

UNIVERSIDAD DE ORIENTE.

NÚCLEO DE ANZOÁTEGUI

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.

DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA



ANALISIS Y SINTESIS DE LOS CURSOS ESPECIALES DE GRADO

AUTORES:

GONZALEZ NAYTSA C.I: 18.511.958

VILLEGAS FABIOLA C.I: 19.168.894

**TRABAJO DE GRADO REALIZADO EN LA UNIVERSIDAD DE
ORIENTE COMO REQUISITO OBLIGATORIO PARA OBTENER EL TÍTULO
DE LICENCIADO EN CONTADURÍA PÚBLICA.**

Barcelona, Marzo 2.012

RESOLUCIÓN

De acuerdo con el **Reglamento de Trabajo de Grado de la Universidad de Oriente** en su **Artículo N° 41**, se establece lo siguiente:

“Los trabajos de grado son de la exclusiva propiedad de la Universidad y solo podrán ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien lo participara al Consejo Universitario”.

DEDICATORIA

A Dios Todopoderoso y a mí querida Virgen del Valle, porque confió ciegamente en ellos.

A mi abuela, mi vieja Tomasa que siempre a estado ahí firme

A mis Padres en especial, porque se cuanto deseaban este logro para mí.

A mis hermanos bellos para estén orgullosos de su hermana.

A mi sobrina preciosa Ava Cristina, por su alegría.

A mis amigos, familiares y compañeros de clases.

GONZÁLEZ NAYTSA.

AGRADECIMIENTOS

A ti dios todopoderoso y mi Virgencita del Valle, porque en esos momentos en que pensé que no lograría conseguir mi objetivo siempre estuvieron en el momento indicado para darme la fuerza, serenidad, sabiduría, inteligencia y voluntad. Gracias Amen.

A mis padres por haberme dado la vida. Porque se que a pesar de las circunstancias siempre que necesitaba de ustedes estaban ahí para mi en todo momento. Gracias por sus esfuerzos para lograr mi meta. Te amo Mamá. Te amo Papa

A mis hermanos Douglas (gordo) y Jesús (negro), porque siempre conté con su apoyo y su confianza. Gracias los amo

A mi hermana Luzeida (cheida) y a papá Arturo Velásquez, porque ser tan dados conmigo, siempre tuvieron el tiempo para mi. Gracias por ser esa imagen de ejemplo, enseñanza y lucha. Los amo.

A ti amiga y compañera de estudios y de grado Fabiola Carolina Villegas “Fabi”, porque por ser una excelente compañera, logramos culminar los estudios en el tiempo que nos propusimos, a pesar de nuestras diferencias como la tiene todo el mundo siempre logramos hablar y calmar las aguas. Gracias. Te quiero mucho ami.

A Johan González por su apoyo y confianza infinita hacia mí. Gracias por estar en el camino hacia el logro de mi meta. Te quiero muchísimo Johan

A mi profesora Marisol por ser tan dedicada, exigente y ser tan usted, fue excelente haber compartido ese tiempo con usted. Muchísimas gracias profesora.

GONZÁLEZ NAYTSA.

DEDICATORIA

A Dios, por haberme dado salud, por brindarme la oportunidad de lograr todo lo que me he propuesto a cumplir en mi vida, sin el de verdad nada de esto sería posible así que ¡Gracias!.

A mis padres Favio y Carolina, el mejor regalo que Dios me dio, por hacerme la mujer que soy, por enseñarme que con confianza, amor y mucha perseverancia se puede lograr hacer los sueños realidad, los amo con todo mi corazón.

A mi esposo Ricardo, por ser el mejor hombre para mí, por quererme, cuidarme y creer en mí, ¡Te Amo!

A mi abuela Inés Julien, aunque no estés conmigo físicamente, siempre fuiste y serás mi mamá, mi ejemplo a seguir, una de las personas que más he amado en mi vida, este logro es por ti y para ti.

VILLEGAS FABIOLA.

AGRADECIMIENTOS

Principalmente a mis padres, mi esposo, mi familia y amigos, por siempre brindarme su apoyo en todo lo que me proponga, de verdad siempre me sentiré agradecida con ustedes.

