezuela/>

Es evidente entonces, que el Expendio de Medicinas Matalinda puede verse afectado a través de la Ley de precios Justos en lo que respecta a la venta de productos y artículos médico-farmacéuticos y perfumería en general, por una parte porque los precios vienen ya marcados en dichos productos y a su vez, por la fijación del Margen Máximo de Ganancia el cual no debe ser superior al 30%, lo que en otras palabras significa que los artículos adquiridos no se pueden marcar con un precio diferente al que ya viene señalado, tampoco se puede disponer sobre dichos artículos una ganancia superior a la exigida por la Ley, esto ignorando los costos de adquisición de los mismos como pueden ser: fletes, depreciación de vehículos, empaques, gastos financieros, entre otros.

Si bien es cierto que, mantener precios fijos y posteriormente bajos para el cliente puede significar algo muy positivo y bueno para su bolsillo, por el contrario para la empresa resulta un factor determinante para alcanzar sus beneficios, lo que puede impactar negativamente en la rentabilidad. En tanto que, disminuyen los despachos de mercancía por parte de los laboratorios que también están sujetos a esta Ley porque la materia prima es muy elevada como para producir los medicamentos que deben venderse a bajo costo.

No obstante, los empresarios pierden el interés por invertir porque probablemente la rentabilidad puede ser muy baja, los gastos pueden ser mayores a los ingresos y el tiempo para retornar la inversión puede ser muy prolongado, seguidamente provoca un ciclo de cierre de negocios, baja producción, pocos inventarios, escasez de medicamentos, aumento del mercado negro, desaparece la competencia en el mercado y se desvía la atención a solo unos pocos negocios ya sean públicos o privados quienes tengan la autorización por parte de los entes competentes para distribuir los medicamentos e insumos de salud, que al mismo tiempo se traduce en una disminución de la oportunidades para los consumidores.

Con estos señalamientos, se fundamenta la problemática que presenta el Expendio de Medicinas Matalinda, C.A., en vista a diversas particularidades que se han presentado desde el año 2013 hasta el 2016, en especial como incide la regulación de los precios de sus principales productos como son los medicamentos, en la rentabilidad del sector farmacéutico.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Con referencia, al análisis y desarrollo para esta investigación es necesario considerar la metodología que se llevara a cabo, a fin de lograr los objetivos propuestos. Es por ello, que Arias F.⁹⁰ sostiene: “la metodología del proyecto incluye los tipos de investigación, las técnicas y los procedimientos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación. Es el "cómo" se realizará el estudio para responder al problema planteado”.

Dentro de esta definición, se encuentra el nivel de investigación que según el autor Arias F.⁹¹ lo describe como: “el grado de profundidad con que se aborda un objeto o fenómeno. Aquí, se indicará si se trata de una investigación exploratoria, descriptiva o explicativa”.

Ante esta formulación, el presente estudio corresponde al nivel de tipo descriptiva, puesto que consiste en describir e interpretar la Ley Orgánica de Precios justos que regula los precios de venta al público y por otra parte, analizar el comportamiento de la rentabilidad frente al control de precios en el sector farmacéutico. Tal como lo señalan los especialistas Hernández R., Fernández C. y Baptista P.⁹²:

⁹⁰ ARIAS, F. G. (1999). *El proyecto de investigación: guía para su elaboración*. Tercera edición. Caracas. Editorial Episteme. p. 19.

⁹¹ *Loc.cit.* p. 19.

⁹² HERNANDEZ R., FERNANDEZ C. y BAPTISTA P. (1997). *Metodología de la investigación*. Colombia. Editorial McGraw – Hill Interamericana de México, S.A. p. 71.

Miden y evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. Desde el punto de vista científico, describir es medir. Esto es, en un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente, para así describir lo que se investiga.

En relación con este último, la investigación se realizara mediante un enfoque cualitativo donde se analizan los datos derivados de los Estados Financieros al cierre del ejercicio económico terminado al 31 de Diciembre del año 2013 hasta el 2016, además de la aplicación de indicadores financieros de rentabilidad, con el objeto de aportar resultados que permitan llegar a una conclusión acerca del problema planteado. Sobre este asunto, Gómez M.⁹³ plantea: “el enfoque cualitativo se utiliza para descubrir y refinar preguntas de investigación. También, utiliza las descripciones y las observaciones. Así mismo, su propósito consiste en reconstruir la realidad”.

En relación, al diseño de investigación según Arias F.⁹⁴ precisa: “es la estrategia que adopta el investigador para responder al problema planteado” y se clasifica en: investigación documental, de campo y experimental.

Considerando lo expuesto, para el desarrollo del Capítulo I el tipo de investigación según el diseño es documental, basándose principalmente en el análisis de una serie de textos escritos y electrónicos, revistas, textos legales, entre otros, relacionado con el ámbito económico, financiero y legal, así como, la legislación vigente que regula la economía venezolana en materia de costos y precios justos. Tal como, lo explica Arias F.⁹⁵: la

⁹³ GOMEZ, Marcelo M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Primera edición. Editorial Brujas, Córdoba, pp. 60 [libro en línea], fecha de la consulta: 14 de julio de 2017. Disponible en: https://books.google.co.ve/books?id=9UDXP4U7aMC&pg=PA121&lpg=PA121&dq=enfoque+cuantitativo&source=bl&ots=b8jJHUoNCS&sig=Kpyzmm5NuA_KnJWv8U95WRBQuZo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjNooyXpqXWAhUCNSYKHaeiBj44ChDoAQhWMAk#v=onepage&q=enfoque%20cuantitativo&f=false

⁹⁴ ARIAS, F. G. (1999). *op.cit.* p. 20.

⁹⁵ *Ibid.* p. 21.

ii investigación documental “es aquella que se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otros tipos de documentos”.

Igualmente, para el Capítulo II empleo el diseño de tipo documental, fundamentado en diferentes textos referentes a la rentabilidad y sus respectivos indicadores. Adicionalmente, este capítulo utiliza el diseño de investigación de campo para reunir la información necesaria. Es así que, Arias F.⁹⁶ define la investigación de campo: “como la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna”.

En cuanto, a la población el autor Morlés⁹⁷ (...) aborda el concepto como “un conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan: a los elementos o unidades (personas, instituciones o cosas) involucradas en la investigación”. Además, la población puede ser finita e infinita (*Apud.* Arias F. (1999).).

A este respecto, la población a investigar está referida al Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. ubicado en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. De manera que, la población es finita, específicamente dirigido al Departamento de la Gerencia General, que a su vez es el dueño de la empresa. Es por eso, que se entiende por población finita aquella posible de medir y posee una cantidad limitada de elementos⁹⁸. También, los

⁹⁶ *Loc.cit.* p. 21.

⁹⁷ *Ibid.* p. 22.

⁹⁸ LOPEZ, Rafael. (2006). Cálculo de probabilidades e inferencia estadística con tópicos de econometría. Cuarta edición. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas. [libro en línea], fecha de la consulta: 14 de julio de 2017. Disponible en: <https://books.google.co.ve/books?id=qWwR4jP8LlgC&pg=PA190&lpg=PA190&dq=definicion+de+poblacion+finita&source=bl&ot=5Qxsm7zFRq&sig=-FtUIOudt72Gh1rotfBalyDwZL4&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi-rqW7y6XWAhWCdSYKHR7iB9k4FBD0AQhUMAg#v=onepage&q=definicion%20de%20poblacion%20finita&f=false>

especialistas en estadística Freund J. y Simón G.⁹⁹ explican: “constan de un número finito o fijo de elementos, medidas u observaciones”.

Por otro lado, el muestreo según lo argumenta la Docente en Estadística Cantoni N.¹⁰⁰ “Es una colección de individuos extraídos de la población a partir de algún procedimiento específico para su estudio o medición directa. Se estudian las muestras ya que es más sencillo, implica menor costo y demanda menos de tiempo”. A su vez, los tipos de muestreo se clasifican en probabilístico y no probabilístico.

Para tal efecto, la muestra seleccionada para esta investigación se enfoca en el propietario de la empresa, indicando así que el tipo de muestreo usado es no probabilístico y se encuentra dentro de la categoría del muestreo intencional u opinático, es decir, que la muestra fue elegida bajo el criterio del investigador cuya prioridad se enfatiza en la persona que manifiesta la problemática planteada con anterioridad.

Razón por la cual, los expertos Hernández R., Fernández C. y Baptista P.¹⁰¹ describen como “muestras no probabilísticas las llamadas también muestras dirigidas suponen un procedimiento de selección informal y un poco arbitrario”. Esto es, un “procedimiento de selección en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra”¹⁰².

⁹⁹ FREUND, J. y SIMON G. (1994). Estadística Elemental. Octava edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A., México, p. 243. [libro en línea], fecha de la consulta: 14 de julio de 2017. Disponible en: https://books.google.co.ve/books?id=iBJstvwFrYC&pg=PA247&lpg=PA247&dq=que+es+poblaci%C3%B3n+finita&source=bl&ots=5PmBXVGDsW&sig=S_KrJ6yGZMOOE2sDdYy4Dh3g&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj9KRWAhUD4yYmXXKHcv0Bbs4MhDoAQhfMAG#v=onepage&q=que%20es%20poblaci%C3%B3n%20finita&f=false

¹⁰⁰ CANTONI, Nélida M. (2009). Técnicas de muestreo y determinación del tamaño de la muestra en investigación cuantitativa. Revista electrónica SAI.com.ar. Volumen 7, Nº 2. [libro en línea], fecha de la consulta: 15 de julio de 2017. Disponible en: http://www.sai.com.ar/metodologia/rahycs/rahycs_v7_n2_06.htm

¹⁰¹ HERNANDEZ R., FERNANDEZ C. y BAPTISTA P. (1997). *op.cit.* p. 278.

¹⁰² ARIAS, F. G. (1999). *op.cit.* p. 24.

Mientras que, el muestreo intencional u opinático es la “selección de los elementos con base en criterios o juicios del investigador”¹⁰³. Por su parte, Cantoni N.¹⁰⁴ expresa “es una técnica que se basa en la opinión del investigador para constituir una muestra de sujetos en función de su carácter típico”.

En este mismo orden de ideas, la técnica de recolección de datos según el autor Arias F.¹⁰⁵ “son las distintas formas o maneras de obtener la información. Son ejemplos de técnicas; la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades (entrevista o cuestionario), el análisis documental, análisis de contenido, etc.”. Mientras que, los instrumentos “son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información”.

En virtud de lo anterior, la técnica de recolección de datos para el Capítulo I consiste en emplear las técnicas de análisis documental y de contenido, mediante el instrumento de recolección denominado fichas de registro. En este sentido, el experto en metodología Elizondo A.¹⁰⁶ se refiere a fichas de registro como “la unidad de registro de investigación que consigna datos obtenidos del contenido de un documento, que contiene ideas, juicios y razonamientos del investigador que surgen durante la lectura”.

De modo similar, ocurre en el Capítulo II donde se utiliza la técnica de análisis documental a través del instrumento de fichas de registro. Así mismo, para este capítulo se aplican las técnicas de observación directa y

¹⁰³ *Loc.cit.* p. 24.

¹⁰⁴ CANTONI, Néida M. (2009). *loc.cit.*

¹⁰⁵ ARIAS, F. G. (1999). *op.cit.* p. 25.

¹⁰⁶ ELIZONDO, A. (2002). Metodología de la investigación contable. Tercera edición. International Thomson Editores, S.A., México, p. 140. [libro en línea], fecha de la consulta: 16 de julio de 2017. Disponible en: https://books.google.co.ve/books?id=BLO9spGHxrwC&pg=PA140&dq=que+son+fichas+de+registro+en+metodologia+de+la+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiq_9brsLLWAhUi74MKHQyQBcgQ6AEIJjAA#v=onepage&q=que%20son%20fichas%20de%20registro%20en%20metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false

una entrevista estructurada por medio de un guion de entrevista conformado por 23 preguntas. Inclusive, se usa una libreta de notas y matrices para los cálculos.

Por su parte, el Doctor en Administración de Empresa Namakforoosh M.¹⁰⁷ expresa la observación directa es aquella que “describe la situación en la que el observador es físicamente presentado y personalmente maneja lo que le sucede”. Igualmente, define como entrevista “al proceso de entrevistar o hacer preguntas a una persona con el fin de captar sus conocimientos y opiniones acerca de algo, con la finalidad de realizar alguna labor específica con la información captada”¹⁰⁸. De ahí que, la entrevista estructurada “se guía por un programa que describe exactamente cuáles son los ítems, el orden y la manera en que se preguntaran”¹⁰⁹.

Así mismo, el Doctor e Ingeniero Cegarra J.¹¹⁰ sostiene que la libreta de notas permite que “todo lo que se observa o efectúa durante el desarrollo de la experimentación debe quedar constancia escrita, para evitar que la memoria olvide algunos aspectos que pueden ser decisivos el recordar

¹⁰⁷ NAMAUFOROOSH M. (2005). Metodología de la investigación. Segunda edición. Editorial Limusa – Grupo Noriega editores, México, p. 160. [libro en línea], fecha de la consulta: 16 de julio de 2017. Disponible en: https://books.google.co.ve/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&pg=PA16160&lpg=PA160&dq=que+es+observacion+directa+en+metodologia+de+la+investigacion&source=bl&ots=i03Az_Ne13&sig=aSAe_0JbN7yTT-tfZyWGGzVER-U&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwie3N32r7LWAhWBSyYKHdmkChAQ6AEILDAB#v=onepage&q=que%20es%20observacion%20directa%20en%20metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false

¹⁰⁸ *Ibid.* p. 139.

¹⁰⁹ ARNAU J., ANGUERA M. T. Y GOMEZ J. (1990). Metodología de la investigación en ciencias del comportamiento. Universidad de Murcia, Murcia, p. 255. [libro en línea], fecha de la consulta: 16 de julio de 2017. Disponible en: https://books.google.co.ve/books?id=TQtBbnk1LSoC&pg=PA255&dq=que+es+una+entrevista+estructurada+en+metodologia+de+la+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiKo8_s6bLWAhXHbiYKHdLfbUKQ6AEIMjAC#v=onepage&q=que%20es%20una%20entrevista%20estructurada%20en%20metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false

¹¹⁰ CEGARRA J. (2011). Metodología de la investigación científica y tecnológica. Ediciones Díaz de Santos S.A., Madrid, p. 118. [libro en línea], fecha de la consulta: 16 de julio de 2017. Disponible en: <https://books.google.co.ve/books?id=8SA8KZyurk4C&pg=PA121&dq=que+es+libreta+de+notas+en+metodologia+de+la+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiipuuz7LLWAhUIJiYKHd4YCF8Q6AEIMTAC#v=onepage&q=que%20es%20libreta%20de%20notas%20en%20metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false>

durante el desarrollo del trabajo experimental”. En tanto que, para Namakforoosh M.¹¹¹ acerca de las matrices de cálculos sostiene: “es en esta etapa en que el investigador deberá dedicar horas de estudio de tablas y graficas estadísticas, al cálculo de ciertos aspectos y a llevar todo a un lenguaje entendible”.

Después, de recopilar la información por medio de los instrumentos es preciso emplear técnicas de procesamientos y análisis de datos, debido a que esto permite que los datos recopilados sean “analizados, comparados y presentados de manera que realmente lleven a la confirmación o al rechazo de la hipótesis”¹¹² planteada. Por esta razón, los datos obtenidos serán sometidos bajo técnicas de procesamiento como son: clasificación, registro, tabulación o cálculos y por otra parte, los análisis de datos se harán mediante técnicas lógicas como son: inducción, deducción, análisis y síntesis de toda la información obtenida¹¹³.

Consecuentemente, los términos mencionados anteriormente necesarios para el procesamiento de datos se explican brevemente a continuación: la clasificación hace referencia a “dividir u ordenar por clases o categorías”, el registro significa “inscribir o anotar”, el análisis es un “método por el cual se llega al conocimiento de un todo, facilitando el estudio de sus componentes y las interacciones entre ellos, lo cual nos conducirá a una mejor comprensión del conjunto”¹¹⁴ y por otro lado, la síntesis es sinónimo de resumir y simplificar.

¹¹¹ NAMAKFOROOSH M. (2005). *op.cit.* pp. 419-420.

¹¹² RODRIGUEZ, E. A. (2005). Metodología de la investigación. Primera edición. Universidad de Juárez Autónoma de Tabasco, México, p. 100. [libro en línea], fecha de la consulta: 19 de julio de 2017. Disponible en: <https://books.google.co.ve/books?id=r4yrEW9Jhe0C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

¹¹³ ARIAS, F. G. (1999). *op.cit.* pp. 25-26.

¹¹⁴ MARTIN, Fernando. (2002). *op.cit.* pp. 13, 39, 232.

En lo que respecta a, la tabulación Rodríguez E.¹¹⁵ dice: “es una parte del proceso técnico en análisis estadístico de los datos y su operación esencial es el recuento para determinar el número de casos que encajan en las distintas categorías”. Por su parte, para Cegarra J.¹¹⁶ la técnica de inducción: “consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados de observaciones u experiencias para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías”. Por otro lado, el autor establece que el método deductivo: “consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquellas”.

Posteriormente, en base a la metodología planteada y para continuar este trabajo de investigación se desarrollara el tema de la rentabilidad en el próximo capítulo.

¹¹⁵ RODRIGUEZ, E. A. (2005). *op.cit.* p.101

¹¹⁶ CEGARRA, J. (2011). *op.cit.* pp. 82-83.

CAPÍTULO II

COMPORTAMIENTO DE LA RENTABILIDAD DEL SECTOR FARMACÉUTICO EN EL MUNICIPIO CRISTÓBAL ROJAS DEL ESTADO MIRANDA. CASO DE ESTUDIO: EXPENDIO DE MEDICINAS MATALINDA. PERIODO 2013-2016

La finalidad de este capítulo es presentar un análisis de la rentabilidad del sector farmacéutico respecto al efecto que pueda causar la Ley Orgánica de Precios Justos, mediante la aplicación de ratios financieros y el rol que desempeña cada una de las variables que conforman estos indicadores en la empresa caso de estudio.

Si bien es cierto, los medicamentos son un elemento fundamental para conservar la salud de las personas. Por ello, la empresa farmacéutica tiene un gran compromiso social, además de generar ganancias también forma parte del sistema económico y político del país. Por tal motivo, la intención de regular las ganancias excesivas de las compañías mediante políticas como el control de precios origina que los países decidan intervenir en la rentabilidad de determinados negocios, lo que posiblemente pueda ocasionar un desequilibrio financiero¹¹⁷ para lo cual se requiere estudiar esta problemática mediante los aspectos metodológicos indicados y explicados en el Capítulo I.

Es oportuno mencionar, a la Economista Nava M.¹¹⁸ quien destaca la importancia de realizar un análisis financiero, en vista a que “permite identificar las condiciones en que opera la empresa con respecto al nivel de

¹¹⁷ BITTAN, Moisés. (2017). *loc.cit.*

¹¹⁸ NAVA, Marbelis A. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. Revista electrónica: venezolana de Gerencia de la Universidad del Zulia. [revista en línea], fecha de la consulta: 22 de julio de 2017. Disponible en: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000400009

liquidez, solvencia, endeudamiento, eficiencia, rendimiento y rentabilidad, facilitando la toma de decisiones gerenciales, económicas y financieras en la actividad empresarial”, por eso en este capítulo se realizara un análisis del comportamiento de la rentabilidad del Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. durante el periodo 2013 al 2016.

Tal como lo ilustra, el trabajo efectuado por Ramírez S.¹¹⁹ en el año 2006 con el nombre de “*Análisis Financiero de la Rentabilidad de Sucursales de una Empresa Comercial de Productos Farmacéuticos*”, para optar al título de Contador Público y Auditor en la Universidad de San Carlos de Guatemala, quien propone: el estudio “se desarrolló con el objetivo de proporcionar los lineamientos básicos a seguir para determinar la rentabilidad obtenida en cada una de las sucursales que conformaban una cadena de farmacias y así, establecer si obtenían un adecuado nivel de rendimiento”.

Por lo tanto, se apoyó en las leyes vigentes para ese momento en ese país, así como de indicadores para analizar los estados financieros de tres sucursales de una empresa farmacéutica. A través de los cuales, comprobó que la empresa en estudio no había realizado algún tipo de análisis financiero, en especial sobre la rentabilidad, razón por la cual “los inventarios existentes tenían excesos de mercancías, provocando poca rotación, y como consecuencia disminuyendo la rentabilidad de las sucursales pues las ventas no eran lo suficientemente altas para la cantidad de existencias de inventario”¹²⁰.

También, concluyó que “la falta de un adecuado análisis financiero por parte de la administración de la empresa provocaron que los gastos de

¹¹⁹ RAMIREZ S. R. (2006). *Análisis financiero de la rentabilidad de sucursales de una empresa comercial de productos farmacéuticos*. Tesis publicada. Universidad de San Carlos, Guatemala. p. 9. [publicación en línea], fecha de la consulta: 22 de julio de 2017. Disponible en: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_1729.pdf

¹²⁰ *Ibid.* p. 101.

operación aumentarán y por ende, las utilidades disminuirán”. Igualmente, determino que “los recursos invertidos en la empresa no eran aprovechados al máximo, para obtener así un mejor rendimiento y a su vez, incrementar la rentabilidad”¹²¹.

Es por esto, que el aporte de este trabajo para la investigación consiste en destacar la importancia que tiene el realizar un análisis financiero para encontrar las posibles fallas que afectan la rentabilidad dentro de una organización, así como permite determinar el uso inadecuado de los recursos, el aumento de los gastos operativos y las deficiencias existentes en los inventarios. De ahí que, es necesario aplicar índices de rentabilidad, que a propósito de sus resultados contribuyan a tomar decisiones más acertadas y se puedan crear políticas que optimicen la situación de la empresa.

Es por ello, que de acuerdo a lo expuesto anteriormente es necesario desarrollar los siguientes conceptos:

ANÁLISIS FINANCIERO

De acuerdo, al experto en Finanzas y profesor de la Escuela de Organización Industrial (EOI), Olalla F.¹²² en la redacción de material docente acerca de Finanzas, define el análisis financiero como:

El conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa. El fin fundamental es poder tomar decisiones adecuadas en el ámbito de la empresa.