A la profesora Marisol Flores, excelente docente, le estaré eternamente agradecida por su apoyo, su comprensión, el brindarme su ayuda desinteresadamente, de verdad que siempre le tendré muchísimo aprecio.

A mi compañera, Naytsa González, después de todo lo que hemos pasado te considero una gran persona y amiga, y me siento muy satisfecha de haber obtenido este logro a tu lado.

A mi compañero Diego Alfaro, excelente persona y amigo, gracias por ayudarme siempre que lo necesito.

A mi suegra Emira López, gracias por ser una madre para mi, por brindarme su ayuda o una palabra de aliento cuando la necesito, de verdad muchas gracias.

Y a todas esas personas que han formado parte de mi vida, de mi carrera, de mi día a día en la universidad, de verdad ¡Gracias!

VILLEGAS FABIOLA.

ÍNDICE GENERAL

RESOLUCIÓN	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTOS	vi
ÍNDICE GENERAL	1
TEMA: 1	1
RESUMEN	2
INTRODUCCION	3
CAPITULO I	5
EL PROBLEMA.....	5
1.1 Planteamiento del Problema	5
1.2 Interrogantes.	7
1.3 Objetivos de la investigación.....	7
1.3.1 Objetivo general.....	7
1.3.2 Objetivos Específicos	7
1.4 Justificación e Importancia	8
1.5 Sistema de variables	9
1.5.1 Variante Conceptual	10
1.5.2 Variante Operacional	13
CAPITULO II.....	16
MARCO TEORICO	16

2.1 Antecedents de la investigation	16
2.2 Bases teóricas.....	22
2.2.1 Modelos gerenciales	22
2.2.1.1 Modelo Gerencial Kaizen	23
2.2.1.2 Justo a Tiempo.	26
2.2.1.3 Modelo Gerencial Reingeniería	27
2.2.1.4 Modelo Gerencial Benchmarking	28
2.2.1.5 Modelo Gerencial Outsourcing	29
2.2.1.6 Modelo Gerencial Empoderamiento	30
2.2.1.7 Modelo Gerencial Servucción.....	31
2.2.1.8 Modelo Gerencial Prospectiva	31
2.2.1.9 Modelo Gerencial Planeación Estratégica	32
2.2.1.10 Modelo Gerencial Calidad Total	33
2.2.1.10.1 Gerencia de la Calidad Total	34
2.2.1.10.1.1 Gerencia	34
2.2.1.10.1.2 Calidad Total.....	36
2.2.1.10.2 Sistema de Gestión de Calidad	38
2.2.1.10.2.1 Sistemas	38
2.2.1.10.2.2 Gestión de Calidad	39
2.2.1.10.3 Satisfacción al Cliente	40
2.2.1.10.3.1 Satisfacción.....	40
2.2.1.10.3.2 Clientes	42
2.2.1.10.4 Rentabilidad	43
2.2.1.10.5 Mercado.....	45
2.2.1.10.6 Ingresos Obtenidos por las Empresas	46
2.2.1.10.6.1 Ingresos	46
2.2.1.10.6.1.1 Tipo de Ingresos	48
2.2.1.10.7 Normas ISO 9000.....	50

2.2.1.10.7.1 Normas	51
2.2.1.10.7.2 Propósito de la Norma ISO 9000	52
2.2.1.10.7.3 Normas COVENIN	54
2.2.1.10.8 Empresas Manufactureras	55
CAPITULO III.....	57
3. MARCO METODOLOGICO	57
3.1 Modelo de la Investigación:.....	57
3.2 Tipo y Diseño de la Investigación	60
3.3 Recolección de Información:.....	63
3.3.1 Procedimiento y lineamiento del estudio.....	63
CAPÍTULO IV	68
4. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN	68
4.1 Normativas correspondientes a los sistemas de gestión de la calidad total.	68
4.1.1 Proceso de Certificación.....	71
4.2 Satisfacer al cliente mediante la rentabilidad y la participación en el mercado.	77
4.2.1 Tipos de mercados	78
4.1.1.1 Mercado y competencia perfecta	79
4.1.1.2 Mercados de competencia imperfecta.....	80
4.2.2 La Rentabilidad de un Producto	81
4.2.3 La Rentabilidad de un Mercado.....	84
4.2.4 Las Actividades de Mercadeo son Rentables o No	86
4.3 Identificar las Mejoras Continuas en un Sistema de Gestión de Calidad.	90
4.3.1 Ventajas del Mejoramiento Continuo.....	92