Estas técnicas se basan principalmente en la información contenida en los estados financieros y pretenden realizar un diagnóstico de la empresa que permita obtener conclusiones sobre la marcha del negocio y su evolución futura.

¹²¹ *Ibid.* pp. 100, 102.

¹²² OLALLA, F. y DOMINGUEZ J. (2012). Finanzas. Editorial Escuela de Organización Industrial EOI. Capítulo 3, Sección 1. [publicación en línea], fecha de la consulta: 22 de julio de 2017, Disponible en: http://www.eoi.es/wiki/index.php/Introducci%C3%B3n_al_an%C3%A1lisis_financiero_en_Finanzas

Principios del Análisis Financiero

Continúa el autor Olalla F. expresando acerca del correcto diagnóstico ayuda a conseguir los objetivos de la empresa y se pueden resumir en tres principios:

1. **Sobrevivir:** la misión de la empresa es seguir funcionando a lo largo del tiempo.
2. **Ser rentables:** la empresa necesita generar beneficios para retribuir a sus accionistas, para compensar a sus empleados, para pagar a sus acreedores, para comprar y financiar e invertir.
3. **Creecer:** la empresa necesitará aumentar sus ventas, su cuota de mercado y los beneficios hasta donde sea razonable y posible.

En este sentido, la profesora de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Las Tunas, la MSc. Escobar M.¹²³, define el Análisis Financiero así:

Se denominado también análisis económico-financiero, es una ciencia de múltiples objetivos, principios y métodos, cuyo objetivo es la evaluación del desempeño, abarca todos los aspectos de la actividad de la empresa y detecta la influencia de las condiciones en las que se alcanzaron sus resultados.

Importancia del Análisis Económico Financiero para la Toma de Decisiones

Posteriormente, continua la MSc. Escobar M.¹²⁴ explicando: para cualquier empresa el proceso de analizar los estados financieros es de suma importancia, porque de acuerdo a la veracidad de información que este pueda suministrar dependerá la toma de decisiones, al mismo tiempo permite realizar un diagnóstico de la situación de la compañía y así, adoptar medidas que mejoren la eficiencia presente, la cual se mantenga a futuro y en la que

¹²³ ESCOBAR, M. (2013). Administración financiera y análisis financiero para la toma de decisiones. Sección Finanzas. [publicación en línea], fecha de la consulta: 22 de julio de 2017, Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/administracion-financiera-y-analisis-financiero-para-la-toma-de-decisiones/>

¹²⁴ *Ibid.*

se puedan alcanzar todos los objetivos propuestos. También, se considera “de gran utilidad desde una perspectiva interna pues da la oportunidad a todas aquellas personas interesadas en conocer la situación y evolución previsible de la empresa”¹²⁵.

Características del Análisis Financiero¹²⁶

El análisis económico-financiero de una entidad, se sustenta en los siguientes criterios:

1. **Sistematicidad:** debe realizarse mensualmente.
2. **Flexibilidad:** debe adaptarse a las particularidades de cada entidad y las necesidades de cada momento.
3. **Homogeneidad:** los indicadores utilizados en cada sector de actividad deben ser homogéneos, de tal forma que permitan la agregación y comparación con entidades similares.
4. **Utilidad y oportunidad:** los resultados del análisis deben ser útiles y oportunos para la toma de decisiones financieras.
5. **Simplicidad:** los indicadores del análisis deben ser pocos y los procedimientos de cálculos sencillos, sin que dejen de sintetizar la eficacia y la eficiencia financiera de la entidad.
6. **Desagregación:** el análisis financiero debe distribuirse por unidades organizativas y actividades.

Objetivos del Análisis Económico-Financiero¹²⁷

Todo análisis financiero posee ciertos objetivos a través de los cuales se establecen los propósitos a los que se pueden llegar con su aplicación, como son:

- Ayudar a los directivos de una organización a determinar si las decisiones acerca de los financiamientos fueron las más apropiadas, y de esta manera determinar el futuro de las inversiones.

¹²⁵ ESCOBAR, M. (2013). *loc.cit.*

¹²⁶ *Ibid*

¹²⁷ *Ibid.*

- Comprender los elementos de análisis que proporcionen la comparación de las razones financieras y las diferentes técnicas de análisis que se pueden aplicar dentro de una empresa.
- Describir algunas de las medidas que se deben considerar para la toma de decisiones y alternativas de solución para los distintos problemas que afecten a la empresa, y ayudar a la planeación de la dirección de las inversiones que realice la organización.
- Utilizar las razones más comunes para analizar la liquidez y la actividad de una empresa.
- Analizar la relación entre endeudamiento y apalancamiento financiero que presentan los estados financieros.
- Evaluar la rentabilidad.
- Determinar la posición que posee la empresa dentro del mercado competitivo en del cual se desempeña.
- Proporcionar a los empleados la suficiente información que estos necesiten para mantenerlos informados acerca de la situación bajo la cual trabaja la empresa.

Métodos para Analizar los Estados Financieros¹²⁸

De acuerdo, a la especialista Escobar M. los métodos de análisis financiero:

Se consideran como los procedimientos utilizados para simplificar, separar o reducir los datos descriptivos y numéricos que integran los estados financieros, con el objeto de medir las relaciones en un solo período y los cambios presentados en varios ejercicios contables.

Existen varios métodos para analizar el contenido de los estados financieros, sin embargo, tomando como base la técnica de la comparación, podemos clasificarlos en forma enunciativa y no limitativa, como sigue:

¹²⁸ ESCOBAR, M. (2013). *Ibid.*

1. El método de análisis vertical o estático:

Se aplica para analizar un estado financiero a una fecha fija o a un período determinado. Estudia las relaciones entre los datos financieros de una empresa para un solo periodo contable.

Este se divide en dos procedimientos¹²⁹:

➤ Método de porcentajes integrales:

Consiste en determinar la composición porcentual de cada cuenta del Activo, Pasivo y Patrimonio, tomando como base el valor del Activo total y el porcentaje que representa cada elemento del Estado de Resultados a partir de las Ventas netas.

➤ Índices o razones financieras:

Sirven para determinar la liquidez, solvencia, estabilidad, solidez y rentabilidad. Además, de la permanencia de sus inventarios en almacenamiento, los periodos de cobro de los clientes y pago a proveedores.

2. El método de análisis horizontal o dinámico:

Analiza dos estados financieros de la misma empresa a fechas distintas o correspondientes a dos períodos. Estudia las relaciones entre los elementos financieros para los estados de fechas o periodos sucesivos.

3. El método de análisis histórico:

Analiza una serie de estados financieros de la misma empresa, a fechas o períodos distintos.

4. El método de análisis proyectado o estimado:

Se aplica para analizar estados financieros presupuestados.

¹²⁹ GONZALEZ, I. (2017). Clasificación de los métodos de análisis financiero. [página en línea], fecha de la consulta: 22 de julio de 2017. Disponible en: <https://www.gerencie.com/clasificacion-de-los-metodos-de-analisis-financiero.html>

Después de lo anteriormente expuesto, en base a esta investigación se realizara según el **Método de Análisis Horizontal o Dinámico** porque permite observar las variaciones y comparar las partidas durante cuatro años consecutivos, tomando como base el año 2013 hasta el 2016. Adicionalmente, se usa como procedimiento las **Razones o Índices Financieros**, específicamente los Índices de Rentabilidad, que son tema de interés para este trabajo.

Es por ello, que a continuación se amplía el contenido acerca de la rentabilidad con respecto al análisis de los estados financieros de la compañía en estudio y por consiguiente, adquirir conocimientos de algunos enunciados de gran importancia:

RENTABILIDAD

Para los fines de esta investigación, se entiende por rentabilidad “al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recurso o dinero invertido¹³⁰”.

Para Martin F.¹³¹: “es la capacidad que tiene una inversión para generar o no, un beneficio neto. Es la relación existente, generalmente expresada en términos porcentuales, entre un capital invertido y los rendimientos netos que de él se obtienen”.

Del mismo modo, el Dr. en Ciencias Económicas y Empresariales Sánchez J.¹³² sostiene: “es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan medios materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados”.

¹³⁰ Gerencie.com (2010). Rentabilidad. Sección Economía y Finanzas: Finanzas. . [página en línea], fecha de la consulta: 25 de julio de 2017. Disponible en: <https://www.gerencie.com/rentabilidad.html>

¹³¹ MARTIN, F. *op.cit.* p. 236.

¹³² SÁNCHEZ, J. P. (2002). *loc.cit.* p. 2.

Se plantea entonces, que “una empresa es rentable cuando genera suficiente utilidad o beneficio, es decir, cuando sus ingresos son mayores que sus gastos, y la diferencia entre ellos es considerada como aceptable”¹³³.

Es decir, una empresa puede llegar a ser rentable no solo por el total de los beneficios que obtenga, sino también por todos los activos que tenga invertidos y que trabajan en búsqueda de estos beneficios¹³⁴. Por ende, a nivel de una empresa la rentabilidad se expresa mediante la fórmula¹³⁵:

$$R = \frac{\text{Beneficio Generado en el Periodo}}{\text{Capital Invertido}}$$

A través del cual se derivan tres fórmulas comunes mediante la siguiente clasificación:

Clasificación de la Rentabilidad

1. Rentabilidad Económica o del Activo (ROA):

Para el Doctor en Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Murcia en España, Sánchez J.¹³⁶:

Es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos.

¹³³ CentroGDL. (2012). Como se mide la rentabilidad de los negocios. Sección Nuevos negocios: Crear nuevos negocios. [página en línea], fecha de la consulta: 25 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.centrogdl.com/a/como-se-mide-la-rentabilidad-de-los-negocios-20120602>

¹³⁴ Neotegia. (2011). *loc.cit.*

¹³⁵ CERCERA, M. y ROMANO J. (1990). Introducción a la contabilidad PGC. Capítulo 18. [libro en línea], fecha de la consulta: 25 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.contabilidad.tk/node/163>

¹³⁶ SÁNCHEZ, J. P. (2002). *op.cit.* p. 5.

Se considera como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de rentabilidad.

De acuerdo con, el Economista de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) en Perú, Andrade A.¹³⁷ detalla:

Proviene de sus siglas en ingles Return On Assets, lo que es Rendimientos sobre Activos.

Es un indicador de rentabilidad que muestra el nivel de eficiencia con el cual se manejan los activos promedio de la empresa, pues compara el nivel de utilidad obtenido en el ejercicio contra el promedio de los activos totales de la empresa en los dos últimos periodos. Es decir, muestra que tan rentable es la empresa con respecto a sus activos.

La fórmula se enuncia así¹³⁸ [palabras propias agregadas]:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Resultado antes de Intereses e Impuestos}}{\text{Activo Total Promedio}}$$

También, se puede expresar de la siguiente forma¹³⁹:

$$\text{ROA} = \text{Margen de Utilidad Neta} \times \text{Rotación de Activo Total}$$

¹³⁷ ANDRADE, A. M. (2011). Contadores & Empresas. *Revista electrónica Repositorioacademico.upc.edu.pe*. p. 59. [revista en línea], fecha de la consulta: 25 de julio de 2017. Disponible en: <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/608313/1/Art%C3%ADculo+2+Noviembre+2011+An%C3%A1lisis+del+ROA+ROE+y+ROI.pdf>

¹³⁸ CERCERA, M. y ROMANO J. (1990). *loc.cit.*

¹³⁹ RAMÍREZ, S. (2006). *op.cit.* p. 45.

Descomposición de la Rentabilidad Económica o del Activo (ROA):

➤ Margen de Utilidad Neta:

“Mide el beneficio obtenido por cada unidad monetaria vendida, es decir, la rentabilidad de las ventas”¹⁴⁰. “Corresponde al porcentaje de utilidad o pérdida obtenido por cada bolívar que se vende”¹⁴¹.

“Este margen mide el porcentaje de las ventas que logran convertirse en utilidad disponible para los accionistas. La utilidad neta es la que se obtiene después de gastos y productos financieros e impuestos”¹⁴².

Y se usa la formula siguiente¹⁴³:

$$\text{MUN} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

➤ Rotación de Activo Total:

“Mide el número de veces que se recupera el activo vía ventas, o expresado de otra forma, el número de unidades monetarias vendidas por cada unidad monetaria invertida”¹⁴⁴.

Se calcula mediante la fórmula¹⁴⁵:

$$\text{RAT} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total Promedio}}$$

¹⁴⁰ SÁNCHEZ, J. P. (2002). *op.cit.* p. 8.

¹⁴¹ *Ibid.* p. 26.

¹⁴² RAMÍREZ, S. (2006). *op.cit.* p. 40.

¹⁴³ *Loc.cit.* p. 40.

¹⁴⁴ SÁNCHEZ, J. P. (2002). *op.cit.* p. 9.

¹⁴⁵ RAMÍREZ, S. (2006). *loc.cit.* p. 45.

En esta perspectiva, el Doctor en Ciencias Económicas y Sociales, Sánchez J.¹⁴⁶ continúa:

Descompuesta la rentabilidad económica como producto de dos factores económicos, Margen y Rotación, puede verse como consecuencia de la eficiencia operativa de la empresa y el grado de libertad en la fijación de precios. El incremento de la rentabilidad pasara por alguna de las siguientes actuaciones:

- Aumentar el margen, permaneciendo constante la rotación.
- Aumentar la rotación, permaneciendo constante el margen.
- Aumentar las dos magnitudes, o sólo una de ellas siempre que la disminución en la otra no ocasione que el producto arroje una tasa rentabilidad menor.

Posicionamiento de la Empresa según la Rentabilidad Económica¹⁴⁷

De acuerdo, a los factores Margen y Rotación, se pueden agrupar las empresas en cuatro cuadrantes:

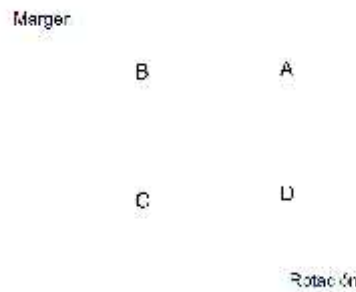


Figura 7. Posicionamiento en Margen y Rotación.

Fuente: Sánchez (2002).

- A:** Empresas con alta rentabilidad, originada tanto vía margen como vía rotación.
- B:** Empresas con elevado margen y baja rotación.
- C:** Empresas con baja rentabilidad, debido tanto al margen como a la rotación.
- D:** Empresas con elevada rotación y bajo margen.

¹⁴⁶ SÁNCHEZ, J. P. (2002). *op.cit.* pp. 9-10.

¹⁴⁷ *Loc.cit.* pp. 9-10.

Puede afirmarse que, el ROA “se utiliza para evaluar si la gerencia ha obtenido un rendimiento razonable de los activos bajo su control”¹⁴⁸. Igualmente, se puede usar para comparar el sector al cual se dedique o con el histórico de la compañía. Cuanto mayor sea el resultado del ROA mejor¹⁴⁹.

Es relevante destacar que para algunos autores, la Rentabilidad sobre Activos (ROA) es sinónimo de Rendimiento sobre Inversión (ROI), que para este caso de tema en estudio, lo presentare por separado.

2. Rendimiento sobre Inversión (ROI):

Continúa el Economista Andrade A.¹⁵⁰ explicando:

Se le conoce con el término en ingles Return On Investments con las siglas ROI, lo que es Rendimiento sobre la Inversión. Permite cuantificar el impacto que puede tener la aplicación de un nuevo programa dentro de la empresa, por ejemplo, capacitar a los empleados para una actividad específica, para lo cual se quiere medir si la capacitación ha funcionado tanto para brindar un mejor servicio como para tener trabajadores más contentos. Por tanto, se asocia a la “actividad generadora de beneficios y de costos”.

Por su parte, los autores CERCERA, M. y ROMANO J.¹⁵¹ opinan:

Es mucho más sencillo medir los beneficios que puede generar para una empresa, la adquisición de activos tangibles, en vista a que no es sencillo evaluar estas inversiones cuando el bien adquirido se relaciona con los recursos humanos [palabras propias agregadas].

¹⁴⁸ MEIGS R., WILLIAMS J., HAKA S. Y BETTNER M. (2002). *Contabilidad, la base para decisiones gerenciales*. Undécima edición. Irwin McGraw-Hill Interamericana. Santa Fe de Bogotá, Colombia, p. 621.

¹⁴⁹ VARGAS I. (2015). ¿Cómo calcular el ROE, ROCE, ROA y free cash flow yield?. Sección electrónica: Bolsa desde cero. [blogs en línea], fecha de la consulta: 25 de julio de 2017. Disponible en: <https://www.rankia.com/blog/bolsa-desde-cero/2772326-como-calcular-roe-roce-roa-free-cash-flow-yield>

¹⁵⁰ ANDRADE, Antonio M. (2011). *op.cit.* p. 60.

¹⁵¹ CERCERA, M. y ROMANO J. (1990). *loc.cit.*

El retorno de la inversión es el beneficio obtenido de una inversión en relación con los costos que esta representa, expresado como un porcentaje. Ya que el ROI no implica necesariamente dinero, se calcula como un porcentaje.

Cabe considerar, los expertos Meigs R., Williams J., Haka S. y Bettner M.¹⁵² manifiestan:

Al decidir dónde invertir su dinero, los inversionistas patrimoniales desean saber que tan eficientes son las compañías en el uso de los recursos. Es por esto, que el método más común para evaluar la eficiencia con la cual se emplean los recursos financieros, es calcular la tasa de rendimiento obtenida sobre estos recursos.

Esta tasa de rendimiento se le denomina ROI y se aplica en muchas situaciones diferentes, tales como la evaluación de la rentabilidad de un negocio, la ubicación de una sucursal o una oportunidad de inversión específica [palabras propias agregadas].

La fórmula del ROI es¹⁵³:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad Neta de la Actividad}}{\text{Inversiones Realizadas o Costos}}$$

La gran importancia de emplear la formula ROI radica en que dicha “metodología sirve para medir el impacto y el retorno de la inversión en programas de capacitación y desarrollo de recursos humanos, como por ejemplo, una campaña publicitaria”¹⁵⁴.

3. Rentabilidad Financiera o de los Fondos Propios (ROE)¹⁵⁵:

Se le denominada en ingles Return On Equity conocido con las siglas ROE, lo que es Rendimiento sobre el Patrimonio. Es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del

¹⁵² MEIGS R., WILLIAMS J., HAKA S. Y BETTNER M. (2002). *loc.cit.* p. 621.

¹⁵³ ANDRADE, A. M. (2011). *loc.cit.* p. 60.

¹⁵⁴ *Loc.cit.* p. 60.

¹⁵⁵ SÁNCHEZ, J. P. (2002). *op.cit.* pp. 10-11.

rendimiento obtenido por esos capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado [palabras propias agregadas].

La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios, y de ahí que, es el indicador que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios.

Por ello, es un concepto de rentabilidad final que al contemplar la estructura financiera de la empresa, viene determinada tanto por los factores incluidos en la rentabilidad económica como por la estructura financiera consecuencia de las decisiones de financiación.

La fórmula es la siguiente¹⁵⁶:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Resultado después de Intereses e Impuestos}}{\text{Patrimonio Promedio}}$$

A este respecto, los conocedores Meigs R., Williams J., Haka S. y Bettner M.¹⁵⁷ precisan:

Mide la eficiencia con la cual la gerencia ha utilizado los activos bajo su control, independientemente de si fueron financiados con deuda o con capital patrimonial.

Por tanto, el rendimiento para los accionistas es la Utilidad Neta, la cual representa el rendimiento proveniente de todas las fuentes operativas y no operativas.

En síntesis, el ROE es significativo porque “muestra que tan rentable es la empresa con respecto a su patrimonio o capital”¹⁵⁸. Por otra parte, “trata de medir la rentabilidad que obtienen los dueños de la empresa, es decir, la rentabilidad del capital que han invertido directamente y de las reservas, que

¹⁵⁶ CERCERA, M. y ROMANO J. (1990). *loc.cit.*

¹⁵⁷ MEIGS R., WILLIAMS J., HAKA S. Y BETTNER M. (2002). *op.cit.* p. 622.

¹⁵⁸ ANDRADE A. M. (2011). *loc.cit.* p. 60.

en definitiva son beneficios retenidos y que por tanto corresponden a los propietarios”¹⁵⁹.

Variables que Determinan la Rentabilidad

Es necesario analizar las variables que impactan directamente en la rentabilidad económica de una empresa para tener más claridad acerca de las alternativas que pueden contribuir a maximizarla¹⁶⁰:

1. Precio de venta:

Es una de las herramientas que más impactan en la rentabilidad porque un aumento de precios se traduce directamente en utilidades, sin esfuerzo y sin inversión en capital de trabajo, pero al mismo tiempo un aumento de precios mal decidido puede hacer caer las ventas o perder clientes casi de forma inmediata.

Por esta razón, es fundamental conocer la elasticidad precio de la demanda para cada producto y para cada cliente, para manejar con efectividad la estructura de precios.

Para manejar la política de precios es necesario conocer muy bien el mercado y saber con exactitud que tolerancia tendrán los clientes frente a un aumento del precio en cada uno de los productos.

2. Cantidad vendida:

El volumen de ventas es una de las variables a la que los empresarios le prestan más atención cuando existe un problema de rentabilidad. Es por eso que, conviene mejor aumentar los precios, bajar los costos o aumentar la productividad, que son formas de mejorar las utilidades con el mismo nivel de ventas.

Trabajar en un aumento de ventas puede ser acertado, pero el crecimiento debe ser equilibrado y financiado correctamente y evitar así posteriores sorpresas.

3. Precio de compra:

Este es el costo unitario de cada uno de los insumos que se necesita para fabricar un producto o brindar un servicio.

¹⁵⁹ CERCERA, M. y ROMANO J. (1990). *loc.cit.*

¹⁶⁰ Neotegia. *op.cit.*

Obviamente, a menor precio pagado a los proveedores por estos insumos, menores serán los costos variables y mayor el margen bruto sobre ventas.

Por esta razón, la negociación continua con los proveedores es muy importante ya que, cada descuento o bonificación obtenida, impactará directamente en la rentabilidad.

Si la situación financiera de la empresa es holgada, se pueden ofrecer mejores plazos de pago a los proveedores a cambio de un descuento adicional. Otra forma de bajar los precios de las materias primas consiste en sustituir ciertos insumos por otros alternativos de menor costo.

4. Cantidad comprada:

La cantidad de insumos necesaria para fabricar un producto viene determinada en su mayor medida por la composición de dicho producto o servicio.

En muchos casos estas cantidades no se pueden modificar demasiado sin modificar el producto o servicio, pero cuando es posible, se puede mejorar el rendimiento de estas cantidades organizando mejor el proceso de producción.

De esta manera, mejora la productividad de las materias primas, siempre con el objetivo de utilizar la menor cantidad posible para fabricar la misma cantidad de producto.

Esta es una variable de suma importancia, ya que puede mejorar la rentabilidad sin aumentar los precios, las ventas y sin bajar los costos de las materias primas, solamente modificando la manera de hacer las cosas.

5. Costo unitario de comercialización:

Para bajar lo máximo posible el precio de compra de los insumos, se debe hacer mediante una negociación, exploración de nuevos proveedores o sustitución del tipo de servicio contratado.

6. Cantidad comercializada:

Consiste en evaluar la distribución para la venta de productos tangibles, como lo es el transporte y la entrega de mercancía, ya que se trata principalmente de repartir más productos al mismo costo.

En este caso, la tarea es rediseñar la logística de entrega para disminuir el costo de comercialización y aumentar el margen bruto de cada producto, optimizando rutas de entrega, imponiendo pedidos mínimos a los clientes, entregando menos días a la semana más cantidad de artículos, etc.

7. Gastos Fijos:

Son los que no están relacionados en forma directa con las ventas. Dentro de este grupo tenemos los salarios, energía, alquileres de oficinas o depósitos, honorarios y servicios contratados, mantenimiento, publicidad, gastos de viaje, comunicaciones, etc.

Los gastos fijos son realmente nefastos para la rentabilidad cuando se produce una baja repentina de las ventas en determinado momento, ya que no se pueden eliminar de un día para otro, y terminan por absorber el escaso margen bruto generado.

De acuerdo a la naturaleza de cada empresa, puede haber determinados procesos y tareas que es mejor delegarlos en empresas externas, y otros para los que será mejor contratar personal y recursos propios y realizarlos internamente.

8. Estacionalidad de las ventas:

Este concepto es clave al diseñar la estructura de la empresa, una mayor estacionalidad requerirá tener unos gastos fijos menos abultados y tener más servicios y personal subcontratado, para así poder deshacernos de ellos en los meses de ventas bajas.

De lo contrario nos veremos obligados a desinvertir llegado ese momento, y esto a veces es más costoso que continuar soportando una estructura elevada.

9. Productividad:

La productividad significa qué cantidad podemos producir con un determinado recurso. Ser más productivos significa que podemos producir más con un mismo recurso.

Así, por ejemplo si vendemos un determinado servicio cuyo costo principal es de horas hombre, y logramos que esa persona produzca un poco más en la misma cantidad de horas, estamos aumentando el beneficio y la rentabilidad sin tocar el resto de las variables.

10. Préstamos bancarios y financieros:

Los préstamos generan costos financieros que impactan en el estado de resultados. Por supuesto, al solicitar un préstamo se debe mirar la tasa de interés, gastos administrativos, seguros, y demás costos relacionados, pero lo más importante es tener claro en qué se va a invertir el dinero que ingresará en la empresa producto de este préstamo, y analizar que rentabilidad tendrá.

Realmente no importa la tasa de interés, sino que la ganancia total producida por la inversión de este dinero sea superior al costo de intereses que se va pagar.

La respuesta es que no solicite el préstamo. Si no es posible evaluar el costo y el beneficio, lo mejor es no endeudarse, ya que es más posible que los intereses empeoren la rentabilidad.

11. Inmovilizado material:

El inmovilizado material lo componen todos los bienes físicos como máquinas, automóviles, mobiliario, etc., y al igual que en el caso de los préstamos, juegan un doble papel impactando tanto sobre el beneficio como sobre el valor del activo. En el beneficio a través de las cuotas de depreciación, es decir, las pérdidas por su desgaste.

Esto significa que a más equipamiento, mayor pérdida por depreciación, lo que nuevamente requiere un cuidadoso análisis de todos los bienes y maquinarias que realmente necesita la empresa para trabajar, y de cuanto beneficio producen o si realmente son de utilidad.

Tener bienes ociosos empeora la rentabilidad, tanto por su desgaste progresivo como porque aumentan el valor del activo sin contribuir a generar más ventas o beneficios.

12. Existencias:

Los inventarios de materias primas y productos terminados que están en los depósitos de la empresa aumentan el valor del activo y constituyen un capital ocioso que no produce ningún rendimiento mientras se encuentra almacenado y que podría, tal vez, ser utilizado en otra cosa que sí genere algún beneficio adicional.

Por este motivo hay que trabajar para disminuir al máximo posible estas existencias sin comprometer las ventas y entregas a los clientes, implementando políticas de alta rotación de inventarios con ayuda de los proveedores.

13. Dinero líquido:

El dinero disponible en cuentas a la vista es otro de los componentes del activo con el que se hace frente a los pagos cotidianos de la empresa y otorga liquidez inmediata. Si este monto es demasiado bajo, se pueden tener problemas para atender los pagos en el corto y mediano plazo, pero si este monto es demasiado elevado, se estaría desaprovechando recursos y perdiendo rentabilidad.

El nivel óptimo a mantener de liquidez dependerá del tipo de empresa y sector en el que opere, de los plazos medios de pagos y cobros, de la calidad de las cuentas a cobrar y la velocidad de realización de las existencias.

14. Cuentas a cobrar:

Las cuentas de los clientes también afectan a la rentabilidad de la empresa. A mayor plazo de cobro, mayor será el monto total de deuda de los clientes, y mayor será la financiación que les está otorgando. Si un aumento de las cuentas a cobrar viene acompañado de un aumento de ventas, seguramente la rentabilidad no se verá afectada.

El costo de esta inmovilización de capital se verá compensada por una mejora de las utilidades, producto de este aumento de ventas. Pero sí en cambio, se deterioran las condiciones de cobro y los clientes comienzan a atrasarse en los pagos, la cuenta de clientes crecerán manteniéndose constante el beneficio, impactando negativamente en la rentabilidad.

Y si por otro lado, se tiene la capacidad de mejorar los plazos de cobro sin que esto afecte al nivel de ventas, se estará mejorando la rentabilidad disminuyendo el capital invertido en los clientes, liberando fondos para utilizar en otros proyectos.

15. Otros créditos:

El razonamiento con el resto de los créditos, es el mismo que en el caso de las cuentas a cobrar. Su aumento deteriorará la rentabilidad, excepto que vayan acompañados al mismo tiempo de mejoras en las utilidades en la misma proporción.

Por este motivo hay que buscar mecanismos para convertirlos rápidamente en dinero líquido y poder así invertirlo en áreas más productivas.

Ciclo de la Rentabilidad en una empresa

Entorno al tema tratado, el Lcdo. Mandujano A.¹⁶¹, Director de Mercadotecnia de SalesUp!, una página en línea que ofrece a las empresas un sistema de gestión y control de Ventas en México, explica a través de la siguiente gráfica las funciones que cumplen cada departamento para conseguir la rentabilidad en una compañía:

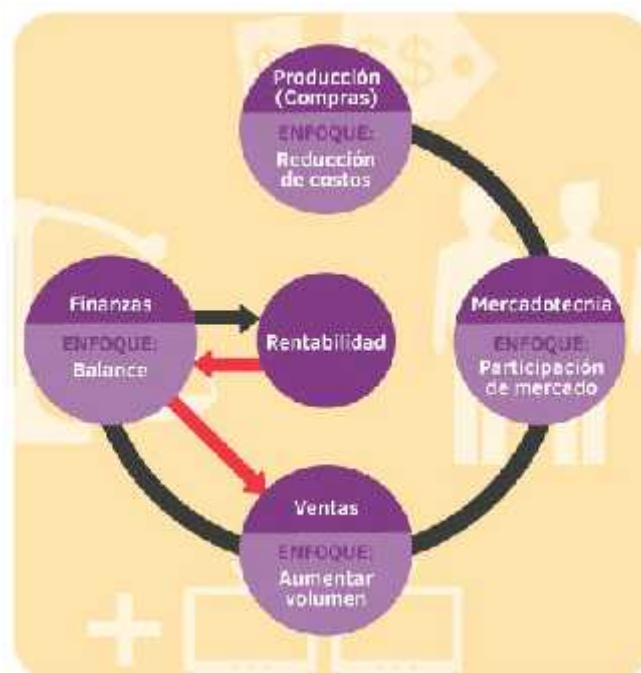


Figura 8. Enfoque de los Departamentos de una Empresa.
Fuente: Mandujano (2017).

El autor detalla: el área de compras, tiene como enfoque principal reducir el costo de producción o adquisición; mercadotecnia está orientada a la participación del mercado; mientras que ventas tiene todos sus esfuerzos en el volumen y finanzas analiza el balance general. Todas estas acciones están ligadas en esencia para cumplir el objetivo de la **rentabilidad**.

¹⁶¹ MANDUJANO, Anthony. (2017). Radiografía comercial de una empresa con problemas de rentabilidad. Sección Artículos Rentabilidad: Calidad. [página en línea], fecha de la consulta: 26 de julio de 2017. Disponible en: <https://www.salesup.com/crm-online/cc-rentabilidad-de-una-empresa.shtml>

Factores que Determinan la Rentabilidad

La rentabilidad se clasifica en tres grados: alta, media y baja; y dependerá de los siguientes factores¹⁶²:

1. De la comparación con los objetivos establecidos y su logro.
2. Del auge o declive del sector al cual pertenece.
3. Del costo de los recursos si es o no superior a la tasa de retorno esperada.
4. Del estilo de la dirección y administración en la vida de la empresa.

Atendiendo todas las consideraciones mencionadas con anterioridad, es relevante destacar que¹⁶³:

El negocio de medicamentos en Venezuela se caracterizó por un importante crecimiento interanual de 15% en unidades, en los últimos 20 años, según Stefano Zampa, Ex-Presidente de la Cámara Venezolana del Medicamento (CAVEME), alegando como factor esencial la liquidez existente en esos años en el país.

También, señaló que entre los años 2003 y 2010 representó ventas desde 150 millones de unidades por año con su respectivo crecimiento, la más alta en América Latina siempre manteniendo los mejores indicadores de la región.

Por tal razón, para el año 2010 el crecimiento farmacéutico en Venezuela se ubicó sobre Chile, Argentina, Ecuador, México, Brasil, Colombia, Centro América y Perú según el Servicio Internacional de Mercadeo (IMS - International Marketing Services) [palabras propias agregadas].

Para el año 2012, según “la consultora ReportsnReports de Dallas en Estados Unidos, en su reciente informe Emerging Pharmaceutical Markets in Latin America, destacó como atractivos los mercados farmacéuticos de cinco

¹⁶² BARAJAS, Sara. (2013). ¿Sabe que tan rentable es su empresa?. Revista electrónica Forbes.com.mx. [revista en línea], fecha de la consulta: 26 de julio de 2017. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/sabe-que-tan-rentable-es-su-empresa/>

¹⁶³ RODRIGUEZ, M. (2016). *loc.cit.*

países”, entre los que ubico a Venezuela dentro de la tasa de crecimiento anual para los mercados farmacéuticos latinoamericanos en el 20,8%¹⁶⁴.

Sin embargo, la situación anterior de auge y desarrollo de inversión ha cambiado progresivamente, en consecuencia el Presidente de la Federación Farmacéutica de Venezuela (Fefarven), Ceballos F.¹⁶⁵ (...) señaló: para enero del 2017 la escasez de productos farmacéuticos superaba el 85%, además de un aumento del cierre de las farmacias en todo el país por motivo del quiebre financiero. (*Apud.* Hurtado J. (2017).).

Aunque Fefarven no dispone de cifras concretas sobre la cantidad de locales que han cerrado, fuentes del sector aseguran que el año pasado al menos 200 farmacias se vieron obligadas a renunciar por inviabilidad económica, lo que significa que el número de farmacias se redujo 5% en solo un año¹⁶⁶.

Sobre el asunto, continúa Ceballos F. (...) afirmando¹⁶⁷:

El limitado o nulo margen de ganancia que pueden obtener las tiendas y el incremento de los costos operativos son las razones de la bancarrota.

Venezuela enfrenta un déficit de farmacias de consideración: mientras en Europa existe 1 tienda por cada 2.000 habitantes y en América Latina una por cada 3.000 personas, en Venezuela hay una por cada 7.000 habitantes.

Las regulaciones de precios y los bajos márgenes de ganancias están acabando con las farmacias, alegando que el margen de comercialización que queda a las farmacias se encuentra entre el 18% y 22%, monto que no alcanza para cubrir los gastos operativos de las tiendas.

¹⁶⁴ ALVIÁREZ, Orlando. (2012). Venezuela entre los mercados farmacéuticos más atractivos de la región. Sección electrónica: Noticias, economía, empresas. [página en línea], fecha de la consulta: 26 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.elmundo.com.ve/noticiasecono/mi-ia/empresas/venezuela-entre-los-mercados-farmaceuticos-mas-atr.aspx>

¹⁶⁵ HURTADO, J. (2017). Cierre de farmacias agrava escasez de medicamentos. Sección electrónica: El inveteres, economía. [página en línea], fecha de la consulta: 26 de julio de 2017. Disponible en: <http://elestimulo.com/elinteres/cierre-de-farmacias-agrava-escasez-de-medicamentos/>

¹⁶⁶ *Loc.cit.*

¹⁶⁷ *Ibid.*

También, las farmacias deben enfrentar un nuevo problema: el pronto pago, en vista a que antes tenían financiamiento pero ahora la mercancía se paga incluso antes de recibirla [palabras propias agregadas] (Apud. Hurtado J. (2017).).

Como se ha abordado, al momento de establecer un precio se debe tener la certeza que tanto los precios como el nivel de ventas esperados permitan que el negocio sea rentable. A pesar de que, conseguir ganancias no se basa primordialmente en subir o bajar precios, también se debe considerar ciertos aspectos como: los productos frente a la competencia, los beneficios y el criterio que obtienen los clientes para optar comprarlo y el valor que le dan al mismo cuando reciben los beneficios que se le ofrecen¹⁶⁸.

Por eso, es importante analizar la relación que existe entre los precios y la rentabilidad para tomar decisiones acertadas que permitan optimizar la situación presente de la compañía y posiblemente crear nuevas tácticas que la dirijan a un punto de equilibrio económico.

GESTIÓN DE PRECIOS Y RENTABILIDAD

“Es una estrategia que ayuda a que las empresas a incrementar sus márgenes, al mejorar la manera en la que establecen, ejecutan y hacen cumplir políticas de precio de acuerdo a los objetivos empresariales”¹⁶⁹.

Objetivos de la Gestión de Precios y Rentabilidad¹⁷⁰

Estos objetivos consisten en:

- Definir los precios óptimos de productos y servicios.

¹⁶⁸ CHAUVIN, Silvia. (2008). Estrategia de fijación de precios. Sección Finanzas. [página en línea], fecha de la consulta: 26 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.mujeresdeempres a.com/estrategia-de-fijacion-de-precios/>

¹⁶⁹ Deloitte. (2011). Gestión de precios y rentabilidad. Sección Oportunidades: Marketing. p.4. [página en línea], fecha de la consulta: 26 de julio de 2017. Disponible en: <http://oportunidades.deloitte.cl/marketing/Web/princing-CB.pdf>

¹⁷⁰ Loc.cit. p.4.

- Identificar las causas de la pérdida de márgenes a través del análisis de ventas históricas a nivel transaccional.
- Diseñar políticas de precio más eficientes y efectivas, así como procesos que gobierna la toma de decisiones adecuada.
- Diseñar e implementar herramientas de análisis de precio, optimización y ejecución.
- Diseñar y establecer una estructura organizacional adecuada.

Beneficios de una Estrategia Efectiva de Gestión de Precios y Rentabilidad¹⁷¹

Cuando se adaptan estrategias de precios y rentabilidad que colocan en marcha un negocio puede ocurrir lo siguiente:

- Mejora el margen entre el 1% y 3% en los primeros 6 a 12 meses.
- Aumento del margen bruto del 10% al 15%.
- Retorno de la inversión del 200% a 350% durante los primeros 12 meses.
- Mejor previsibilidad de la rentabilidad y ventas.
- Mejor toma de decisiones a través de mejor visibilidad de la información de precios y rentabilidad

Problemas Típicos que Enfrentan las Empresas respecto a la Gestión de Precios y Rentabilidad¹⁷²

De igual forma, existen ciertas dificultades que desafían las compañías y afectan su desarrollo económico y financiero, como pueden ser:

- Disminución de márgenes, con ingresos creciendo más rápidamente que los márgenes.

¹⁷¹ *Ibid.* p. 4.

¹⁷² *Ibid.* p.4.

- Falta de información referente a precios y márgenes, particularmente al momento de tomar decisiones o hacer negociaciones.
- Dificultad para definir la reacción adecuada en respuesta al precio de la competencia.
- La participación de mercado, el volumen o la rentabilidad satisfacen las expectativas de la gerencia.
- Falta de herramientas y datos para medir la eficacia de las promociones o negociaciones.

En este orden de ideas, esta investigación se realizara bajo los términos de Razones o índices financieros para lo cual tenemos las siguientes definiciones:

RAZONES FINANCIERAS

Continúa la MSc. Escobar, M.¹⁷³ definiendo:

Son una forma útil de recopilar grandes cantidades de datos financieros y de comparar la evolución de la empresa. Tienen como objetivo evaluar la liquidez, actividad, apalancamiento y rentabilidad.

La información básica se obtiene del Estado de Situación Financiera y del Estado de Resultados de la empresa, lo que nos permite realizar una cuidadosa evaluación de la posición de la empresa y diseñar un plan para las operaciones futuras.

Objetivo de las Razones Financieras¹⁷⁴

Uno de los objetivos de la administración de la organización es la utilización adecuada de razones para regular el desempeño de la misma de un período a otro. Mediante este procedimiento se analiza cualquier cambio no previsto a fin de detectar a tiempo los problemas.

¹⁷³ ESCOBAR, M. (2013). *loc.cit.*

¹⁷⁴ ESCOBAR, M. (2013). *Ibid.*

Clasificación de las Razones Financieras

El Lcdo. Huanaco I.¹⁷⁵ (...) en su presentación de *Análisis Financiero* lo clasifica de la siguiente manera:

1. Índices de Liquidez:

- Razón corriente.
- Prueba acida
- Capital neto de trabajo

2. Índices de Rentabilidad:

- Margen bruto.
- Margen operacional.
- EBITDA.
- Resultado sobre ventas o Margen neto
- Rentabilidad económica o del activo (ROA).
- Rentabilidad financiera o de fondos propios (ROE).

3. Índices de Actividad y Rotación:

- Rotación de cartera.
- Rotación de inventarios.
- Rotación de activos totales.
- Rotación de proveedores

4. Índices de Endeudamiento:

- Nivel de endeudamiento.
- Concentración de pasivos a corto plazo.
- Cobertura de intereses.

¹⁷⁵ HUANACO, I. (2010). *Análisis financiero*. pp. 13-15. [publicación en línea], fecha de la consulta: 26 de julio de 2017, Disponible en: <http://www.bbv.com.bo/archivos/gesfin3.pdf>

5. Índices de cobertura.

6. Índices bursátiles.

(*Apud.* Bolsa Boliviana de Valores, S.A. (2010).).

Tomando en cuenta la clasificación anterior, se desarrolla lo relativo a los **Índices de Rentabilidad** que son objeto de interés de acuerdo a la problemática planteada para esta investigación.

ÍNDICES DE RENTABILIDAD

➤ Margen Bruto:

“Corresponde al porcentaje de utilidad obtenida por sobre el costo de las ventas. Permite determinar la capacidad que tiene la empresa para definir los precios de venta de sus productos o servicios”¹⁷⁶. La fórmula es¹⁷⁷:

$$\text{Margen Bruto} = \frac{\text{Ventas Netas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas Netas}}$$

➤ Margen Operacional¹⁷⁸:

Puede ser llamado utilidades puras, ganadas por la empresa entre cada unidad monetaria de ventas. Las utilidades de operación son puras en el sentido de que ignoran cargos financieros o gubernamentales (intereses o impuestos), y miden solo las utilidades obtenidas en las operaciones, y resulta preferible un alto margen de las mismas.

¹⁷⁶ HUANACO, I. (2010). *op.cit.* p. 27.

¹⁷⁷ RAMÍREZ S. R. (2006). *op.cit.* p. 36.

¹⁷⁸ ATENCIO, A. y NIETO, C. (2010). Administración de riesgos y perspectivas de rentabilidad en empresas del sector cervecero del Estado Zulia. Trabajo especial de grado publicado. Universidad Rafael Urdaneta. Maracaibo, Venezuela. p. 56. [publicación en línea], fecha de la consulta: 26 de julio de 2017, Disponible en: <http://200.35.84.131/portal/bases/marc/texto/3401-10-03829.pdf>

Su fórmula es:

$$\text{Margen Operacional} = \frac{\text{Utilidades de Operación}}{\text{Ventas}}$$

➤ **EBITDA**¹⁷⁹:

Se conoce con sus siglas inglés Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortización (EBITDA), lo que significa que es la utilidad antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización.

Como su nombre lo indica, es la utilidad antes de descontar los intereses, las depreciaciones, las amortizaciones y los impuestos.

Esta cifra se obtiene a partir del Estado de Resultado y suele ser útil como medida de los beneficios económicos generados por una compañía a partir de sus actividades operacionales durante un determinado período, ya que prescinde de cuestiones financieras y tributarias, así como de gastos contables que no implican pagos efectivos de dinero.

Estructura para el cálculo del EBITDA¹⁸⁰

+ Ventas
- Costo de Ventas
- Gastos de Ventas
- Gastos de Administración

= EBITDA
No incluye la depreciación de los activos fijos y la amortización del activo intangible.

Figura 9. Estructura para el cálculo del EBITDA.
Fuente: Cornejo y Díaz (2017).

¹⁷⁹ CORNEJO E. y DIAZ D. (2017). Medidas de ganancias. Universidad de Chile. p. 36. [publicación en línea], fecha de la consulta: 27 de julio de 2017, Disponible en: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/127394/153%20Cornejo-Diaz.pdf?sequence=1>

¹⁸⁰ *Ibid.* p. 37.