4.3.2 Desventajas del Mejoramiento Continuo	93
4.4 Los Controles de Calidad que son Empleados en Empresas Manufactureras.....	94
CAPITULO V.....	104
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	104
5.1 Conclusiones.....	104
5.2 Recomendaciones	105
BIBLIOGRAFIA	106
Metadatos para trabajos de grado, tesis y ascenso:.....	116
TEMA: 2.....	121
RESUMEN	122
INTRODUCCION.....	123
CAPITULO I.....	125
EL PROBLEMA.....	125
1.1 Planteamiento del Problema.....	125
1.2 Interrogantes de la Investigación.....	127
1.3 Objetivos.....	127
1.3.1 Objetivo General.....	127
1.3.2 Objetivos Específicos	128
1.4 Justificación e Importancia.....	128
1.5 Limitaciones	129
CAPITULO II.....	130
MARCO TEÓRICO	130
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN:	130

2.2 Bases teóricas:	133
2.2.1 Tributos.....	133
2.2.1.1 Clasificación de los tributos	134
2.2.1.1.1 Impuesto	134
2.2.1.1.2 Tasa	135
2.2.1.1.3 Contribuciones Especiales.....	135
2.2.1.2 Características de los Tributos	135
2.2.1.2.1 Características de los impuestos:.....	136
2.2.1.2.2 Características de las tasas:	136
2.2.1.2.3 Características de las contribuciones especiales:	136
2.2.2 Obligación Tributaria.....	137
2.2.2.1 Sujetos de la Obligación Tributaria.....	138
2.2.2.1.1 Sujeto Activo	138
2.2.2.1.2 Sujeto Pasivo	138
2.2.3 Potestad Tributaria.....	138
2.2.4 Persona Natural.....	139
2.2.5 Persona Jurídica	139
2.2.6 Definiciones de Empresas.....	140
2.2.6.1 Tipos de Empresas.....	140
2.2.7 Definición de Costos.....	143
2.2.8 Definiciones de Gastos	143
2.2.9 Definición de Precios.....	143
2.2.9.1 Precio, Fijación de Precio y Selección de los Objetivos para establecerlo.....	144
2.2.9.1.1 Fijación de Precio	145
2.2.9.1.3 Selección de objetivos para la fijación de precios.	146
2.2.10 Definición de Ingresos	147

2.2.11 Ingresos Brutos e Ingresos Globales.....	147
2.2.13 Impuesto Sobre La Renta	150
2. 3 Bases legales:.....	150
2.3.1. Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.....	150
2.3.2 Ley De Impuesto Sobre La Renta (I.S.L.R)	152
2.3.3 Ley de Costos y Precios Justos.....	161
CAPITULO III	169
3. MARCO METODOLOGICO	169
3.1 Tipo y Diseño de Investigación:.....	169
CAPITULO IV	173
Señalar los deberes y sanciones que deben cumplir las empresas venezolanas según las disposiciones de la ley de costos y precios justos.	173
Sujetos de aplicación de la Ley de Costos y Precios Justos	173
Deberes a cumplir según la competencia de la Ley de Costos y Precios Justos	174
Conocimiento de la Superintendencia Nacional de Costos y Precios	174
Sanciones aplicadas por el incumplimiento de los deberes establecidos en la Ley de Costos y Precios Justos.	177
Factores que las empresas deben tomar en cuenta para la aplicación de la Ley de Costos y Precios Justos.	180
CAPITULO V	182
IDENTIFICAR SI LA LEY DE COSTOS Y PRECIOS JUSTOS DETERMINARÁ EL MARGEN DE GANANCIA A OBTENER POR LAS EMPRESAS.	182
Margen de Ganancia	182

Ingresos.....	184
Efectos económicos de la aplicación de la ley.....	187
CAPITULO VI	190
ESTUDIAR EL EFECTO QUE PUEDE TENER LA LEY DE COSTOS Y PRECIOS JUSTOS EN LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA.	190
Origen del Impuesto Sobre la Renta.....	190
Impuesto Sobre la Renta en Venezuela	190
Sujetos de aplicación del Impuesto Sobre de la Renta	191
Sujeto activo	191
Sujeto pasivo.....	192
Estos sujetos se dividen en dos grupos:	193
<i>Personas Naturales y Asimilados</i>	193
Determinación de los ingresos brutos globales y disponibles	194
Determinación del enriquecimiento neto	195
Efectos de la regulación	196
CAPITULO VII.....	204
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	204
7.1 Conclusiones:.....	204
7.2 Recomendaciones	205
BIBLIOGRAFIAS	206
METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:	208

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NUCLEO ANZOATEGUI
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
AREAS: ESPECIALIDADES DE GRADO
CATEDRA: REINGIENERIA FINANCIERA Y FINANZAS
CORPORATIVAS

TEMA: 1



**INFLUENCIA DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD TOTAL EN
LOS INGRESOS DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS EN
VENEZUELA**

TUTOR:

Msc. Marisol Flores

Realizado por:

González, Naytsa C.I.: 18.511.958

Villegas. Fabiola C.I.: 19.168.894

Barcelona, 2012

NÚCLEO ANZOÁTEGUI
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CURSOS ESPECIALES DE GRADO
CÁTEDRA: REINGENIERIA FINANCIERA Y FINANZAS CORPORATIVAS



**INFLUENCIA DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD TOTAL EN
LOS INGRESOS DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS EN
VENEZUELA**

TUTOR:

Msc. Marisol Flores

AUTORES

González, Naytsa C.I.: 18.511.958

Villegas, Fabiola C.I.: 19.168.894

Año:2012

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo general analizar la influencia del sistema de Gestión de Calidad Total en los ingresos de las empresas manufactureras en Venezuela, basándose en los sistemas de gestión de calidad total que permita obtener el progreso de las empresas, con el fin de comprender si las empresas aplican este sistema para aumentar sus ingresos. La investigación es de tipo documental, debido a que la mayoría de su contenido fue realizado a través de fuentes bibliográficas, asimismo, el nivel de investigación es de carácter descriptivo ya que se basa fundamentalmente en fuentes escritas. Una vez realizado el análisis se determinó que bajo el sistema de gestión de calidad de cualquier empresa, la Norma ISO 9000 permite además ordenar, controlar, verificar y corregir si es necesario una deficiencia en el sistema de gestión, y también permite tener procedimientos del producto que es muy importante para tener una respuesta rápida ante un reclamo del cliente en la identificación del producto. Razón por la cual es recomendable, que las empresas cuenten con un sistema de gestión de calidad mejorar constantemente la productividad de la organización.

Palabras claves: Gestión de Calidad - Ingresos – Empresas Manufactureras

INTRODUCCION

La globalización y la apertura de los mercados generaron a las empresas retos de supervivencia, crecimiento y rentabilidad. Para afrontar estos retos se debieron desarrollar ventajas competitivas y estrategias de satisfacción del cliente que permitieran la conquista de mercados. Para ello, la calidad se convirtió en el concepto clave y en la herramienta fundamental para garantizar la competitividad y sostenibilidad de las empresas en un mercado cada día más exigente en el cual no es suficiente la mera expresión de tener buena calidad sino que se exige demostración y certificación de la calidad de los bienes y servicios ofrecidos.

Los sistemas de gestión de calidad fomenta la fidelidad de los clientes y se abren oportunidades para la entrada en nuevos mercados. Por otra parte, la prevención y elaboración de productos de calidad supone un gran ahorro de costos porque permite detectar los problemas del producto antes de enviarlo al cliente, evitando las reclamaciones y devoluciones de éste, lo que generaría unos gastos superiores. Anteriormente se creía que la calidad era demasiado costosa y por eso influía en las ganancias producidas por la empresa. Ahora se sabe que el buscar la calidad resulta en una baja en los costos de las empresas y una mayor ganancia.