Esta estructura proviene del Estado de Resultados como se observa a continuación:

Estructura del Estado de Resultados

+ Ventas	}	EBITDA
- Costos de Ventas		
= Margen Bruto en Ventas		
- Gastos de Administración		
- Gastos de Ventas	}	
= Utilidad (Pérdida) en Operaciones		
+ Ingresos Extraordinarios		
- Egresos Extraordinarios		
+ Utilidad del Ejercicio		
+ Otros Ingresos		
- Gastos Financieros		
- Otros Egresos		
= Utilidad antes del Impuesto sobre la Renta (15%)		
- Impuesto sobre la Renta (15%)		
= Utilidad Neta del Ejercicio		

Figura 10. Estructura del Estado de Resultados.
Fuente: Cornejo y Díaz (2017).

Para completar este tipo de análisis es relevante calcular el Margen EBITDA y se muestra a través de la fórmula¹⁸¹:

$$\% \text{ Margen EBITDA} = \frac{\text{EBITDA}}{\text{Ventas}}$$

¹⁸¹ NEFFA, G. (2014). Cómo calcular e interpretar el EBITDA de una compañía. [página en línea], fecha de la consulta: 27 de julio de 2017, Disponible en: <https://es.tradingfloor.com/articulos/como-calcular-interpretar-ebitda-compania-inversion-trading-20-04-11>

➤ **Resultado sobre Ventas o Margen neto:**

Para hallar este indicador se usa la fórmula de Margen de Utilidad Neta (MUN) que se menciona en la descomposición de la fórmula de la Rentabilidad Económica o del Activo (ROA): véase en páginas anteriores (supra).

ÍNDICE DUPONT¹⁸²

Es una de las razones financieras de rentabilidad más importantes en el análisis del desempeño económico y operativo de una empresa. Integra los principales indicadores financieros con el fin de determinar la eficiencia con que la empresa está utilizando sus activos, su capital de trabajo y el multiplicador de capital (Apalancamiento financiero).

En principio, el sistema DUPONT reúne el margen neto de utilidades, la rotación de los activos totales de la empresa y de su apalancamiento financiero. Estas tres variables son las responsables del crecimiento económico de una empresa, la cual obtiene sus recursos de un buen margen de utilidad en las ventas, o de un uso eficiente de sus activos fijos lo que supone una buena rotación de estos.

Partiendo de la premisa que la rentabilidad de la empresa depende de dos factores como lo es el margen de utilidad en ventas, la rotación de los activos y del apalancamiento financiero, se puede entender que el sistema DUPONT lo que hace es identificar la forma como la empresa está obteniendo su rentabilidad, lo cual le permite identificar sus puntos fuertes o débiles.

Y la fórmula es la siguiente:

$$\text{DUPONT} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}} \times \text{Multiplicador del Capital}$$

¹⁸² GERENCIE.COM (2010). Sistema DUPONT. [página en línea], fecha de la consulta: 27 de julio de 2017. Disponible en: <https://www.gerencie.com/sistema-dupont.html>

Como se puede ver el primer factor corresponde a la primera variable (Margen de utilidad en ventas), el segundo factor corresponde a la rotación de activos totales (eficiencia en la operación de los activos) y el tercer factor corresponde al apalancamiento financiero.

Es así, que la formula se descompone de la siguiente manera:

1. Rendimiento de los Activos:

$$\text{Rendimiento de los Activos} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

2. Margen de Utilidad en Ventas:

$$\text{Margen de Utilidad en Ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

3. Multiplicador del Capital o Apalancamiento Financiero:

Consiste en la posibilidad que se tiene de financiar inversiones sin necesidad de contar con recursos propios.

Para poder operar, la empresa requiere de unos activos, los cuales solo pueden ser financiados de dos formas; en primer lugar por aportes de los socios (Patrimonio) y en segundo lugar créditos con terceros (Pasivo).

Así las cosas, entre mayor sea capital financiado, mayores serán los costos financieros por este capital, lo que afecta directamente la rentabilidad generada por los activos.

Es por eso que el sistema DUPONT incluye el apalancamiento financiero (Multiplicador del capital) para determinar la rentabilidad de la empresa, puesto que todo activo financiado con pasivos supone un costo financiero que afecta directamente la rentabilidad generada por el margen de utilidad en ventas y/o por la eficiencia en la operación de los activos, las otras dos variables consideradas por el sistema DUPONT.

Y la formula se compone así:

		Activos
Multiplicador	= Apalancamiento Financiero =	-----
del Capital		Patrimonio

COMPONENTES DE LA RENTABILIDAD EN LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA

Para que una farmacia obtenga una rentabilidad optima, debe tener en cuenta los siguientes elementos¹⁸³.

1. El mercado:

La industria farmacéutica se ha convertido en la más rentable del mundo y ha crecido a un ritmo muy acelerado en los últimos 30 años que cualquier otra empresa del mundo.

Así, lo revela la revista Forbes de México¹⁸⁴ (...) de acuerdo a un estudio realizado para encontrar las industrias más rentables de Estados Unidos para el año 2015 (Figuras 11 y 12) presenta el siguiente análisis:

El margen de ganancias netas pronosticado para 19 grandes sectores, encabeza la lista como la industria más rentable el sector de tecnología para la salud con un margen de beneficio neto del 20,90%, seguido por los servicios de finanzas y tecnología con márgenes de beneficio netos del 17,3% y 16,1%, respectivamente (*Apud.* Chen L. (2015).).

¹⁸³ PEREZ Julián L. (2004). Dos enfoques sobre los medicamentos y la industria farmacéutica. Sección Debate. Revista cubana de salud pública: bvs.sld.cu. [revista en línea], fecha de la consulta: 22 de julio de 2017. Disponible en: http://www.bvs.sld.cu/revistas/spu/vol30_4_04/spu07404.htm

¹⁸⁴ CHEN L. (2015). Las industrias más rentables en 2015. Revista electrónica Forbes.com.mx. [revista en línea], fecha de la consulta: 22 de julio de 2017. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/las-industrias-mas-rentables-en-2015/#gs.HYPxvFE>

Las industrias más rentables en 2015

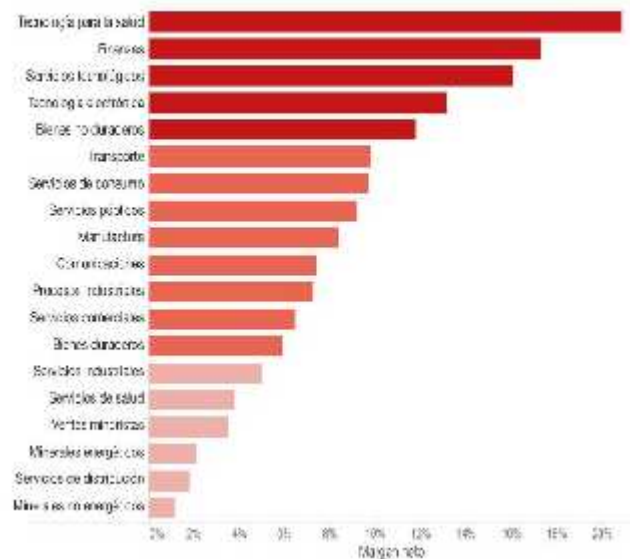


Figura 11. Las Industrias más Rentables del 2015 en Estados Unidos.
Fuente: Revista Forbes de México (2015).

Cada uno de estos sectores está representado por un margen de ganancias neto como se muestra en la siguiente Figura 12:

Sector	Margen neto
Tecnología para la salud	20.90%
Finanzas	17.30%
Servicios tecnológicos	16.10%
Tecnología electrónica	13.20%
Bienes no duraderos	11.80%
Transporte	9.80%
Servicios de consumo	9.70%
Servicios públicos	9.20%
Manufactura	8.40%
Comunicaciones	7.40%
Procesos industriales	7.30%
Servicios comerciales	6.50%
Bienes duraderos	5.90%
Servicios Industriales	5.00%
Servicios de salud	3.80%
Ventas minoristas	3.50%
Minerales energéticos	2.10%
Servicios de distribución	1.80%
Minerales no energéticos	1.20%

Figura 12. Industrias más rentables en Estados Unidos.
Fuente: Revista Forbes de México (2015).

2. El poder político:

Recibe influencia política en los periodos electorales, adquiriendo más valor monetario

3. El prescriptor como cliente:

Los anuncios sobre los medicamentos y sus beneficios a través de la publicidad y propaganda, son considerados los medios más eficaces para dar a conocer los productos. De igual modo, “los visitantes médicos son el instrumento más potente para que los médicos modifiquen sus patrones fármaco-terapéuticos en beneficio de los medicamentos que produce la compañía”.

4. El medicamento como bien de consumo:

“Se trata de vender medicamentos para situaciones que no son enfermedades e incluso vender medicamentos que no son necesarios y que pueden ser dañinos”.

5. El paciente como consumidor:

“Una de las tácticas es promocionar algunos productos fuertes o de éxito para incrementar sus ventas. Se dice que es un medicamento de éxito aquel que sobrepasa la cifra de un billón de dólares vendidos en el año”.

Se observa claramente, que las organizaciones bien definidas sin importar su tamaño o sector al cual se dediquen, siempre buscan maximizar sus ganancias. Para ello, en algún momento de la vida de la empresa es importante estudiar su situación financiera con el fin de determinar la condición económica en que se encuentra, en especial para evaluar si está obteniendo la rentabilidad esperada.

Con esa finalidad y retomando la metodología diseñada para este capítulo, se optó por realizar una entrevista estructurada a la Gerente General de la empresa, quien a su vez es la propietaria de la misma, mediante un Guion de Entrevista (Anexo N° 1) validado por dos especialistas en las materias de Metodología y Finanzas (Anexo N° 2). Para lo cual, se desarrolló la siguiente Operacionalización de las Variables:

Cuadro N° 1. Operacionalizacion de la Variables

Objetivo General:

Analizar la incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. Caso de Estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016.

OBJETIVO ESPECÍFICO N° 2	DIMENSIÓN	CATEGORÍAS	SUB- CATEGORÍAS	INSTRUMENTO	ÍTEMS
Analizar el Comportamiento de la Rentabilidad en el Sector Farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda	Comportamiento de la Rentabilidad	Análisis Financiero	Principios	Guión de entrevista	01-03
			Características		04
			Objetivos		05-07
			Métodos de Análisis		08
		Rentabilidad	Clasificación		09-11
			Posicionamiento de la Empresa según la Rentabilidad Económica		12-13
			Variables que Determinan la Rentabilidad		14
			Ciclo de la Rentabilidad		15
			Factores que Determinan la Rentabilidad		16-17
		Gestión de Precios y Rentabilidad	Objetivos de Gestión de Precios y Rentabilidad		18-19
			Beneficios		20
			Problemas que Presentan Respecto a la Gestión de Precios y Rentabilidad		21
		Razones Financieras	Clasificación		22
			Componentes de la Rentabilidad en la Industria Farmacéutica		23

HALLAZGOS ENCONTRADOS DURANTE LA ENTREVISTA

De acuerdo al análisis precedente, los hallazgos encontrados se pueden observar en las respuestas del Anexo N° 3 y se refieren a:

Principios del Análisis Financiero

El Expendio de Medicinas Matalinda no puede cumplir con el principio de ser rentable debido a que la Ley Orgánica de Precios Justos impone un margen máximo de ganancia del 30%, el cual para muchos casos no puede llegar a ese porcentaje porque la mayoría de los medicamentos ya vienen con el precio marcado. De hecho, la propietaria advierte que proyecta su negocio cerrado antes de los 5 años e invirtiendo en otro tipo de comercio.

Mientras tanto, la administración no implementa alguna estrategia para incrementar las ventas porque asegura que no tiene entradas de dinero suficientes como para ofrecer promociones o descuentos a los clientes.

Características del Análisis Financiero

Así mismo, no llevan a cabo análisis económicos ni financieros para tomar decisiones administrativas.

Objetivos del Análisis Económico-Financiero

Se evidencia, que la compañía durante el lapso de tiempo en estudio solicito préstamos bancarios de índole personal, es decir, a nombre de la propietaria del expendio, usados para el financiamiento de dicho negocio y que a su vez, destaca que todos los gastos inherentes al endeudamiento corren por cuenta del negocio.

Según explica la propietaria, esto ocurre porque las entidades bancarias colocan cada vez más impedimentos para otorgar créditos a las

personas jurídicas en cuanto a requisitos, fiadores, margen de ganancia, ventas, liquidez y cuentas por pagar. De igual forma, un aspecto muy importante que examina el ente bancario es que si la empresa presenta pérdidas en sus Estados Financieros como le ha ocurrido al Expendio en los años 2013 y 2015 pues muy difícilmente optara por un préstamo.

Cabe señalar, que la administración no analiza si fue oportuno realizar alguna inversión en determinado momento. Por otro lado, se encontró que si mantienen informados al personal de la empresa acerca de la situación actual en especial en cuanto a las ventas, inventarios y las leyes vigentes que afecten al Expendio de Medicinas.

Métodos para Analizar los Estados Financieros

Evidentemente, la dueña de la empresa alega que no aplica método de análisis financiero alguno.

Clasificación de la Rentabilidad

Además, los inventarios no se mantienen a un nivel óptimo, en vista a que los medicamentos que solicitan a los laboratorios no son despachados debido a la escasez de los fármacos. Es por ello, que recientemente solo ordenan los artículos disponibles que aparecen en los listados que envían los proveedores. Al mismo tiempo, se han ausentado las marcas originales e importadas, estimulando la presencia de medicamentos genéricos que se venden a más bajo costo pero tienen menos efectividad para combatir las enfermedades.

Conviene destacar que, aunque no poseen un control de los gastos administrativos ni de ventas, porque solo se adquieren los artículos de acuerdo a las necesidades que se presentan en la compañía, si analizan el

flujo de caja frecuentemente para saber la disponibilidad del efectivo y así realizar los pedidos.

Posicionamiento de la Empresa según la Rentabilidad Económica

Por otra parte, la Gerente General afirma que la rotación de inventarios posee un nivel de rotación medio porque la poca mercancía despachada es vendida inmediatamente, especialmente para los medicamentos que se encuentren escasos donde los clientes los apartan rápidamente. Así mismo, manifiesta que aquellas medicinas consideradas escasas con mayor rotación son: antibióticos, antipiréticos, analgésicos, calmantes, inhaladores, antihipertensivos, anticonceptivos y anti convulsionantes.

Por otro lado, menciona que las ventas no se pueden ajustar a los precios porque estos ya vienen marcados. De igual manera, las ventas han disminuido porque en ocasiones no tienen productos para ofrecer, es por ello que la compañía ha tenido la necesidad de recurrir a la venta de medicamentos naturistas tomando en cuenta que si estos son nacionales están sujetos a control de precios, por el contrario si son importados no están sujetos a control.

También comenta que, decidieron elaborar fórmulas que pueden ser vendidas sin prescripción médica como lo son: gotas nasales, ungüentos y cremas para diferentes enfermedades de la piel como la escabiosis. También, elaboran productos artesanales para la higiene personal como: jabón de tocador, champú y jabón para ropa.

Igualmente, han desviado las ventas principales para ofrecer artículos escolares y de papelería, alimentos no perecederos, variedad de detergentes líquidos que comúnmente se conocen como genéricos. Esto

recordando que su esencia como Expendio de Medicinas consiste en la comercialización de medicamentos.

Variables que Determinan la Rentabilidad

Según la experiencia de la Gerente en mención, las variables que más impactan de forma negativa la rentabilidad del negocio son: el precio de venta porque viene marcado y en algunas oportunidades no pueden ganarle el 30%, el precio de compra porque últimamente la mercancía está llegando muy costosa, por lo tanto se adquiere a un precio elevado que posteriormente el cliente al conocer el precio elige no comprarla.

Un ejemplo de esto es el jarabe Mucorama de 15 mg/5 ml utilizado para combatir la tos, cuyo precio paso de Bs. 536,35 a Bs. 36.329, la Glicerina de 2,88 g. usada para el estreñimiento con un precio de Bs. 262,42 paso a Bs. 25.940 y el Intafer de 30 tabletas masticables utilizado como suplemento de hierro costaba Bs. 3.000 y actualmente se consigue en Bs. 59.380.

También, depende de la cantidad comprada y la cantidad vendida porque los proveedores pueden llegar a despachar hasta un máximo de 6 cajas por cada tipo de medicamento, para lo cual se venderá poca cantidad o solo lo despachado. Por último, al tener poco producto para vender, quizás a un precio regulado o a un precio muy elevado que posiblemente no se pueda vender, el dinero líquido que ingresa al negocio puede llegar a ser muy bajo.

Ciclo de la Rentabilidad en una empresa

De acuerdo, a la importancia que le da el Expendio de Medicinas al departamento de finanzas de la escala del 1 al 5, este representa una valoración de 3 puntos dentro del ciclo de la Rentabilidad, lo que significa

que para la Gerencia este departamento se valora medianamente importante para el progreso de la empresa.

Según lo analizado durante la entrevista y siguiendo el ciclo de la rentabilidad, la empresa aunque se ve muy afectada por el control de precios, se enfoca en comprar en la medida que pueda según su disponibilidad de dinero, de acuerdo a los productos que ofrezcan los laboratorios y dependiendo de los precios para los que puedan ofertar, sin considerar la reducción de los costos pues para ellos es importante tener que vender.

Factores que Determinan la Rentabilidad

En relación con las implicaciones, cuando la compañía se refiere a que obtuvo rentabilidad ha dependido principalmente en analizar el logro de los objetivos planteados por los accionistas a corto y mediano plazo. De ahí que, la Gerente advierte que el grado económico-financiero en que se encuentra el sector farmacéutico actualmente en el país es muy bajo. También, del estilo de la dirección y administración de la empresa porque de acuerdo a como se manejen los recursos y se dirija el negocio dependerá la vida de la organización.

Objetivos de Gestión de Precios y Rentabilidad

Durante el encuentro se evidencio, entre los principales problemas que enfrenta la organización en referencia a la venta de medicamentos, se debe al control de precios para la venta al público, al control de margen de ganancias y a la escasez de los fármacos.

Obviamente, para la organización en caso de no existir un control de precios y que se pueda asignar a cada producto un margen de ganancia razonable, existe una alta probabilidad que mejoren las ventas y las

existencias en los inventarios, de manera que se puedan ofrecer mayor cantidad y mejor calidad de medicamentos.

Beneficios de una Estrategia Efectiva de Gestión de Precios y Rentabilidad

Dentro de este marco, la encargada en cuestión supone que si existiera una estrategia efectiva de precios, el margen de ganancias para el Expendio de Medicinas superaría el 42% en el plazo de un mes.

Problemas Típicos que Enfrentan las Empresas Respecto a la Gestión de Precios y Rentabilidad

Frente a esta formulación y como se comentó, en ningún momento de la vida de la empresa se ha consultado a un especialista financiero para que determinar algún factor importante como pueden ser: precios, rentabilidad, participación en el mercado u herramientas para medir la eficacia de las negociaciones realizadas.

Clasificación de las Razones Financieras

A través de esta entrevista, se evidenció que ni el administrador ni el contador utilizan los Índices o Razones Financieras para analizar los Estados Financieros como son Estado de Resultados y Estado de Situación Financiera.

Componentes de la Rentabilidad en la Industria Farmacéutica

Finalmente, la entrevistada puntualiza que una empresa farmacéutica en este país para obtener una rentabilidad óptima recibe mayor influencia según el elemento del poder político porque es quien regula la economía del país y quien incentiva al empresario a seguir produciendo dependiendo de las medidas económicas que decida promulgar.

Como resultado de las consideraciones señaladas anteriormente, los encargados de dirigir este Expendio de Medicinas deben recurrir a la aplicación de Índices Financieros que permitan brindar información oportuna tanto a los directivos de la empresa como a los agentes externos que tengan algún tipo de interés por invertir en el negocio. De otro modo, deben apoyarse en el análisis de los Estados Financieros para crear planes y estrategias de ventas que permita sobrellevar lo impuesto a través de la regulación de los precios justos.

De esta manera, el Expendio Medicinas Matalinda, C.A., requiere que se apliquen los índices de rentabilidad para determinar si en el periodo 2013 - 2016 la compañía ha alcanzado una rentabilidad significativa frente a la implementación de la Ley Orgánica de Precios Justos.

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Es así que, para el respectivo análisis se tomó en consideración los Estados de Resultados (Cuadro N° 2) y los Estados de Situación Financiera (Cuadro N° 3) para el periodo comprendido del 01 de Enero al 31 de Diciembre de los años 2013, 2014, 2015 y 2016, mediante la aplicación de Índices Financieros y al mismo tiempo comparar los resultados, en búsqueda de la rentabilidad:

Cuadro N° 2. Estados de Resultados para los años 2013 - 2016

Expendio de Medicinas Matalinda, C.A.
Estado de Resultados
Al 31 de Diciembre de 2013, 2014, 2015 y 2016

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016
+ Ventas	1.448.329	2.344.568	3.412.263	14.524.292
- Costo de Ventas	(1.105.069)	(1.540.916)	(2.700.139)	(12.582.598)
= Utilidad Bruta en Ventas	343.260	803.652	712.124	1.941.694
- Gastos de Administración	(383.295)	(552.047)	(1.043.553)	(1.188.391)
- Gastos de Ventas	(42.307)	(18.806)	(17.137)	(23.818)
= Utilidad en Operación	(82.342)	232.799	(348.566)	729.485
- Otros Egresos	(721)		(59)	
= Utilidad o Perdida del Ejercicio	(83.063)	233.799	(348.507)	729.485
+ Ingresos Financieros	3.094	1.175		
- Gastos Financieros	(817)	(585)	(140)	(5.087)
= Utilidad antes del Impuesto	(80.786)	233.389	(348.367)	724.398
- Impuesto sobre la Renta (15%)		(35.008)		(108.660)
= Utilidad o Pérdida Neta del Ejercicio	<u>(80.786)</u>	<u>198.381</u>	<u>(348.367)</u>	<u>615.738</u>

Fuente: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A.

Cuadro N° 3. Estados de Situación Financiera para los años 2013 - 2016

Expendio de Medicinas Matalinda, C.A.
Estado de Situación Financiera
Al 31 de Diciembre de 2013, 2014, 2015 y 2016

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016
Activo Corriente	521.672	714.392	1.190.446	1.754.145
Propiedad, Planta y Equipo	52.665	171.707	150.757	122.068
= Total Activo Corriente	<u>574.337</u>	<u>886.099</u>	<u>1.341.203</u>	<u>1.876.213</u>
Pasivo Corriente	673.660	758.505	1.562.374	1.372.986
= Total Pasivo Corriente	673.660	758.505	1.562.374	1.372.986
Patrimonio				
Capital Social	50.000	50.000	50.000	50.000
= Total Capital Social	50.000	50.000	50.000	50.000
Utilidades No Distribuidas	(149.323)	77.594	(271.171)	453.227
= Total Patrimonio	(99.323)	127.594	(221.171)	503.227
Total Pasivo y Patrimonio	<u>574.337</u>	<u>886.099</u>	<u>1.341.203</u>	<u>1.876.213</u>

Fuente: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A.

Información Adicional:

El inventario se registra al costo de adquisición para aquellos productos regulados cuyo P.V.P. viene marcado con la expresión: *Precio Justo* y la mercancía restante aunque no está sujeta a control de precios tiene un margen de ganancia máximo del 30% como lo establece la Ley Orgánica de Precios Justos.

Todas las ventas se realizan de contado (efectivo, transferencias, tarjetas de débito y crédito). Por otro lado, las compras a los proveedores se realizan con un crédito máximo a cinco días y para otros casos se debe cancelar de forma inmediata para que puedan realizar el despacho.

Los gastos financieros pertenecen a las tasas de descuento que se pagan a los bancos producto de las formas de pago realizadas por los clientes, a través de las tarjetas de débito un 0,53% y con las tarjetas de crédito el banco descuenta una tasa del 2,04% y el 5% del Impuesto Sobre la Renta, fijado sobre las ventas.

Los indicadores financieros que se detallan a continuación se refieren a los cálculos derivados de la Rentabilidad Económica o del Activo (ROA), Rendimiento sobre Inversión (ROI), Rentabilidad Financiera o de los Fondos Propios (ROE), Margen de Utilidad Neta (MUN) o Resultado sobre Ventas, Rotación de Activo Total (RAT), Margen Bruto (MB), Margen Operacional (MO), EBITDA e Índice DUPONT.

Cuadro N° 4. ROA, ROI, ROE

ROA, ROI, ROE					
	Indicador	2013	2014	2015	2016
I	ROA*	- 0,29	0,53	- 0,52	0,78
	% Rentabilidad	- 29%	53%	- 52%	78%
II	ROI*	N/A*	N/A*	N/A*	N/A*
III	ROE*	- 1,63	3,11	- 3,15	2,45
	% Rentabilidad	- 163%	311%	- 315%	245%

Fuente: Guerrero (2017).

* **ROA** = Rentabilidad Económica o del Activo, **ROI** = Rendimiento sobre Inversión, **ROE** = Rentabilidad Financiera o de los Fondos Propios, **N/A** = No Aplica.

Cálculos:

$$\text{I. ROA}_{2013} = \frac{\text{Resultado antes de Intereses e Impuestos}}{\text{Activo Total Promedio}}$$

$$\text{ROA}_{2013} = \frac{- 82.342}{(574.337 / 2)} = - 0,29 \times 100 = - 29\%$$

$$\text{II. ROI}_{2013} = \frac{\text{Utilidad Neta de la Actividad}}{\text{Inversiones Realizadas}} = \text{No Aplica}$$

$$\text{III. ROE}_{2013} = \frac{\text{Resultado después de Intereses e Impuestos}}{\text{Patrimonio Promedio}}$$

$$\text{ROE}_{2013} = \frac{- 80.786}{(99.323 / 2)} = - 1,63 \times 100 = -163\%$$

Se observa en el Cuadro N° 4 las abreviaturas de cada uno de los indicadores calculados y los resultados obtenidos para cada uno de los años respectivos, para los cuales se describe:

➤ Para el año 2013, la empresa presenta una pérdida neta del ejercicio y por ende el resultado del ROA expresa que por cada bolívar de activos totales representados por Bs. 574.337, significa que se pierde el 29% de rentabilidad antes de gastos financieros e impuestos.

➤ A diferencia del año 2014, por cada bolívar que se invierte en los activos totales de la empresa representado por Bs. 886.099 se obtiene un 53% de rentabilidad. Nuevamente, para el 2015 la empresa enfrenta una pérdida en el ejercicio, lo que por cada bolívar de activos totales por Bs.

1.341.203, significa que pierde un 52% de rentabilidad antes de gastos financieros e impuestos.

➤ Sin embargo, en el 2016 se observa que invirtió más en activos que los últimos tres años anteriores por Bs. 1.876.213 y a su vez gana el 78% de rentabilidad. Esto refleja el rendimiento de los activos, es decir, que tan eficiente es el administrador o el gerente que maneja dichos activos¹⁸⁵.

➤ Según se ha visto, no se puede calcular el ROI para el periodo en estudio porque durante este lapso de tiempo la compañía no ha invertido en algún curso o programa de capacitación para sus empleados o campaña de publicidad significativa, por lo tanto, no aplica este tipo de índice. Además, esto se confirma en el Estado de Resultados ya que no existe ningún tipo de partida que refleje este tipo de operación.

➤ De igual forma, como la empresa presenta una pérdida en el 2013, la rentabilidad para la empresa (ROE) es del 163% sobre los capitales propios invertidos. Mientras que, para el 2014 el rendimiento aumento al 311%, por su parte, para el 2015 se observa un crecimiento hasta llegar al 315%. Este resultado es de gran interés para los accionistas “pues refleja cuanto rindió el capital que se ha invertido en la empresa”¹⁸⁶ y finalmente para el 2016, cerro con un 245% sobre los capitales propios invertidos.

¹⁸⁵ ANDRADE, Antonio M. (2011). *loc.cit.* p. 60.

¹⁸⁶ ANDRADE, A. M. (2011). *loc.cit.* p. 60.

Cuadro N° 5. Descomposición del ROA

DESCOMPOSICIÓN DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA O DEL ACTIVO (ROA)					
	Indicador	2013	2014	2015	2016
I	MUN*	- 0,06	0,8	- 0,10	0,04
	% Margen Neto	- 6%	8%	- 10%	4%
II	RAT*	5	5	5	15

Fuente: Guerrero (2017).

* **MUN** = Margen de Utilidad Neta o Resultado sobre Ventas, **RAT** = Rotación de Activo Total.**Cálculos:**

$$\text{I. } \text{MUN}_{2013} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} = \frac{- 80.786}{1.448.329} = - 0,06 \times 100 = - 6\%$$

$$\text{II. } \text{RAT}_{2013} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total Promedio}} = \frac{1.448.329}{(574.337 / 2)} = 5$$

Luego, el resultado de RAT se puede traducir en días:

$$360 \text{ días} / 5 = 72 \text{ días}$$

➤ De acuerdo, a la información contenida en el Cuadro N° 4, la compañía obtuvo durante el 2013 una pérdida de las ventas del 6%, que implica por cada bolívar vendido resulta una pérdida de Bs. 0,06 de utilidades netas para los accionistas. Posteriormente, las expectativas mejoraron para el 2014 ya que las ventas crecieron al 8%, es decir, que por cada bolívar

vendido, Bs. 0,01 se convierten en utilidad disponible para los accionistas, además sus costos y gastos fueron el 92% de lo obtenido de sus ventas.

No obstante, en el 2015 se apreció un descenso del 10% de las ventas, esto es por cada bolívar vendido, Bs. 0,01 significaron una pérdida para los accionistas. En tanto que, para el 2016 aunque es un poco baja presento una recuperación con un Margen de Utilidad Neta del 4% sobre los costos y gastos realizados durante ese año, esto como resultado de una utilidad neta al cierre del periodo de Bs. 615.738.

➤ Siguiendo con el diagnostico, desde el 2013 hasta el 2015 de manera consecutiva, el número de rotaciones es de 5 veces por año y por ende los activos rotan cada 72 días. También, se observa en el 2016 un incremento en la rotación de 15 veces que se traduce en que los activos rotan cada 24 días. “Esto indica la cantidad de veces que la empresa utilizó todos los activos para generar la venta de todos los productos”¹⁸⁷.

Posicionamiento en Margen y Rotación

Según lo planteado, el Expendio de Medicinas Matalinda ha tenido sucesivamente un aumento en los activos totales lo cual ha hecho que sea muy favorable para el resultado alcanzado en el 2016 y así, lo puntualiza Dess y Lumpkin (...) “éste será mejor en la medida en que el rendimiento sobre los activos totales de la empresa sea mayor”¹⁸⁸ (Apud. Atencio, A. y Nieto, C. (2010).).

➤ Se deduce entonces que para el cierre del año 2016, último año en estudio, el Expendio de Medicinas se encuentra dentro del cuadrante **D**

¹⁸⁷ RAMIREZ S. R. (2006). *op.cit.* p. 94.

¹⁸⁸ ATENCIO, A. y NIETO, C. (2010). *op.cit.* p. 103.

respecto al posicionamiento del margen del 5% y una rotación de inventario de 15 veces, que simboliza una empresa con elevada rotación y bajo margen; como se mencionó (supra) en la Figura 7 y se observa la ubicación de la empresa en dicho cuadrante:

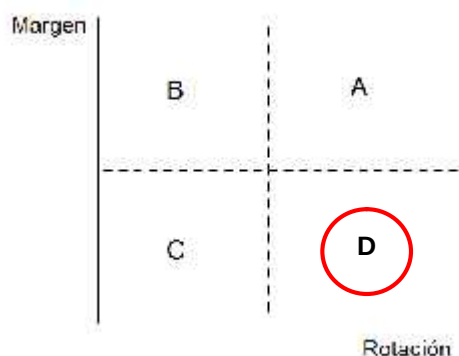


Figura 8. Posicionamiento en Margen y Rotación del Expendio de Medicinas Matalinda, C.A.

Fuente: Guerrero (2017).

Cuadro N° 6. MB, MO

MARGEN BRUTO (MB), MARGEN OPERACIONAL (MO)					
	Indicador	2013	2014	2015	2016
I	MB*	0,24	0,34	0,21	0,13
	% Margen Bruto	24%	34%	21%	13%
II	MO*	- 0,06	0,10	- 0,10	0,05
	% Margen Operacional	- 6%	10%	- 10%	5%

Fuente: Guerrero (2017).

* **MB** = Margen Bruto, **MO** = Margen Operacional.

Cálculos:

$$\text{I. Margen Bruto}_{2013} = \frac{\text{Ventas Netas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas Netas}} =$$

$$\text{Margen Bruto}_{2013} = \frac{1.448.329 - 1.105.069}{1.448.329} = 0,24 \times 100 = 24\%$$

$$\text{II. Margen Operacional}_{2013} = \frac{\text{Utilidades de Operación}}{\text{Ventas}} =$$

$$\text{Margen Operacional}_{2013} = \frac{- 82.342}{1.448.329} = - 0,06 \times 100 = 6\%$$

➤ Los cálculos realizados para el 2013 y 2014, arrojan un incremento del Margen Bruto pasando del 24 al 34%. Esto significa que para el 2013 por cada Bs. 1,00 de ventas, Bs. 0,76 se destinan para cubrir el costo de la mercancía vendida y Bs. 0,24 son destinados a cubrir los gastos operacionales y financieros de la empresa, así como a contribuir en las utilidades netas.

Así pues, para el 2014 por cada Bs. 1,00 de ventas, Bs. 0,66 se destinan para cubrir el costo de la mercancía vendida y Bs. 0,34 son destinados a cubrir los gastos operacionales y las utilidades netas. Lo contrario, ocurrió a partir del 2015, donde se observa un descenso al 21% hasta llegar al 13% para finales del 2016.

➤ El Margen Operativo en el 2013 es igual al -6%, lo que quiere decir que por cada Bolívar que vende, pierde Bs. 0,06. En cambio, en el 2014 la compañía generó una Utilidad Operacional del 10% y para el 2015 perdió un 10% producto del aumento de los gastos administrativos de ese año. A

diferencia del 2016 que cierra con un Margen Operativo del 5%, es decir, que por cada Bolívar que vende, gana Bs. 0,06.

➤ En atención a los resultados expuestos, la variación del Margen Operativo ha sido muy variable, en el que se observa un aumento progresivo de los gastos administrativos desde el 2013 pasando de Bs. 383.295 a Bs. 1.188.391 para el cierre del 2016. Sin embargo, las ventas han crecido gradualmente, logrando recuperándose aproximadamente un 50%.

Ante estas evidencias, se puede concluir que con un Margen Operativo bajo es difícil poder financiarse con un préstamo bancario, por ello debe incrementar las ventas para adquirir este tipo de compromiso financiero.

Cuadro N° 7. EBITDA

EBITDA					
	Indicador	2013	2014	2015	2016
I	EBITDA*	- 76.756	251.002	- 327.616	758.174
II	% Margen EBITDA	- 5%	11%	- 10%	5 %

Fuente: Guerrero (2017).

* **EBITDA** = Utilidad antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y Amortización.

Cálculos:

I. Cuando se realizan los cálculos de EBITDA se debe tener en cuenta el siguiente detalle acerca de los intereses, las depreciaciones y las amortizaciones existentes durante el ejercicio:

Cuadro N° 8. Gastos de Depreciación

GASTOS DE DEPRECIACIÓN			
2013	2014	2015	2016
5.586	18.203	20.950	28.689

Fuente: Guerrero (2017).

II. Cuadro N° 9. Estados de Resultados para los años 2013 - 2016

Expendio de Medicinas Matalinda, C.A.**Estado de Resultados****Al 31 de Diciembre de 2013, 2014, 2015 y 2016**

CUENTA	2013	2014	2015	2016
+ Ventas	1.448.329	2.344.568	3.412.263	14.524.292
- Costo de Ventas	(1.105.069)	(1.540.916)	(2.700.139)	(12.582.598)
= Utilidad Bruta en Ventas	343.260	803.652	712.124	1.941.694
- Gastos de Administración*	(383.295)	(552.047)	(1.043.553)	(1.188.391)
- Gastos de Ventas	(42.307)	(18.806)	(17.137)	(23.818)
+ Gastos Depreciación*	5.586	18.203	20.950	28.689
EBITDA	<u>(76.756)</u>	<u>251.002</u>	<u>(327.616)</u>	<u>758.174</u>
% Margen EBITDA	-5%	11%	-10%	5%

Fuente: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A.

Nota: * Los Gastos de Depreciación se encuentran incluidos en el monto total de los Gastos de Administración, lo que significa que estos gastos fueron descontados en cada año respectivamente. Por esta razón, para hallar el EBITDA se suma nuevamente el valor de estos Gastos de

Depreciación según se observa en detalle en el Cuadro N° 7, como se indica en el concepto “es la utilidad antes de descontar los intereses, las depreciaciones, las amortizaciones y los impuestos” (supra).

$$\text{III. \% Margen EBITDA}_{2013} = \frac{\text{EBITDA}}{\text{Ventas}} = \frac{- 76.756}{1.448.329} = - 0,05 \times 100 = - 5\%$$

➤ Se observa en el Cuadro N° 9 para el 2013 un Margen EBITDA conformado por un valor negativo del 5%. En tanto que, en el 2014 la compañía se recupera alcanzando un Margen EBITDA del 11%, lo cual significa en que porcentaje la empresa es capaz de generar ganancias sin impuestos ni deudas.

Igualmente, para el 2015 presento un descenso en el margen con un valor negativo del 10%, en razón a las perdidas obtenidas durante este ejercicio económico. Luego, en el año 2016 resulta un aumento en el Margen EBITDA del 5%, lo que representa para la compañía un porcentaje relativamente bajo como para soportar los gastos financieros por endeudamiento.

Cuadro N° 10. Índice DUPONT

ÍNDICE DE RENTABILIDAD DUPONT					
	Índice	2013	2014	2015	2016
I	Apalancamiento	- 5,78	6,94	- 6,06	3,73
II	Rendimiento de los Activos	2,52	2,65	2,54	7,74
II	Margen de Utilidad en Ventas (<i>supra</i>)	- 0,06	0,08	- 0,10	0,04
III	Índice DUPONT	81%	155%	158%	122%

Fuente: Guerrero (2017).

Cálculos:

$$\text{I. Multiplicador del Capital}_{2013} = \text{Apalancamiento Financiero} = \frac{\text{Activos}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Multiplicador del Capital}_{2013} = \frac{574.337}{-99.323} = -5,78$$

II. Para analizar la fórmula de DUPONT, se debe descomponer cada una de sus unidades para identificar el Rendimiento de los Activos y el Margen de Utilidad en Ventas:

$$\text{➤ Rendimiento de los Activos}_{2013} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}} = \frac{1.448.329}{574.337} = 2,52$$

$$\text{➤ Margen de Utilidad en Ventas}_{2013} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} = \frac{-80.786}{1.448.329} =$$

$$\text{Margen de Utilidad en Ventas}_{2013} = -0,06 \text{ (supra)}$$

III. Finalmente se aplica la fórmula del Índice de Rentabilidad DUPONT:

$$\text{DUPONT}_{2013} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}} \times \text{Multiplicador del Capital}$$

$$\text{DUPONT}_{2013} = (-0,06) \times 2,52 \times (-5,78) = 0,81 \times 100 = 81\%$$

➤ En función a los resultados obtenidos en el Rendimiento de los Activos, se plantea entonces que para el 2013 vendió un 252% de sus inventarios representado por Bs. 1.458.329 de sus ventas totales, de manera semejante ocurrió en el 2014 cuando vendió el 265% de sus inventarios, cuyo porcentaje se mantuvo de forma similar en el 2015 donde vendió el 254% frente a sus activos por Bs. 3.412.263 para luego incrementarse

significativamente en el 2016 vendiendo un 774% de sus inventarios representado por Bs. 14.526.362.

➤ Después de analizar los resultados generados a partir de estos cálculos para este indicador se observa que el Índice DUPONT en el 2013 tuvo una rentabilidad del 81% a pesar de cerrar en pérdida durante este ejercicio, de donde se puede concluir que el rendimiento más importante se debe a la eficiencia en la operación de activos como se puede verificar en el factor cuyo resultado es del 2,52 de las ventas de sus inventarios.

Posteriormente, el índice de rentabilidad aumento en el 2014 al 155% cuya eficiencia en el rendimiento de los activos también tuvo un incremento al 2,65 de las ventas de sus inventarios tomando como referencia el margen de utilidad en ventas del 8%. En el 2015 el índice DUPONT alcanzo un rendimiento del 158%, mientras que en el 2016 tuvo una tendencia a bajar con un índice de rentabilidad del 122% y un margen de utilidad en ventas del 4% después de recuperarse al año anterior cerrado en pérdida.

A lo largo de los planteamientos realizados, se puede deducir que en promedio durante estos cuatro años la rentabilidad de la compañía es de tipo media a causa de los precios bajos producto del control de precios, el desabastecimiento y el porcentaje máximo de ganancia impuesto por medio de la Ley Orgánica de Precios Justos. En tanto que, el comportamiento vario de un año a otro de forma significativa, iniciando con un rendimiento para el primer año por debajo del 100%, seguido de un índice de rentabilidad mayor al 50% entre el 2014 y el 2015 a pesar de las pérdidas presentes en el ejercicio para este último, finalmente mantuvo su rendimiento al cierre del 2016 aunque medianamente bajo del 122% de su rentabilidad.

Con estos hallazgos encontrados a través de los cálculos de rentabilidad, además de lo preguntado anteriormente por medio del Guion de Entrevista, se desarrollara un diagnóstico para emitir una conclusión con respecto a la incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. el cual se verá en el siguiente Capítulo.

CAPITULO III

INCIDENCIA DEL CONTROL DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS EN LA RENTABILIDAD DEL SECTOR FARMACÉUTICO EN EL MUNICIPIO CRISTÓBAL ROJAS DEL ESTADO MIRANDA. CASO DE ESTUDIO: EXPENDIO DE MEDICINAS MATALINDA, C.A. PERIODO 2013-2016

Las organizaciones son sensibles a los desequilibrios financieros imprevistos, como resultado de políticas poco productivas o por fallas en el desempeño administrativo, productivo o financiero. Por lo tanto, todas las empresas deben conocer su situación económica-financiera para determinar cuáles son las dificultades existentes y los factores que los originan. Es por ello, que deben establecer herramientas adecuadas que permitan detectar los errores, corregirlos y lograr estrategias más eficientes.¹⁸⁹

En torno a esta situación, se menciona el trabajo de grado realizado por González M.¹⁹⁰ en el año 2014, bajo el título de “*Morosidad en la Liquidez y Rentabilidad del Instituto Autónomo para el Desarrollo de la Economía Social (FUNDESTA)*”, para obtener el título de Maestría en Gerencia de Empresas Mención Finanzas en la Universidad Nacional Experimental del Táchira (UNET) con la finalidad de determinar la incidencia de las cuentas por cobrar en la liquidez y la rentabilidad de dicho organismo a través de los Índices Financieros ROA, ROE y flujo de caja libre.

Esta investigación se realizó mediante una metodología de tipo descriptiva y correlacional, dentro de un estudio cualitativo y documental,

¹⁸⁹ NAVA, Marbelis A. (2009). *loc.cit.*

¹⁹⁰ GONZÁLEZ, María E. (2014). *Morosidad en la Liquidez y Rentabilidad del Instituto Autonomo para el Desarrollo de la Economía Social (FUNDESTA)*. Trabajo de grado de maestria (o especialización) no publicada. Universidad Nacional Experimental del Tachira, Tachira, Venezuela

junto con la aplicación de un muestreo intencional o de conveniencia, para lo cual concluyo: “el índice de morosidad se mantuvo en ascenso, derivado del incremento de la cartera de créditos en función a los ingresos”. Por su parte, la liquidez reflejo un índice favorable, para determinar que sus activos corrientes cubren el monto de sus pasivos en el corto plazo y finalmente, la rentabilidad ROA Y ROE demuestran que la mayor utilidad se derivó del patrimonio total generada por los activos totales pero su relación con respecto a la morosidad y el flujo de caja libre resultaron negativas debido a las decisiones deficientes realizadas durante los varios años.