La investigación se justifica desde el punto de vista que se hace necesario determinar el éxito o no de una empresa, el cual se puede lograr a través del sistema de gestión de calidad, mejoramiento constante, satisfacción al cliente y las innovaciones para poder mantenerse en el negocio. Así pues, es necesario mantener un sistema de gestión de calidad teniendo una visión clara de hacia dónde debe dirigirse la empresa, para así poder superar los obstáculos y mantener el paso hacia el futuro deseado.

Por todo lo expuesto anteriormente, el trabajo investigativo se elaboro de acuerdo con los siguientes capítulos:

El capítulo I, denominado el problema, en el cual se plantea el problema de la investigación, a raíz de ellos surgen ciertas interrogantes que dan paso a la formulación del objetivo general y los objetivos específicos. También contempla la justificación e importancia y los alcances de la investigación a través de la conceptualización y operalización de las variables.

Seguidamente, el capítulo II, donde se explica el marco teórico, en el cual se exponen antecedentes de la investigación, relacionados a estudios previos universitarios expuestos anteriormente y que tienen cierta relación con el problema planteado. Asimismo, comprende las bases teóricas donde se citan distintos autores sobre los conceptos y puntos relevantes del tema de estudio y los objetivos planteados.

El capítulo III, está dirigido a describir e interpretar la naturaleza de la investigación estableciendo el tipo y diseño de la misma, tomando en cuenta los puntos de vista de distintos autores.

Luego, el capítulo IV, referido al análisis de la investigación, consiste en interpretar cada uno de los objetivos para obtener respuestas a las interrogantes surgidas en el planteamiento del problema.

El capítulo V, desarrolla las conclusiones obtenidas y las posibles recomendaciones al problema a juicio de los autores.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

La historia del Control de Calidad es tan antigua como la industria misma, durante la edad media el mantenimiento de la calidad se lograba gracias a los prolongados periodos de capacitación que eran exigidos por los aprendices, la misma generaba un sentido de orgullo a los trabajadores por la obtención del producto de calidad; para la época de la revolución industrial los productos eran mas complejos es por esto que para su elaboración las labores se fueron haciendo mas especializadas y era necesario revisar los productos en cuanto concluyan su fabricación.

Para inicios del siglo XIX se hizo evidente el reconocimiento del valor del control de calidad más adelante se establecieron conferencias, publicaciones y cursos de capacitación en todo el mundo, sin embargo Japón fue uno de los países pioneros en colocar estas técnicas en práctica logrando así ser reconocida como una potencia mundial.

La practica de la gerencia de control de calidad se expandió por todo el mundo, está según **Dale H. Besterfield (1995)**, en su libro control de la calidad lo define como: *“la aplicación de técnicas y esfuerzos para lograr mantener y mejorar la calidad de un producto o un servicio, implica la integración de las técnicas y actividades relacionadas entre si.” (p.15)*

El Control de la calidad total es una combinación de técnicas que son aplicadas en cualquier empresa o entidad en el mundo, siendo las empresas manufactureras una de las principales donde el control de la calidad de los productos que salen al mercado debe ser impecable, las empresas manufactureras son aquellas donde la materia prima es transformada en un producto final, en Venezuela juegan un papel importante dentro de la economía, ya que perciben grandes ingresos gracias al consumo de los clientes venezolanos, se puede definir ingreso como las cantidades que recibe una

empresa por la venta de sus productos o servicios (ingresos empresariales) y por otra puede hacer referencia al conjunto de rentas recibidas por los ciudadanos.