En consecuencia, los resultados permitieron proponer estrategias para administrar de forma más eficiente las cuentas por cobrar e incrementar el capital de trabajo con la finalidad de mantenerse operando en el tiempo mediante el cumplimiento del objetivo financiero. Por esta razón, el aporte de este trabajo para la investigación consiste en la repercusión que tiene él realizar análisis financieros junto con los índices que más interesen a la empresa en un determinado momento, que en este caso son los Indicadores de rentabilidad para que faciliten información financiera oportuna y donde se pueda observar las diferentes variables durante un periodo de tiempo para llegar a una conclusión que permita emitir estrategias para gestionar el ámbito administrativo y productivo de la compañía.

En concordancia con lo descrito, el análisis financiero constituye un mecanismo efectivo y práctico para valorar el desempeño económico y financiero de una compañía que sirve para comparar sus resultados de un periodo a otro, tal como se hizo con el Expendio de Medicinas Matalinda, C.A.

ANÁLISIS DE LOS HALLAZGOS ENCONTRADOS EN LOS ÍNDICES DE RENTABILIDAD

Es así que, después de realizar los cálculos de rentabilidad en el Capítulo II se deben interpretar todos los resultados para facilitar el proceso en la toma de decisiones de inversión, los financiamientos y los programas de gestión. Así como, el de identificar las posibles debilidades, ya que esto aportara la información necesaria para conocer la conducta operativa de la empresa y su situación financiera.¹⁹¹ Tal como se muestra a continuación en el Cuadro N° 11 mediante un resumen de los Índices de Rentabilidad calculados durante el periodo 2013 – 2016:

¹⁹¹ NAVA, Marbelis A. (2009). *ibid.*

Cuadro N° 11. Resumen de los Índices de Rentabilidad

RESUMEN DE LOS ÍNDICES DE RENTABILIDAD EXPENDIO DE MEDICINAS MATALINDA, C.A.				
Indicador	2013	2014	2015	2016
ROA	- 29%	53%	- 52%	78%
ROI	N/A	N/A	N/A	N/A
ROE	- 163%	311%	- 315%	245%
MUN	- 6%	8%	10%	4%
RAT	5	5	5	15
MB	24%	34%	21%	13%
MO	- 6%	10%	- 10%	5%
EBITDA	- 76.756	251.002	- 327.616	758.174
% Margen EBITDA	- 5%	11%	- 10%	5 %
Apalancamiento	- 5,78	6,94	- 6,06	3,73
Rendimiento de los Activos	2,52	2,65	2,54	7,74
Índice DUPONT	81%	155%	158%	122%

Fuente: Guerrero (2017).

Atendiendo los resultados que se muestran en el Cuadro N° 10, emito brevemente las siguientes conclusiones:

De forma general, durante el periodo del 2014 fue un año relativamente bueno, después de atravesar una etapa de fluctuaciones entre pérdidas y ganancias y obviando los años 2013 y 2015 que cerraron en desventaja para la compañía, para el año 2014 por cada bolívar que invirtió en los activos totales obtuvo un 53% de Rentabilidad Económica (ROA), que por otra parte se incrementó en el 2016 invirtiendo más en los activos totales para ganar un 78% de rentabilidad. Es decir, que mientras más invierta en sus activos, mayor será el ROA.

Resulta oportuno mencionar, que el rendimiento sobre la inversión (ROI), no se puede ejecutar porque la compañía no posee los ingresos necesarios para costear los gastos para capacitación del personal como cursos para auxiliar de farmacia u atención al cliente. Tampoco, puede invertir en campañas publicitarias por su elevado costo en la actualidad. Con respecto a los ingresos se puede ver en el Margen de Utilidad en Ventas, donde los ejercicios que cerraron en pérdida sus gastos superaron a los ingresos por ventas y que al final del 2016 solo equivale al 4% de utilidad sobre los costos y gastos.

Tal como se ha visto, la Rentabilidad Financiera (ROE) fue muy negativa para los accionistas durante el 2013 y 2015 porque el capital invertido no fue rentable. Lo contrario sucedió en el 2014 cuando triplico la rentabilidad al 311%, lo cual significó un año positivo para los socios del Expendio de Medicinas. Después, durante el 2016 se duplicó al 245% de Rentabilidad Financiera obtenida sobre los capitales propios invertidos.

A los efectos del Margen de Utilidad Neta (MUN), aunque comenzó en el 2014 perdiendo por cada bolívar vendido Bs. 0,06 céntimos de las utilidades netas pero que en el 2014 ganó por cada bolívar vendido Bs. 0,10 céntimos de las utilidades netas para los accionistas, que posteriormente

aunque mucho más bajo en el 2016 gana solo Bs. 0,05 céntimos por cada bolívar vendido.

En relación con la Rotación de Activo Total (RAT), durante el periodo del 2013 al 2015 los activos rotaron 5 veces por cada año, es decir, cada 72 días y que representa un espacio de tiempo muy prolongado. Sin embargo, en el 2016 se observó un incremento en la rotación de 15 veces lo que se refiere a que los activos rotaron cada 24 días porque la compañía utilizó todos los activos para generar la venta de todos los productos y si se determinan a detalle los Estados Financieros se puede observar un incremento tanto en el Activo Total que se ubicó en Bs. 574.337 para llegar en el 2016 a Bs. 1.876.213, así como en las Ventas Netas se ubicó en Bs. 1.448.329 hasta llegar a Bs. 14.524.292.

Como se puede apreciar en el Margen Bruto (MB), el 2014 fue el año con mayor porcentaje, es decir, que por cada Bs. 1,00 de ventas, Bs. 0,66 se destinaron para cubrir el costo de la mercancía vendida y Bs. 0,34 fueron enviados para cubrir los gastos operacionales y las utilidades netas. Contrariamente, en el 2016 fue mucho mayor la cantidad de Bs. que se usaron cancelar los costos porque por cada Bs. 1,00 de ventas, Bs. 0,87 se destinaron para cubrir los costos de la mercancía vendida y Bs. 0,13 fueron son designados para cubrir los gastos operacionales y las utilidades netas.

En lo que respecta al Margen Operativo (MO), en el 2014 el Expendio de Medicinas por cada Bolívar que vende, gana Bs. 0,10 y para el 2016 gana Bs. 0,05; aunque las expectativas fueron buenas para este año el costo de ventas que totalizo Bs. 12.582.598 fue elevado esto debido al alto costo de adquisición de la mercancía. En cambio, para ambos ejercicios en pérdida los gastos de administración fueron superiores a la Utilidad Bruta en Ventas y por ende, perdió por cada Bolívar que vendió entre Bs. 0,06 y 0,10.

Según se ha visto, el EBITDA para el 2013 y el 2015 no fue capaz de generar ganancias antes de los intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones. Pero en el 2014, el Margen EBITDA fue del 11% lo que equivale a Bs. 251.002 para generar ganancias antes de los impuestos, así mismo en el 2016 el Margen EBITDA descendió al 5% y para lo cual no es lo suficientemente alto como para soportar los gastos financieros de un préstamo bancario.

En tanto que, el Rendimiento de los Activos proyectó un porcentaje similar durante tres años, que luego durante el 2016 vendió un 774% de sus inventarios representado por Bs. 14.526.362 de sus ventas totales. Esto trae consigo el Índice DUPONT donde se puede observar que aumento del 81% al 158% desde el 2013 al 2014 de las ventas de sus inventarios debido a la eficiencia en la operación de activos. Por su parte, en el 2016 tendió a bajar con un índice de rentabilidad del 122%.

Hechas las consideraciones anteriores, según mi juicio durante el año 2015, fecha en que se realizó este decreto de Ley Orgánica de Precios Justos, el Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. cerro en pérdidas lo que ocasiono que la continuidad de esta Ley repercutió en el año siguiente, cuya incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del sector farmacéutico se vio afectada a causa de los precios bajos que vienen marcados y no pueden venderse por encima de su precio estipulado o por no ganar un margen mayor al 30%, para lo cual la incidencia recae:

- En los accionistas de la empresa, porque no generan utilidades suficientes, a su vez, el índice de rentabilidad tiende a bajar debido al costo de venta y los gastos administrativos.

- En los trabajadores, porque si la empresa no posee los ingresos necesarios, no puede cancelar bonos (por asistencia perfecta o margen de ventas) y en desempleo en caso de quiebre del negocio.
- En la reinversión, porque si no retorna la inversión en un corto o mediano plazo, los accionistas pierden el interés en el negocio y sería una opción no viable debido a la elevada tasa de inflación presente en el país, donde el dinero invertido no servirá para reinvertirlo nuevamente.
- En la permanencia en el tiempo, porque de acuerdo a las utilidades que genere y la operatividad de la empresa, dependerá sobrevivencia de la misma.

PROPUESTAS FINANCIERAS PARA EL SECTOR FARMACÉUTICO

Después de analizar los estados financieros del Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. mediante los Indicadores Financieros se puede realizar una serie de propuestas que contribuyan a elevar el nivel de rentabilidad de la compañía.

Aunque, la empresa se encuentra subordinada por una serie de leyes y normas legales, se pueden emplear ciertas estrategias sin dejar de lado los ordenamientos jurídicos venezolanos como pueden ser¹⁹²:

1. Reducir los costos de los productos o servicios vendidos:

Buscar un equilibrio en el cual se puedan aumentar las ganancias sin sacrificar la cantidad de ventas debido a insatisfacción de los clientes. Es por ello, que se debe tomar como referencia el precio de mercado para conocer cuáles son los rangos en los que se puede ubicar para ofertar un producto y hacerlo atractivo para el cliente en especial para aquellos que no se encuentren sometidos a regulaciones de precios [palabras propias agregadas].

2. Aumentar las re-compras del producto:

Es importante enfocarse en ofrecer un producto o servicio de mejor calidad a los clientes que les aporten un valor agregado. Por esto, para mejorar la rentabilidad de la empresa hay que concentrarse en ofrecer servicios de calidad que ayuden realmente a los clientes.

Es así, como cada cliente actual con el que cuenta la empresa y que realiza una re-compra tiene un costo mucho menor y ofrece más ganancias, por lo tanto es más rentable que buscar nuevos clientes.

Además, si se considera que una persona para repetir una compra es porque está satisfecho con la empresa entonces esta persona puede en un futuro cercano ser un referenciador y promotor de la marca, lo cual conviene para la compañía ya que estaría obteniendo nuevos clientes con un costo menor que si los encontrara por sus propios medios [palabras propias agregadas].

¹⁹² CASTRO, Julio. (2015). 6 consejos para aumentar la rentabilidad de tu empresa. [blog en línea], fecha de la consulta: 25 de julio de 2017. Disponible en: <http://blog.corponet.com.mx/6-consejos-para-aumentar-la-rentabilidad-de-tu-empresa>

Dada las condiciones que anteceden, es necesario realizar mejoras y recomendar técnicas o herramientas para optimizar el futuro inmediato del negocio farmacéutico:

3. Llevar un control adecuado de los gastos:

Para este propósito es de gran utilidad elaborar un estado de flujo de efectivo mensual en el cual se puede analizar en qué rubros se gasta más y en cuáles se pueden realizar ajustes que permitan ser más eficientes.

De igual manera, es recomendable implementar la práctica de elaborar presupuestos con lo cual se estará monitoreando de manera periódica los gastos y comprobando si se está siguiendo la política definida para cada uno de los gerentes.

4. Gestionar de manera eficiente el inventario:

La gestión de los inventarios está compuesta por el control y la planificación de los mismos, en términos generales se trata de entender tres factores importantes:

- ¿Con qué frecuencia debe ser determinado el nivel de inventarios para cada artículo?
- ¿Cuándo debe colocarse un pedido al proveedor?
- ¿Cuál es la cantidad óptima a ordenar?

El seguimiento y control de inventarios es una actividad medular en la empresa ya que al tener una visibilidad confiable del mismo se puede tomar mejores decisiones. Además, de reducir costos al no cargar con excesos o faltantes de mercancía y por lo tanto, ofrecer un mejor servicio al cliente.

CONCLUSIONES

El Expendio de Medicinas Matalinda se ve afectado por la Ley de precios Justos en lo que respecta a la venta de productos y artículos médico-farmacéuticos y perfumería en general, por una parte porque los precios vienen marcados en dichos productos y a su vez, por la fijación del Margen Máximo de Ganancia el cual no debe ser superior al 30%, lo que significa que los artículos adquiridos no se pueden vender a un precio diferente al que viene señalado, tampoco se puede disponer sobre dichos artículos una ganancia superior a la exigida por dicha Ley, esto ignorando los costos de adquisición de la mercancía.

Aunque, mantener precios fijos y posteriormente bajos para el cliente puede significar algo bueno para su bolsillo, por el contrario para la empresa resulta un factor determinante para alcanzar sus beneficios, lo que puede impactar negativamente en la rentabilidad. En tanto que, disminuyen los despachos de mercancía por parte de los laboratorios que también están sujetos a esta Ley porque la materia prima es muy elevada como para producir los medicamentos que deben venderse a bajo costo.

Por tal motivo, los empresarios pierden el interés por invertir porque probablemente la rentabilidad puede ser muy baja como para cubrir todos los gastos y el tiempo de retorno de inversión puede ser muy prolongado, lo que puede provocar el cierre de negocios, baja producción, pocos inventarios, escasez de medicamentos, aumento del mercado negro, desaparece la competencia, aumenta el desempleo y se desvía la atención a solo unos pocos negocios que cuenten con la autorización por parte de los entes competentes para distribuir los medicamentos e insumos de salud, que al mismo tiempo significa para los consumidores una disminución de sus oportunidades.

Según los planteamientos realizados, se puede deducir que en promedio durante estos cuatro años la rentabilidad de la compañía es de tipo media a causa de los precios bajos producto del control de precios, el desabastecimiento y el porcentaje máximo de ganancia impuesto por medio de la Ley Orgánica de Precios Justos.

En tanto que, el comportamiento vario de un año a otro de forma significativa, iniciando con un rendimiento para el primer año por debajo del 100%, seguido de un índice de rentabilidad mayor al 50% entre el 2014 y el 2015 a pesar de las pérdidas presentes en el ejercicio para este último, finalmente mantuvo su rendimiento al cierre del 2016 aunque medianamente bajo del 122% de su rentabilidad.

Durante el año 2015, el Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. cerro en pérdidas debido a continuidad de la Ley el cual repercutió en el año siguiente, cuya incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del sector farmacéutico se vio afectada a causa de precios bajos marcados según la Ley que no pueden venderse por encima de su precio estipulado ni ganar un margen mayo al 30%.

Por lo tanto, la incidencia recae en los accionistas de la empresa porque no generan utilidades ni obtiene un alto porcentaje de rentabilidad porque los demás recursos siguen en aumento como el costo de venta y los gastos administrativos, los cuales no se pueden compensar con los ingresos generados en el año. En los trabajadores porque la empresa no posee las entradas necesarias para emplear más personal o para cancelar algún tipo de bono.

También, incide en la reinversión porque si no retorna la misma en un corto o mediano plazo, los accionistas pierden el interés en el negocio y sería una opción para un posible cierre del negocio porque no cuentan con la

opción de reinvertir el dinero nuevamente. En la permanencia en el tiempo porque de acuerdo a las utilidades que genere y la operatividad de la empresa, dependerá sobrevivencia de la misma.

RECOMENDACIONES

- Propongo realizar trimestralmente un análisis mediante Indicadores Financieros por parte de la Administración de la empresa para que puedan conocer la rentabilidad del negocio.
- Sugerir al contador de la empresa realizar mensualmente un análisis general de los Estados Financieros con el fin de revelar información oportuna acerca de la situación en que se encuentra la compañía
- Crear estrategias para aumentar el nivel de ventas como por ejemplo atraer a los consumidores mediante la realización de campañas, ofertas y promociones a través de jornadas de salud y vacunación¹⁹³.
- Apoyarse en el potencial de los empleados, mediante un plan de formación anual, la asignación de tareas y responsabilidades y una evaluación continua del desempeño de mismos¹⁹⁴.
- Utilizar las redes sociales como medio publicitario para dar a conocer la ubicación de la farmacia y los servicios que ofrece como son: facebook, instagram, twitter u otros medios a través de internet que pueden ser gratuitos.
- Implementar la herramienta del Marketing en función de mejorar la fachada del local, ya que la imagen que damos al cliente es un factor determinante de atracción. También, la forma en que se realiza la exposición de los productos, el mobiliario y el interior de la farmacia brindan exclusividad al local. Sin olvidar, las zonas como el área de

¹⁹³ SPIN-PHARMA.COM. (2017). ¿Cómo hago para que mi farmacia aumente su rentabilidad?. [página en línea], fecha de la consulta: 25 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.spin-pharma.com/ver/3045/como-hago-para-que-mi-farmacia-aumente-su-rentabilidad.html>

¹⁹⁴ SPIN-PHARMA.COM. (2017). *loc.cit.*

administración y depósito para almacenar la mercancía adecuadamente¹⁹⁵.

¹⁹⁵ SANCHEZ-APARICIO, Jesús. (2009). Mejorar la rentabilidad e imagen de la farmacia. [página en línea], fecha de la consulta: 25 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.granadafarmaceutica.com/pdf/Marketing.pdf>

REFERENCIAS

ULTIMAS NOTICIAS. (2016). Equilibrio del mercado. Diccionario electrónico El ABC de la economía. [diccionario en línea], fecha de la consulta: 01 de septiembre de 2016, Disponible en: [http://www.elmundo.com.ve/diccionario/equilibrio-de-mercado-\(1\).aspx](http://www.elmundo.com.ve/diccionario/equilibrio-de-mercado-(1).aspx)

BBC MUNDO. (2013). ¿Cuándo es buena idea imponer controles a las ganancias?. Sección electrónica Noticias. [página en línea], fecha de la consulta: 01 de septiembre de 2016, Disponible en: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/12/131121_por_que_control_ganancias_lf#orb-banner

VALÍN, J. (2013). Apuntes sobre el control de precios. Blog electrónico: Jorge valin.wordpress.com. [blog en línea], fecha de la consulta: 01 de septiembre de 2016, Disponible en: <https://jorgevalin.wordpress.com/2013/02/06/apuntes-sobre-el-control-de-precios/>

ROSÚA, M. (2014). El control de precios puede provocar escasez y desabastecimiento. Sección Opinión. [página en línea], fecha de la consulta: 01 de septiembre de 2016, Disponible en: <http://www.politicaplus.com/?q=read&id=3488#.VIYdE9Ivet8>

SÁNCHEZ, J. (2002). Análisis de rentabilidad de la empresa. Sección electrónica Análisis Contable. p. 2. [página en línea], fecha de la consulta: 21 de octubre de 2016, Disponible en: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisr.pdf>

BARAJAS, S. (2013). ¿Sabe qué tan rentable es su empresa?. Revista electrónica Forbes.com.mx. [revista en línea], fecha de la consulta: 21 de

octubre de 2016. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/sabe-que-tan-rentable-es-su-empresa/>

MATA, J. (2011). 15 variables que impactan en la rentabilidad. Blog electrónico Neotegia.blogspot.com. [blog en línea], fecha de la consulta: 21 de octubre de 2016. Disponible en: <http://neotegia.blogspot.com/2011/04/15-variables-que-impactan-en-la.html>

BOTERO, M. A. (2010). ¿Qué se necesita para que una empresa alcance la rentabilidad deseada por los dueños, sobre su patrimonio invertido en ella?. Sección electrónica Finanzas. [página en línea], fecha de la consulta: 21 de octubre de 2016. Disponible en: <https://www.gerencie.com/que-se-necesita-para-que-una-empresa-alcance-la-rentabilidad-deseada-por-los-duenos-sobre-su-patrimonio-invertido-en-ella.html>

ARGENTINA. MINISTERIO DE PRODUCCIÓN. Renovación de precios cuidados (2017). [base de datos en línea], fecha de la consulta: 22 de junio de 2017. Disponible en: <http://precioscuidados.gob.ar/>

ECONOMÍAHOY.MX (2013). Conoce los países de América Latina que tienen acuerdos de precios como el de Argentina. Sección electrónica El Economista América. [página en línea], fecha de la consulta: 24 de octubre de 2016, Disponible en: <http://www.economiahoy.mx/economia-eAm-colombia/noticias/5412363/12/13/Conoce-los-paises-de-America-Latina-que-tienen-acuerdos-de-precios-como-el-de-Argentina.html>

REYNOLDS M. (2012). El control de precios y sus consecuencias en el mercado. Sección electrónica Economía. [página en línea], fecha de la consulta: 24 de octubre de 2016. Disponible en: http://impresa.prensa.com/economia/control-precios-consecuencias-mercado_0_3522397729.html

VENEZUELA. SUPERINTENDENCIA DE PRECIOS JUSTOS. (SUNDEE). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 40787 de fecha 12 de Noviembre de 2015. Artículo 27. Sección electrónica Descargas: Gacetas Oficiales. [página en línea], fecha de la consulta: 24 de octubre de 2016, Disponible en: <http://www.superintendenciadepreciosjustos.gob.ve/sites/default/files/Gaceta%20Extraordinaria%206202%20%28Parte%202%29.pdf>

RODRÍGUEZ, C. M. (2015). Expertos afirman que Ley de Precios Justos acentuará la crisis económica. Sección electrónica Finanzasdigital.com. [página en línea], fecha de la consulta: 24 de octubre de 2016, Disponible en: <http://www.finanzasdigital.com/2015/11/expertos-afirman-que-ley-de-precios-justos-acentuara-la-crisis-economica/#share>

NOTICIERO VENEVISIÓN. (2015). Conindustria afirmó que los controles de precio no han funcionado en ninguna economía del mundo. Sección electrónica Economía [página en línea], fecha de la consulta: 24 de octubre de 2016, Disponible en: <http://www.noticieroenevision.net/economia/2015/noviembre/9/140585=conindustria-indico-que-los-controles-de-precio-no-han-han-funcionado-en-ninguna-economia-del-mundo>

PÉREZ D. y PÉREZ I. (2006). El Precio. Tipos y Estrategias de Fijación. Edición 2006. Editorial Escuela de Organización Industrial EOI, Madrid. p. 43. [publicación en línea], fecha de la consulta: 24 de octubre de 2016, Disponible en: <http://www.eoi.es/savia/documento/eoi-45110/el-precio-tipos-y-estrategias-de-fijacion>

VERGES, J. (2011). Análisis del funcionamiento económico de las empresas. Medida de la eficiencia: de la rentabilidad a la productividad. Quinta edición. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona. p. 3. [libro en línea], fecha de la consulta: 24 de octubre de 2016. Disponible en: <http://gent.uab.cat/jverg>

es/sites/gent.uab.cat.jverges/files/ Analisis%20del%20funcionamiento%20econ%C3%B3mico%20de%20las%20empresas%201a.pdf

MARTIN, F. (2002). Diccionario de contabilidad y finanzas. Madrid. Editorial Cultural, S.A. p. 203.