En Venezuela, los consumidores son muy exigentes a la hora de elegir un producto ya que no solo necesitan un producto de calidad si no que buscan precios accesibles obteniendo así una mayor rentabilidad, y siendo este un país donde constantemente la inflación se incrementa, existe una gran competitividad en el mercado de productos. En la actualidad, se ha expresado un incremento de los costos de producción internos significativamente mayores que los que enfrentan los productores foráneos, con lo cual la producción nacional pierde competitividad. El control de precios al disminuir la rentabilidad del establecimiento manufacturero se ha visto envuelto en una barrera para la inversión porque sin una rentabilidad adecuada no hay nueva inversión.

Al observar esta situación en el País que las empresas manufactureras se encuentra en una situación donde se restringe el crecimiento de la capacidad productiva, es por esto que se analizará si el mejoramiento continuo del Sistema de Gestión de Calidad Total influye en la generación de ingresos logrando mantener la satisfacción del cliente (consumidor) en una empresa manufacturera venezolana.

H. James Harrington (1996), *“Cómo incrementar la calidad y productividad en su empresa”*, cuyo texto servirá de base para éste estudio. Por ende con ésta investigación se verificará: Cómo se puede obtener la satisfacción del cliente mediante la rentabilidad y la participación en el mercado de un producto manufacturado en el país (incremento de la calidad del producto y/o la reducción del costo de fabricación), manteniendo el mejoramiento continuo a través del Sistema de Gestión de Calidad Total en las empresas manufactureras venezolanas.

1.2 Interrogantes.

- ¿Cuáles son las normativas correspondientes a los Sistemas de Gestión de Calidad Total?
- ¿Cómo lograr la satisfacción del cliente?
- ¿Cómo mantener la mejora continua del Sistema de Gestión de Calidad Total?
- ¿Qué controles de calidad son llevados por las empresas manufactureras en Venezuela?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Analizar la influencia del sistema de Gestión de Calidad Total en los ingresos de las empresas manufactureras en Venezuela.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Señalar las normativas correspondientes a los Sistemas de Gestión de Calidad Total.
- Señalar como satisfacer al cliente mediante la rentabilidad y la participación en el mercado.
- Identificar las mejoras continuas en un Sistema de Gestión de Calidad.
- Señalar los controles de calidad que son empleados en empresas manufacturas en el país.

1.4 Justificación e Importancia

Con ésta investigación se pretende verificar como la rentabilidad y la participación en el mercado de un producto manufacturado bajo un Sistema de Gestión de Calidad influye en la satisfacción del cliente y los ingresos de la empresa.

Es importante entender que cuando se habla de un sistema de gestión total de calidad se toma en cuenta como planificar, organizar, controlar, liderar, etc. La Calidad Total pretende, teniendo como idea final la satisfacción del cliente, obtener beneficios para todos los miembros de la empresa. Por tanto, no sólo se pretende fabricar un producto con el objetivo de venderlo, sino que abarca otros aspectos tales como mejoras en las condiciones de trabajo y en la formación del personal.

Considerando que sólo las mejores empresas que ofrezcan la mejor calidad en sus productos sobrevivirá en un mundo donde la competencia está a la orden del día. La competencia es inminente y es claro que el cliente por lo general optará por la mejor opción. Es por esto que las empresas manufactureras venezolanas deben optar por la implementación de diversos métodos para el control administrativo de la calidad.

Toda empresa manufacturera nacional que posea preparativos para el control, debe llevar a cabo las siguientes actividades principales:

- Ejecución de las especificaciones de calidad
- Planeación de la inspección
- Determinación de las técnicas y el equipo de medición

Todos los miembros de la organización son responsables de la calidad de los productos y servicios, la calidad total requiere del compromiso de la organización de proporcionar motivación continua y actividades de capacitación, las mejoras más

importantes de calidad provienen de ideas del personal al realizar actividades de mejoras de procesos, los programas de calidad total requieren el compromiso de la alta dirección, Cada integrante de la organización tiene que poder controlar su propio proceso y ser completamente responsable de la calidad.

Es por esto que con esta investigación se busca garantizar a largo plazo la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad de una organización; por la ventaja competitiva que produce brindar a los clientes la calidad en bienes y servicios que ellos reciben como tal, y la eliminación de todo tipo de desperdicios. Esto se logra, con la participación activa de todo el personal, bajo nuevos estilos de liderazgo, siendo la estrategia, responder a la necesidad de transformar los productos, servicios, procesos, estructura y cultura de las organizaciones, para asegurar su futuro.