MONTOYA, J. D. (2013). Sistema económico. [página en línea], fecha de la consulta: 26 de octubre de 2016. Disponible en: <http://www.actividadeseconomicas.org/2013/04/sistema-economico.html>

CARROCCIO, V. (2014). Efectos de la Ley Orgánica de Precios Justos en las tiendas de conveniencia del Estado Carabobo. Caso de estudio: Tiendas Farmatodo del Municipio Valencia. Trabajo de grado. Universidad de Carabobo, Venezuela. p. V [publicación en línea], fecha de la consulta: 25 de junio de 2017. Disponible en: <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/3550/12447.pdf?sequence=4>

MOCHÓN, F. (2009). Economía, teoría y política. Sexta edición. Editorial McGraw Hill, Madrid, p. 46. [libro en línea], fecha de la consulta: 25 de junio de 2017. Disponible en: http://www.academia.edu/11276488/Econom%C3%ADa_Teor%C3%ADa_y_Pol%C3%ADtica_-_Francisco_Moch%C3%B3n

ROSA I. M., RONDÁN F. J. y DÍEZ E. C. (2013). Gestión de precios. Sexta edición. ESIC Editorial. p. 43-44. [libro en línea], fecha de la consulta: 25 de junio de 2017. Disponible en: http://sgfm.elcorteingles.es/SGFM/dctm/MEDIA01/201305/16/00106524425326_2_.pdf

TORO, J. (1993). Fundamentos de teoría económica. Un análisis de la política económica venezolana. LA OFERTA Y LA DEMANDA. (pp. 213-215). Caracas. Editorial Panapo, C.A.

AQUINO, R. (2008). Teoría de la oferta y la demanda. [página en línea], fecha de la consulta: 25 de junio de 2017. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-oferta-y-la-demanda/>

GERENCIE.COM. (2008). El control de precios y su efecto en la oferta y demanda de los bienes y servicios. Sección electrónica Finanzas [página en línea], fecha de la consulta: 30 de junio de 2017. Disponible en: <https://www.gerencie.com/el-control-de-precios-y-su-efecto-en-la-oferta-y-demanda-de-los-bienes-y-servicios.html>

BITTAN, M. (2017). Control de precios: escasez y desinversión. Artículo electrónico [elmundo.com.ve](http://www.elmundo.com.ve). [artículo en línea], fecha de la consulta: 30 de junio de 2017. Disponible en: <http://www.elmundo.com.ve/Firmas/Moises-Bittan/Control-de-precios--escasez-y-desinversion.aspx#ixzz4m5DHdn36>

ROVIRA J., GÓMEZ P. Y DEL LLANO J. (2012). La regulación del precio de los medicamentos en base al valor. p. 12. [publicación en línea], fecha de la consulta: 30 de junio de 2017. Disponible en: http://www.fgcasal.org/publicaciones/Lilly_FGC-Libro_La_Regulacion_del_preco_medicamentos.pdf

SÁNCHEZ-COVISA, J. (2011). 40 siglos de control de precios. Tercera edición. Ediciones Consecomercio, Venezuela, pp. 17-18. [libro en línea], fecha de la consulta: 04 de julio de 2017. Disponible en: <http://cedice.org.ve/wp-content/uploads/2014/07/Control-de-precios.pdf>

HERNÁNDEZ, G. (2014). El control de precios y sus efectos. [página en línea], fecha de la consulta: 04 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.elmundo.com.ve/firmas/giotto-jesus-hernandez/el-control-de-precios-y-susefectos--1.aspx>

CHELMINSKY, V. (2006). Los controles de precios, buenas intenciones y trágicos resultados. Segunda edición. Editorial Cedice Libertad, Venezuela, pp. 142-195. [libro en línea], fecha de la consulta: 03 de julio de 2017. Disponible en: <http://cedice.org.ve/wp-content/uploads/2013/06/Los-Controles-de-Precios.-Vladimir-Chelminski.pdf>

PADILLA, D. (2008). Indepabis: nuevo instituto de protección al consumidor en Venezuela. Sección electrónica Legal. [página en línea], fecha de la consulta: 03 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.venelogia.com/archivos/2531/>

SIVIRA, R. (2016). Ningún sector ha sido beneficiado en 13 años de control de precios. Sección Noticias Economía. [página en línea], fecha de la consulta: 03 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.elimpulso.com/noticias/economia/ningun-sector-ha-sido-beneficiado-en-13-anos-de-control-de-precios>

LUCENA, A. (2015). Sundde cumple su primer aniversario dando ¡al pueblo lo que es del pueblo! Sección. [página en línea], fecha de la consulta: 03 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.radiomundial.com.ve/article/sundde-cumple-su-primer-aniversario-dando-%C2%A1al-pueblo-lo-que-es-del-pueblo>

NOTITOTAL (2017). ¡Aquí están! Estos son algunos de los productos que tendrán precios fijos, según Maduro. [página en línea], fecha de la consulta: 13 de Septiembre de 2017. Disponible en: <http://notitotal.com/2017/09/08/algunos-productos-que-tendran-precios-fijos-maduro/>

VENEZUELA. MINISTERIO PÚBLICO (MP). Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial N° 5.908E, de fecha 20 de

diciembre de 1999. Artículo 112. Sección Información: Legislación [página en línea], fecha de la consulta: 05 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.mp.gob.ve/LEYES/constitucion/constitucion1.html>

GONZÁLEZ, J. (2017). Funciones económica del estado. Artículo electrónico [elmundo.com.ve](http://www.elmundo.com.ve). [artículo en línea], fecha de la consulta: 05 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.elmundo.com.ve/firmas/jesus-alexis-gonzalez--1-/funciones-economicas-del-estado.aspx>

HURTADO, A. J. (2016). Estabilidad de precios. Sección Opinión. [página en línea], fecha de la consulta: 06 de julio de 2017. Disponible en: http://www.eluniversal.com/noticias/opinion/estabilidad-precios_4344

VENEZUELA. SUPERINTENDENCIA NACIONAL PARA LA DEFENSA DE LOS DERECHOS SOCIOECONÓMICOS. (SUNDDE). Providencia Administrativa mediante la cual se regulan las modalidades para la determinación, fijación y marcaje de precios en todo el territorio nacional. Providencia Administrativa N° 070/2015, de fecha 27 de octubre de 2015. Numeral cuarto, artículo 2. Sección Descargas: Leyes y providencias. [base de datos en línea], fecha de la consulta: 08 de julio de 2017. Disponible en: <http://sundde.gob.ve/wp-content/uploads/2016/11/PROVIDENCIA-070-2015.pdf>

VASALLO C., SELLANES M. y FREYLEJER V. (2003). Apunte de economía de la salud. p. 2. [página en línea], fecha de la consulta: 08 de julio de 2017. Disponible en: http://www.hospitalelcruce.org/hecrep/pdf/12_economiasalud.pdf

RODRÍGUEZ C. (2016). Precios en la industria farmacéutica en América Latina: la tormenta perfecta está aquí. Sección Ventas y marketing. [página

en línea], fecha de la consulta: 08 de julio de 2017. Disponible en: <http://es.eyeforpharma.com/ventas-y-marketing/precios-en-la-industria-farmaceutica-en-america-latina-la-tormenta-perfecta-esta>

VENEZUELA. MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA SALUD. Normas Sanitarias Complementarias para la Regulación de la Prescripción y Dispensación de Medicamentos. Resolución N° 031. Gaceta Oficial N° 40.136, de fecha 26 de Marzo de 2013. Artículo 1. Sección Marco jurídico: Leyes. [base de datos en línea], fecha de la consulta: 08 de julio de 2017. Disponible en: http://www.fames.gob.ve/index.php?option=com_content&vi

VENEZUELA. Ley de Medicamentos. Gaceta Oficial N° 37.006, de fecha 3 de agosto de 2000. artículo 1. Sección Recursos: Leyes y reglamentos. [base de datos en línea], fecha de la consulta: 08 de julio de 2017. Disponible en: http://www.fefarven.org.ve/portal/images/files/ley_medicamentos.pdf

CAMPAÑA FARMAMUNDI. (2017). La Campaña: Esenciales para la vida. Sección Presentación. [blog en línea], fecha de la consulta: 08 de julio de 2017. Disponible en: <http://esencialesparalavida.org/presentacion/la-campana/>

GONZÁLEZ, E. (2017). ¿Control de precios sobre el sector salud?. Sección Opinión: Salud. [página en línea], fecha de la consulta: 08 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.bancaynegocios.com/control-de-precios-sobre-el-sector-salud/>

CÁMARA DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA. (CIFAR). Sección Gacetas. [página en línea], fecha de la consulta: 10 de julio de 2017. Disponible en: http://cifar.org.ve/old/info_interes/gacetas.htm

Lohman D. (2015). La crisis del sistema de salud de Venezuela. Sección Salud: Acceso al cuidado de salud. Sección Opinión: Salud. [página en línea], fecha de la consulta: 10 de julio de 2017. Disponible en: <https://www.hrw.org/es/news/2015/04/29/la-crisis-del-sistema-de-salud-de-venezuela>

EL ESTÍMULO. (2016). Infografía: las cifras de la crisis de salud venezolana. Sección Hospitales, Luis Almagro, salud. [página en línea], fecha de la consulta: 08 de julio de 2017. Disponible en: <http://elestimulo.com/blog/infografia-las-cifras-de-la-crisis-de-salud-venezolana/>

RODRÍGUEZ, M. (2016). Compañías farmacéuticas internacionales se retiran de Venezuela. Sección electrónica: Opinión. [página en línea], fecha de la consulta: 14 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.arsenalterapeutico.com/2016/03/11/companias-farmaceuticas-internacionales-se-retiran-de-venezuela/>

ARIAS, F. G. (1999). El proyecto de investigación: guía para su elaboración. Tercera edición. Caracas. Editorial Episteme. p. 19.

HERNÁNDEZ R., FERNÁNDEZ C. y BAPTISTA P. (1997). Metodología de la investigación. Colombia. Editorial McGraw – Hill Interamericana de México, S.A. p. 71.

GÓMEZ, M. M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Primera edición. Editorial Brujas, Córdoba, pp. 60 [libro en línea], fecha de la consulta: 14 de julio de 2017. Disponible en: https://books.google.co.ve/books?id=9UDXP4U7aMC&pg=PA121&lpg=PA121&dq=enfoque+cuantitativo&source=bl&ots=b8jJHUoNCS&sig=Kpyzmm5NuA_KnJWv8U95WRBQuZo&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjNooyXpqXW

AhUCNSYKHaeiBj44ChDoAQhWMAk#v=onepage&q=enfoque%20cuantitativo&f=false

LÓPEZ, R. (2006). Cálculo de probabilidades e inferencia estadística con tópicos de econometría. Cuarta edición. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas. [libro en línea], fecha de la consulta: 14 de julio de 2017. Disponible en: <https://books.google.co.ve/books?id=qWwR4jP8LlgC&pg=PA190&lpg=PA190&dq=definicion+de+poblacion+finita&source=bl&ot=5Qxsm7zFRq&sig=FtUIOudt72Gh1rotfBalyDwZL4&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwi-rqW7y6XWAhWCdSYKHR7iB9k4FBDoAQhUMAg#v=onepage&q=definicion%20de%20poblacion%20finita&f=false>

FREUND, J. y SIMÓN G. (1994). Estadística Elemental. Octava edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A., México, p. 243. [libro en línea], fecha de la consulta: 14 de julio de 2017. Disponible en: https://books.google.co.ve/books?id=iBJstvkWFrYC&pg=PA247&lpg=PA247&dq=que+es+poblaci%C3%B3n+finita&source=bl&ots=5PmBXVGDsW&sig=S_KrJ6yGZMOOE2sDdYy4Dh3g&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj59mf9KrWAhUD4yYmXXKHcv0Bbs4MhDoAQhfMAg#v=onepage&q=que%20es%20poblaci%C3%B3n%20finita&f=false

CANTONI, N. M. (2009). Técnicas de muestreo y determinación del tamaño de la muestra en investigación cuantitativa. Revista electrónica SAI.com.ar. Volumen 7, Nº 2. [libro en línea], fecha de la consulta: 15 de julio de 2017. Disponible en: http://www.sai.com.ar/metodologia/rahycs/rahycs_v7_n2_06.htm

ELIZONDO, A. (2002). Metodología de la investigación contable. Tercera edición. International Thomson Editores, S.A., México, p. 140. [libro en línea], fecha de la consulta: 16 de julio de 2017. Disponible en: <https://books.google>.

.co.ve/books?id=BLO9spGHxrwC&pg=PA140&dq=que+son+fichas+de+registro+en+metodologia+de+la+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiq_9brsLLWAhUi74MKHQyQBcgQ6AEIJjAA#v=onepage&q=que%20son%20fichas%20de%20registro%20en%20metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false

NAMAKFOROOSH M. (2005). Metodología de la investigación. Segunda edición. Editorial Limusa – Grupo Noriega editores, México, p. 160. [libro en línea], fecha de la consulta: 16 de julio de 2017. Disponible en: https://books.google.co.ve/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&pg=PA16160&lpg=PA160&dq=que+es+observacion+directa+en+metodologia+de+la+investigacion&source=bl&ots=i03Az_Ne13&sig=aSAe_0JbN7yTT-tfZyWGGzVEr-U&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwie3N32r7LWAhWBSyYKHdmkChAQ6AEILDA B#v=onepage&q=que%20es%20observacion%20directa%20en%20metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false

ARNAU J., ANGUERA M. T. Y GÓMEZ J. (1990). Metodología de la investigación en ciencias del comportamiento. Universidad de Murcia, Murcia, p. 255. [libro en línea], fecha de la consulta: 16 de julio de 2017. Disponible en: https://books.google.co.ve/books?id=TQtBbnk1LSoc&pg=PA255&dq=que+es+una+entrevista+estructurada+en+metodologia+de+la+investigacion&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiKo8_s6bLWAhXHbiYKHdLfBUkQ6AEIMjAC#v=onepage&q=que%20es%20una%20entrevista%20estructurada%20en%20metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false

CEGARRA J. (2011). Metodología de la investigación científica y tecnológica. Ediciones Díaz de Santos S.A., Madrid, p. 118. [libro en línea], fecha de la consulta: 16 de julio de 2017. Disponible en: <https://books.google.co.ve/books?id=8SA8KZyurk4C&pg=PA121&dq=que+es+libreta+de+notas+en+metodologia+de+la+investigacion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwiipuuz7LLWAhUI>

JiYKHd4YCF8Q6AEIMTAC#v=onepage&q=que%20es%20libreta%20de%2020notas%20en%20metodologia%20de%20la%20investigacion&f=false

RODRÍGUEZ, E. A. (2005). Metodología de la investigación. Primera edición. Universidad de Juárez Autónoma de Tabasco, México, p. 100. [libro en línea], fecha de la consulta: 19 de julio de 2017. Disponible en: <https://books.google.co.ve/books?id=r4yrEW9Jhe0C&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

NAVA, MARBELIS A. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente. Revista electrónica: venezolana de Gerencia de la Universidad del Zulia. [revista en línea], fecha de la consulta: 22 de julio de 2017. Disponible en: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000400009

RAMIREZ S. R. (2006). Análisis financiero de la rentabilidad de sucursales de una empresa comercial de productos farmacéuticos. Tesis publicada. Universidad de San Carlos, Guatemala. p. 9. [publicación en línea], fecha de la consulta: 22 de julio de 2017. Disponible en: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_1729.pdf

OLALLA, F. y DOMÍNGUEZ J. (2012). Finanzas. Editorial Escuela de Organización Industrial EOI. Capítulo 3, Sección1. [publicación en línea], fecha de la consulta: 22 de julio de 2017, Disponible en: http://www.eoi.es/wiki/index.php/Introducci%C3%B3n_al_an%C3%A1lisis_financiero_en_Finanzas

ESCOBAR, M. (2013). Administración financiera y análisis financiero para la toma de decisiones. Sección Finanzas. [publicación en línea], fecha de la consulta: 22 de julio de 2017, Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/adm>

inistracion-financiera-y-analisis-financiero-para-la-toma-de-decisiones/

GONZÁLEZ, I. (2017). Clasificación de los métodos de análisis financiero. [página en línea], fecha de la consulta: 22 de julio de 2017. Disponible en: <https://www.gerencie.com/clasificacion-de-los-metodos-de-analisis-financiero.html>

GERENCIE.COM (2010). Rentabilidad. Sección Economía y Finanzas: Finanzas. [página en línea], fecha de la consulta: 25 de julio de 2017. Disponible en: <https://www.gerencie.com/rentabilidad.html>

CENTROGDL. (2012). Como se mide la rentabilidad de los negocios. Sección Nuevos negocios: Crear nuevos negocios. [página en línea], fecha de la consulta: 25 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.centrogd.com/a/como-se-mide-la-rentabilidad-de-los-negocios-20120602>

CERCERA, M. y ROMANO J. (1990). Introducción a la contabilidad PGC. Capítulo 18. [libro en línea], fecha de la consulta: 25 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.contabilidad.tk/node/163>

ANDRADE, A. M. (2011). Contadores & Empresas. Revista electrónica Repositorioacademico.upc.edu.pe. p. 59. [revista en línea], fecha de la consulta: 25 de julio de 2017. Disponible en: <http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/608313/1/Art%C3%ADculo+2+Noviembre+2011+An%C3%A1lisis+del+ROA+ROE+y+ROI.pdf>

MEIGS R., WILLIAMS J., HAKA S. Y BETTNER M. (2002). Contabilidad, la base para decisiones gerenciales. Undécima edición. Irwin McGraw-Hill Interamericana. Santa Fe de Bogotá, Colombia, p. 621.

VARGAS I. (2015). ¿Cómo calcular el ROE, ROCE, ROA y free cash flow yield?. Sección electrónica: Bolsa desde cero. [blogs en línea], fecha de la consulta: 25 de julio de 2017. Disponible en: <https://www.rankia.com/blog/bolsa-desde-cero/2772326-como-calcular-roe-roce-roa-free-cash-flow-yield>

MANDUJANO, A. (2017). Radiografía comercial de una empresa con problemas de rentabilidad. Sección Artículos Rentabilidad: Calidad. [página en línea], fecha de la consulta: 26 de julio de 2017. Disponible en: <https://www.salesup.com/crm-online/cc-rentabilidad-de-una-empresa.shtml>

BARAJAS, S. (2013). ¿Sabe que tan rentable es su empresa?. Revista electrónica Forbes.com.mx. [revista en línea], fecha de la consulta: 26 de julio de 2017. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/sabe-que-tan-rentable-es-su-empresa/>

ALVIÁREZ, O. (2012). Venezuela entre los mercados farmacéuticos más atractivos de la región. Sección electrónica: Noticias, economía, empresas. [página en línea], fecha de la consulta: 26 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.elmundo.com.ve/noticiasecono/miia/empresas/venezuela-entre-los-mercados-farmaceuticos-mas-atr.aspx>

HURTADO, J. (2017). Cierre de farmacias agrava escasez de medicamentos. Sección electrónica: El inveteres, economía. [página en línea], fecha de la consulta: 26 de julio de 2017. Disponible en: <http://elestimulo.com/elinteres/cierre-de-farmacias-agrava-escasez-de-medicamentos/>

CHAUVIN, S. (2008). Estrategia de fijación de precios. Sección Finanzas. [página en línea], fecha de la consulta: 26 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.mujeresdeempresa.com/estrategia-de-fijacion-de-precios/>

DELOITTE. (2011). Gestión de precios y rentabilidad. Sección Oportunidades: Marketing. p.4. [página en línea], fecha de la consulta: 26 de julio de 2017. Disponible en: <http://oportunidades.deloitte.cl/marketing/Web/princing-CB.pdf>

HUANACO, I. (2010). Análisis financiero. pp. 13-15. [publicación en línea], fecha de la consulta: 26 de julio de 2017, Disponible en: <http://www.bbv.com.bo/archivos/gesfin3.pdf>

ATENCIO, A. y NIETO, C. (2010). Administración de riesgos y perspectivas de rentabilidad en empresas del sector cervecero del Estado Zulia. Trabajo especial de grado publicado. Universidad Rafael Urdaneta. Maracaibo, Venezuela. p. 56. [publicación en línea], fecha de la consulta: 26 de julio de 2017, Disponible en: <http://200.35.84.131/portal/bases/marc/texto/3401-10-03829.pdf>

CORNEJO E. y DÍAZ D. (2017). Medidas de ganancias. Universidad de Chile. p. 36. [publicación en línea], fecha de la consulta: 27 de julio de 2017, Disponible en: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/127394/153%20Cornejo-Diaz.pdf?sequence=1>

NEFFA, G. (2014). Cómo calcular e interpretar el EBITDA de una compañía. [página en línea], fecha de la consulta: 27 de julio de 2017, Disponible en: <https://es.tradingfloor.com/articulos/como-calcular-interpretar-ebitda-compania-inversion-trading-20-04-11>

GERENCIE.COM (2010). Sistema DUPONT. [página en línea], fecha de la consulta: 27 de julio de 2017. Disponible en: <https://www.gerencie.com/sistema-dupont.html>

PÉREZ J. L. (2004). Dos enfoques sobre los medicamentos y la industria farmacéutica. Sección Debate. Revista cubana de salud pública: bvs.sld.cu. [revista en línea], fecha de la consulta: 22 de julio de 2017. Disponible en: http://www.bvs.sld.cu/revistas/spu/vol30_4_04/spu07404.htm

CHEN L. (2015). Las industrias más rentables en 2015. Revista electrónica Forbes.com.mx. [revista en línea], fecha de la consulta: 22 de julio de 2017. Disponible en: <https://www.forbes.com.mx/las-industrias-mas-rentables-en-2015/#gs.HYPxvFE>

GONZÁLEZ, M. E. (2014). Morosidad en la Liquidez y Rentabilidad del Instituto Autónomo para el Desarrollo de la Economía Social (FUNDESTA). Trabajo de grado de maestría (o especialización) no publicada. Universidad Nacional Experimental del Táchira, Táchira, Venezuela

CASTRO, J. (2015). 6 consejos para aumentar la rentabilidad de tu empresa. [blog en línea], fecha de la consulta: 25 de julio de 2017. Disponible en: <http://blog.corponet.com.mx/6-consejos-para-aumentar-la-rentabilidad-de-tu-empresa>

SPIN-PHARMA.COM. (2017). ¿Cómo hago para que mi farmacia aumente su rentabilidad?. [página en línea], fecha de la consulta: 25 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.spin-pharma.com/ver/3045/como-hago-para-que-mi-farmacia-aumente-su-rentabilidad.html>

SÁNCHEZ-APARICIO, J. (2009). Mejorar la rentabilidad e imagen de la farmacia. [página en línea], fecha de la consulta: 25 de julio de 2017. Disponible en: <http://www.granadafarmaceutica.com/pdf/Marketing>

ANEXO N° 1. GUION DE ENTREVISTA



Fecha:

DD	MM	AAAA
14	07	2017

Entrevista en profundidad
EXPENDIO DE MEDICINAS MATALINDA, C.A.
PROPIETARIO

Objetivo:

Determinar el comportamiento de la rentabilidad en el sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda.

El presente instrumento ha sido diseñado para llevar a cabo una investigación sobre el comportamiento de la rentabilidad.

Nombre del Centro: <i>Expendio de Medicinas Matalinda, C.A.</i>	Ubicación: <i>Vib. Matalinda, Chorrillave Edo. Miranda</i>	Nombre de la persona: <i>Yerri Guerrero</i>
---	--	---

GUIÓN DE ENTREVISTA:

Perfil del Propietario		
1	Edad	<i>50</i>
2	Sexo	<i>Femenino</i>
3	Grado de Instrucción	<i>MSc. Gerencia en los Servicios de Salud</i>

Ítem	Pregunta
Principios	
01	¿Cómo proyecta el futuro del Expendio de Medicinas dentro de 5 años?
02	¿Considera que la compañía cumple con el principio de ser rentable, generando beneficios suficientes para compensar tanto a los accionistas como a sus trabajadores? (En caso que la respuesta sea negativa diga

02	por qué). Si: _____. No: <u>X</u>
03	¿La administración cuenta con alguna estrategia para aumentar las ventas que contribuya al crecimiento de la empresa? (En caso de aplicar estrategias mencione una).
Características	
04	¿Realizan algún tipo de análisis económico-financiero que permita tomar decisiones para el desarrollo del negocio? (Comente su respuesta)
Objetivos	
05	Entre los años 2013 y 2016, ¿ha solicitado algún tipo de préstamo bancario? (Explique brevemente como ha sido el financiamiento). Si: <u>X</u>. No: _____
06	¿Cuándo los directivos de la compañía realizan una inversión, determinan si las decisiones tomadas acerca del financiamiento fueron las más apropiadas? (Comente su respuesta)
07	¿Se proporciona a los empleados de la compañía la información suficiente para mantenerlos informados acerca de la situación bajo la cual trabaja la empresa? (Explique brevemente)
Métodos de Análisis	
08	¿Antes de tomar alguna decisión económica o financiera emplean algún tipo de método de análisis financiero? ¿Cuál?

[illegible]

	☒ Cantidad Vendida ☒ Precio de Compra ☒ Cantidad Comprada ☐ Costo Unitario de Comercialización ☐ Cantidad Comercializada	☐ Préstamos Bancarios y Financieros ☒ Dinero Líquido ☐ Existencias ☐ Cuentas por Cobrar										
Ciclo de la Rentabilidad												
15	Siguiendo el ciclo de la rentabilidad: compras, participación en el mercado, ventas y finanzas, evalúe de la escala del 1 al 5 los departamentos de acuerdo a la importancia y prioridad que se da dentro del Expendio de Medicinas: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Departamentos</th> <th>Escala</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Compras</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Publicidad</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Ventas</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Finanzas</td> <td>3</td> </tr> </tbody> </table>		Departamentos	Escala	Compras	5	Publicidad	4	Ventas	5	Finanzas	3
Departamentos	Escala											
Compras	5											
Publicidad	4											
Ventas	5											
Finanzas	3											
Factores que Determinan la Rentabilidad												
16	Cuando la compañía se refiere a que obtuvo rentabilidad, ha dependido de los siguientes factores: - Cuando se compararan los objetivos establecidos y su logro. Si: ☒ . No: ☐ - Del auge o declive del sector al cual pertenece. Si: ☐ . No: ☒ - Del costo de los recursos si es o no superior a la tasa de retorno esperada. Si: ☐ . No: ☒											

	- Del estilo de la dirección y administración en la vida de la empresa. Si: <u> X </u>. No: <u> </u>
17	¿En qué grado económico-financiero considera que se encuentra actualmente el sector farmacéutico en nuestro país? ¿Alta, medio o bajo? (Comente su respuesta)
Objetivos de Gestión de Precios y Rentabilidad	
18	Seleccione al menos dos de los principales problemas con los que se enfrenta el Expendio de Medicinas referente a la venta de medicamentos: <u> X </u> Control de Precios para la Venta al Público. <u> X </u> Control de Margen de Ganancia. <u> X </u> Escasez de Fármacos. <u> </u> Ausencia de Marcas Originales y de Calidad. <u> </u> Aumento de Precios de los Medicamentos para la Venta.
19	En caso de no existir un control de precios y asignar a cada producto un margen de ganancia razonable, ¿cree que esto pueda significar una mejora en las ventas y en la cantidad de productos a ofrecer a los clientes? (Comente su respuesta) Sí: <u> X </u>. No: <u> </u>
Beneficios	
20	Si existiera una estrategia efectiva de gestión de precios y rentabilidad, ¿en qué porcentaje supone que puede mejorar el margen de ganancia del Expendio de Medicinas y en cuanto tiempo espera que retorne la inversión?

Problemas que presentan respecto a la Gestión de Precios y Rentabilidad	
21	Han consultado a un especialista financiero que determine: - La disminución de márgenes y si los ingresos van creciendo más rápidamente que los márgenes. Sí: _____. No: _____ - La falta de información referente a precios y márgenes, particularmente al momento de tomar decisiones o hacer negociaciones. Sí: _____. No: _____ - La dificultad para definir la reacción adecuada en respuesta al precio de la competencia. Sí: _____. No: _____ - La participación del mercado, el volumen o la rentabilidad satisfacen las expectativas de la gerencia. Sí: _____. No: _____ - La falta de herramientas y datos para medir la eficacia de las promociones o negociaciones. Sí: _____. No: _____ (Comente al respecto) R= No aplica porque no consulta ningún especialista.
Clasificación	
22	¿El administrador o contador utiliza los Índices Financieros para analizar los Estados Financieros y brindar una visión de la situación de la compañía que permita tomar decisiones por parte de la Gerencia? (En caso de ser negativa diga por qué) Sí: <u> X </u>. No: _____
Componentes de la Rentabilidad en la Industria Farmacéutica	
23	Cuáles de los siguientes elementos considera que debe tener el Expendio de Medicinas para obtener una rentabilidad optima: (Explique brevemente por

	qué) _____ El Mercado. __X__ El Poder Político. _____ El Prescriptor como Cliente. _____ El Medicamento como Bien de Consumo. _____ El Paciente como Consumidor.
--	--

ANEXO N° 2. ESPECIALISTAS PARA VALIDAR INSTRUMENTO (GUION DE ENTREVISTA)

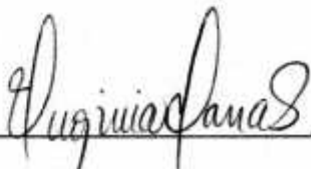
**UNIVERSIDAD CATOLICA DEL TACHIRA
VICERRECTORADO ACADEMICO
DECANATO DE INVESTIGACION Y POSGRADO
ESPECIALIZACION EN FINANZAS**

a. CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Quién suscribe, MSc. Virginia Parra, a través de la presente manifiesto que he validado la encuesta diseñada por la Lcda. Alba Lucia Guerrero Méndez, titular de la Cédula de Identidad N° V-15.231.285, participante de la Especialización en Finanzas, de la Universidad Católica del Táchira, cuyo Trabajo Especial de Grado tiene por objetivo analizar la incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda.

Certifico que el guión de entrevista presentado reúne las condiciones para ser aplicado satisfactoriamente.

En San Cristóbal, a los once días del mes de Septiembre de 2017.



NOMBRE Y FIRMA DEL EXPERTO

**b. TABLA CON CRITERIOS DE EVALUACIÓN, REVISIÓN Y VALIDACIÓN
DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO**

UNIVERSIDAD CATOLICA DEL TÁCHIRA
VICERRECTORADO ACADEMICO
DECANATO DE INVESTIGACION Y POSGRADO
ESPECIALIZACION EN FINANZAS

DATOS DEL EXPERTO

FECHA: 12/09/2017
NOMBRES Y APELLIDOS: Virginia Parra S.
C.I. Nº: V-13.145.333
INSTITUCIÓN DONDE TRABAJA: UCAT.
PROFESIÓN: Leda. Contaduría Pública
ESPECIALISTA EN: Magister Gerencia de Empresas - Finanzas

CRITERIOS PARA LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

C= Coherencia de los ítems con los objetivos

P= Pertinencia

**R= Redacción
interna.**

**V= Validez
(De contenido)**

Indique con una "X" en cada uno de los aspectos si los considera correctos,
de lo contrario añada sus observaciones.

TABLA DE VALIDACIÓN					
ITEM	C	P	R	V	OBSERVACIONES Agregue un comentario, sugerencia en caso de mejorar el ítem
01	X	X	X	X	
02	X	X	X	X	
03	X	X	X	X	
04	X	X	X	X	
05	X	X	X	X	
06	X	X	X	X	
07	X	X	X	X	
08	X	X	X	X	
09	X	X	X	X	
10	X	X	X	X	
11	X	X	X	X	
12	X	X	X	X	
13	X	X	X	X	
14	X	X	X	X	
15	X	X	X	X	
16	X	X	X	X	
17	X	X	X	X	
18	X	X	X	X	
19	X	X	X	X	
20	X	X	X	X	
21	X	X	X	X	
22	X	X	X	X	
23	X	X	X	X	

**UNIVERSIDAD CATOLICA DEL TACHIRA
VICERRECTORADO ACADEMICO
DECANATO DE INVESTIGACION Y POSGRADO
ESPECIALIZACION EN FINANZAS**

a. CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Quién suscribe, MSc. Emilio Ramírez Petrella, a través de la presente manifiesto que he validado el instrumento de investigación diseñado por la Lcda. Alba Lucia Guerrero Méndez, titular de la Cédula de Identidad N° V-15.231.285, participante de la Especialización en Finanzas, de la Universidad Católica del Táchira, cuyo Trabajo Especial de Grado tiene por objetivo analizar la incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda.

Certifico que el guión de entrevista presentado cumple los objetivos de la investigación y reúne las condiciones para ser aplicado satisfactoriamente.

En San Cristóbal, a los once días del mes de Septiembre de 2017.



Emilio Ramírez Petrella

**b. TABLA CON CRITERIOS DE EVALUACIÓN, REVISIÓN Y VALIDACIÓN
DE LOS ÍTEMS DEL INSTRUMENTO**

**UNIVERSIDAD CATOLICA DEL TÁCHIRA
VICERRECTORADO ACADEMICO
DECANATO DE INVESTIGACION Y POSGRADO
ESPECIALIZACION EN FINANZAS**

DATOS DEL EXPERTO

FECHA: 14 de septiembre de 2017

NOMBRES Y APELLIDOS: Emilio Antonio Ramírez Petrella

C.I. N°: 12.631.004

INSTITUCIÓN DONDE TRABAJA: Universidad Católica del Táchira

PROFESIÓN: Ciencias Empresariales

ESPECIALISTA EN: Sistemas de información

CRITERIOS PARA LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

C= Coherencia de los ítems con los objetivos

P= Pertinencia

**R= Redacción
interna.**

**V= Validez
(De contenido)**

Indique con una "X" en cada uno de los aspectos si los considera correctos,
de lo contrario añada sus observaciones.



TABLA DE VALIDACIÓN					
ITEM	C	P	R	V	OBSERVACIONES Agregue un comentario, sugerencia en caso de mejorar el ítem
01	X	X	X	X	
02	X	X	X	X	
03	X	X	X	X	
04	X	X	X	X	
05	X	X	X	X	
06	X	X	X	X	
07	X	X	X	X	
08	X	X	X	X	
09	X	X	X	X	
10	X	X	X	X	
11	X	X	X	X	
12	X	X	X	X	
13	X	X	X	X	
14	X	X	X	X	
15	X	X	X	X	
16	X	X	X	X	
17	X	X	X	X	
18	X	X	X	X	
19	X	X	X	X	
20	X	X	X	X	
21	X	X	X	X	
22	X	X	X	X	
23	X	X	X	X	



ANEXO N° 3. RESPUESTAS DEL GUION DE ENTREVISTA

Respuestas al Guion de Entrevista

- ① Lo voy cerrado antes de 5 años, invirtiendo en otro negocio.
- ② El resultado que da a la empresa es que no es rentable porque la Ley de Precios Justos impone una ganancia del 30%, lo que significa que no se puede cobrar por encima de ese porcentaje y muchas veces no se puede ni siquiera ganar ese porcentaje.
- ③ La administración no cuenta con ninguna estrategia porque no tiene ingresos suficientes para ofrecer descuentos o promociones como existían antes que le daban a los clientes las llamadas "morochos", muestras gratis o incluso por llevar una caja vacía de cierta marca se regalaba otro medicamento idéntico.
- ④ No se realiza ningún tipo de análisis financiero, las decisiones se toman de inmediato porque por ejemplo para realizar un pedido, se revisa la disponibilidad en el banco y se procede a comprar lo más pronto que se pueda porque los proveedores no dan tiempo suficiente como para decidir que y cuanto comprar, se debe hacer en el lapso de 2 días porque después ya no se puede hacer el pedido o ya tienen otros precios.
- ⑤ Si he solicitado créditos personales a mi nombre como propietario más no a nombre de la empresa pero todos estos gastos los paga el negocio porque de igual forma se invierten en la compañía.
- ⑥ Los préstamos bancarios no se analizan si fueron oportunos realizarlos, solo se solicitan y se invierten. Los bancos actualmente colocan muchas barreras para otorgar los créditos en

especial se son jurídicos, comenzando por el papileo y ellos analizan los Estados financieros que en mi caso entre 2 años en pérdidas para lo cual no me toman en cuenta porque dicen que la empresa no vende lo suficiente y no tiene para pagar el préstamo.

⑦ Se siempre se le informa a los empleados si hemos vendido o no, que la situación está deficit, que los inventarios están muy bajos y también los mantengo al tanto de las leyes porque no deseo que nos multen como factor, y vender sobre el precio marcado y con la ganancia del 30%.

⑧ No se aplica ningún método financiero.

⑨ Los inventarios no se mantienen a un nivel óptimo porque los medicamentos que se piden a los laboratorios o droguerías no son despachados en su totalidad, ahora los proveedores envían una lista para escoger la mercancía y solo se rigen por esta existencia.

Debido a la escasez, han desaparecido los medicamentos originales y aparecen los genéricos, que la diferencia es que estos no son tan efectivos para combatir las enfermedades.

⑩ Si se revisa con regularidad el flujo de caja para saber la disponibilidad y realizar los pedidos.

⑪ No se tiene un control de gastos, las cosas se piden o se compran en la medida que se van necesitando.

⑫ La rotación de inventario no es elevada, más bien es de nivel medio porque llega muy poca mercancía y esta se vende de una vez, los clientes vienen o llaman para comprarlos, están

se llega el despacho para no quedarse sin medicina, sobre todo los que están escasos como los antibióticos, antipiréticos, analgésicos, calmantes, inhaladores, antihipertensivos, anticonceptivos y anticonvulsivos.

- (13) Las ventas no se pueden ajustar a los precios porque estos ya vienen mareados y así no puedo obtener ninguna ganancia. También, las ventas han disminuido porque en ocasiones no tienen (14) productos para ofrecer y hemos tenido que comprar medicinas naturistas, si son nacionales están controladas pero si son importadas no están reguladas.

Para cubrir la demanda de algunos pedidos que siempre la clientela solicita, creamos fórmulas que no necesitan prescripción médica como las gotas nasales y las cremas para la eczema.

También elaboramos productos artesanales para el higiene personal jabón de tocador, champú y jabón para ropa. También, se vende artículos escolares y papelería, alimentos no perecederos y detergentes líquidos (genericos).

- (14) De forma negativa (la rentabilidad) impacta en el negocio el precio de venta porque viene mareado y no se puede obtener más del 30% de ganancia.

El precio de compra porque la mercancía está llegando muy costosa, si se compra es probable que el cliente al ver el precio decida no comprarlo porque solo preguntan y lo dejaron en el mostrador.

La cantidad vendida porque las droguerías despachan muy poca cantidad de los productos, a veces tienen solo 4 o 6 cajas de un medicamento, por tanto se venden solo esta cantidad limitada.

El Dinero Líquido Se hay pocas ventas a un precio bajo o productos muy caros que no se pueden vender, no abran entradas de dinero a la empresa.

un ejemplo de los productos costosos son: el jarabe "Mucorama" estaba 536,35 Bs y ahora cuesta 36.329 Bs, la "Glicina" estaba 262,42 Bs y ahora cuesta 25.940 Bs, "Intafor" tabletas masticables de hierro estaban 3.000 Bs y ahora salen en 59.380 Bs.

⑤ La importancia de los departamentos en este momento son:

Para compras = 5
Publicidad = 4
Ventas = 5
Finanzas = 3

⑥ Cuando planteamos un objetivo para el mes y este se logra, podemos observar si fue bueno o malo, si funciona para empresa puede ser muy rentable o como puede suceder lo contrario. también, depende de la forma en que se dirige la administración porque si no se sabe distribuir y manejar el negocio pues no sobrevive porque se malgastan los recursos y en este momento se debe saber administrar muy bien.

⑦ En el país el sector farmacéutico es muy bajo porque financieramente las farmacias están sobreviviendo con lo que pueden conseguir para vender, con menos ingresos y más gastos.

- 18) Los principales problemas son el control de precios para la venta al público, el control de margen de ganancias y la escasez de farmacos.
- 19) Si no existiera un control de precios y que se pudiera asignar el porcentaje de ganancias existe una alta probabilidad que mejoren las ventas, las existencias del inventario, aumenten las ganancias, aumente la rentabilidad y se puedan ofrecer a los clientes productos de calidad.
- 20) Si existiera una estrategia buena de precios, el margen de ganancias del Expendio mejoraría hasta superior al 42% en el plazo de 1 mes, es decir, mayor al 30% de ganancia + 12% de IVA.
- 21) La empresa no consulta ningún especialista financiero para tratar temas económicos de la empresa de ningún tipo.
- 22) No, ni el administrador ni el contador utiliza índices financieros para analizar los Estados Financieros.
- 23) Para obtener una rentabilidad óptima el elemento más importante para la industria farmacéutica en este país es el "poder político" porque es quien regula la economía e incentiva al empresario a seguir produciendo dependiendo de las medidas económicas que dicta.

ANEXO N° 4. RESUMEN EJECUTIVO

Código del proyecto:		
Título del trabajo de grado: Incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. Caso de estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Período 2013-2016.		
Programa de postgrado: Especialización en Finanzas		
Financiamiento:		
Estado:	Concluido:	Por concluir:
Investigador: Alba Lucia Guerrero Méndez		
Correo electrónico: albigm@hotmail.com		
Línea de investigación: Finanzas		
Palabras clave: Control de precios, rentabilidad y precios máximos		
Descripción del problema: El propietario de la empresa manifiesta que durante el periodo 2013–2016 descendieron las ganancias provenientes de las ventas de medicamentos, Además, de presenciar el difícil sostenimiento de la		

operatividad de la empresa para hacer frente a los gastos diarios como el de no poseer un inventario adecuado que permita abastecer a la comunidad.

Objetivo general:

Analizar la incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. Caso de Estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016.

Objetivos específicos:

1. Describir la normativa legal que regula el control de precios de los productos en la República Bolivariana de Venezuela en el sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. Caso de Estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016.
2. Determinar el comportamiento de la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. Caso de estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016.
3. Analizar la incidencia del control de precios de los productos en la rentabilidad del sector farmacéutico en el Municipio Cristóbal Rojas del Estado Miranda. Caso de estudio: Expendio de Medicinas Matalinda, C.A. Periodo 2013-2016.

Resultados obtenidos y conclusiones:

Los resultados evidencian: el EBITDA para el 2013 y el 2015 no fue capaz de generar ganancias antes de los intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones. Pero en el 2014, el Margen EBITDA fue del 11% lo que

equivale a Bs. 251.002 para generar ganancias antes de los impuestos, así mismo en el 2016 el Margen EBITDA descendió al 5% y para lo cual no es lo suficientemente alto como para soportar los gastos financieros de un préstamo bancario.

En tanto que, el Rendimiento de los Activos proyectó un porcentaje similar durante tres años, que luego durante el 2016 vendió un 774% de sus inventarios representado por Bs. 14.526.362 de sus ventas totales.

Esto trae consigo el Índice DUPONT donde se puede observar que aumento del 81% al 158% desde el 2013 al 2014 de las ventas de sus inventarios debido a la eficiencia en la operación de activos. Por su parte, en el 2016 tendió a bajar con un índice de rentabilidad del 122%.

Se concluyó que en base a los productos sometidos a regulación y el margen máximo de ganancia del 30%, no han permitido obtener una alta rentabilidad, ya que según los resultados obtenidos mediante los Índices Financieros arrojan variables positivas y negativas en función a las ventas y utilidades para cada año en estudio, lo que repercute en la renta de la empresa, sus accionistas, sus empleados, la inversión y la permanencia en el tiempo.