Dando así a conocer como se puede obtener una producción de calidad así garantizar la satisfacción del cliente y su continuo consumo de la producción de la empresa, esto es de gran importancia para una empresa ya que estaría logrando su principal beneficio que son los ingresos percibidos por esas ventas.

1.5 Sistema de variables

Sampieri P. 75 “Es una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse”. (S/P)

Un Sistema de Variable se puede definir como *“todo aquello que se va a medir, controlar y estudiar en una investigación o estudio”*. (pp.)

<http://www.rena.edu.ve/cuartaEtapa/metodologia/Tema6c.html>

Según **Aponte, Jesús. (2.007)** *“Las variables son características o propiedades que poseen las personas, animales, objetos o cosas, y que pueden variar de unos a otros. Pueden ser de carácter Cualitativo o Cuantitativo, Continuas o Discontinuas, Explicativas y Externa”*. (pp.)

<http://www.mailxmail.com/curso-elaboracion-proyectos-investigacion/sistema-variables>

Según **Zorrilla (S/F)**, Introducción a la metodología de la investigación, *“una variable es una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible a medirse, ella se aplica a un grupo de personas u objetos los cuales pueden adquirir diversos valores respecto a la variable”* (pp. 107) de esta forma se constata que son atributos, rasgos, cualidades o propiedades que se dan en individuos, grupos u objetos.

Las variables son los elementos que van a medir, controlar y estudiar dentro del problema formulado, de allí que se requiera la posibilidad real y cierta de que se puedan cuantificar. Ese trabajo de manejarlas, insertarlas en cuadros, manipularlas en los instrumentos del caso conceptual y operacional.

En las variables es importante conocer sus dimensiones, deben plantearse el problema, tiene una relación directa con los objetivos específicos formulados en el proyecto de investigación.

1.5.1 Variable Conceptual

El Manual Para la Elaboración, Presentación y Evaluación de los trabajos de grado de la Universidad Santa María (USM) (2001) señala que la variable en cuestión es la *“es la expresión del significado que el investigador le atribuye y con ese sentido debe entenderse durante todo el trabajo”*.

De acuerdo con **Muñoz, C. (1998)**, en la obra *Cómo Elaborar y Asesorar una Investigación de Tesis*, se señala que una variable conceptual es “*la expresión del significado que el investigador le atribuye y con ese sentido debe entenderse durante todo el trabajo*” (S/P).

De acuerdo con **Romero, Benito. (2007)** una variable conceptual se define como “*aquella que conforma la estructura de un objeto*”. (pp.)

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:aO1rmlhjukJ:www.sli-deshare.net/aalva1959/tallermetodologico125869+VARIABLE+CONCEPTUAL+METODOLOGIA&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=ve>

Según **Balestrini, Mirian. (1997)** “*una variable es un aspecto o dimensiones que adquiere distintos valores y por lo tanto varía*” (pp.113)

La variable conceptual es propia de cada autor, ya que la misma se atribuye al significado que pueda darle el mismo a su investigación, permite visualizar la estructura que se busca estudiar y es de vital importancia darle el enfoque adecuado para obtener así una investigación de calidad y que pueda ser

CUADRO N° 1

IDENTIFICACIÓN Y DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES

Objetivos Específicos	VARIABLES	Definición	Fuentes
Señalar las normativas correspondientes a los Sistemas de Gestión de Calidad Total en Venezuela.	Las Normativas correspondientes a los Sistemas de Gestión de Calidad Total en Venezuela.	Normativa: La normativa se refiere al establecimiento de reglas o leyes, dentro de cualquier grupo u organización.	Bibliográficas
Señalar como satisfacer al cliente mediante la rentabilidad y la participación en el mercado	Satisfacer al cliente mediante la rentabilidad y la participación en el mercado	Cumplir alguien o algo ciertas condiciones o exigencias	Bibliográficas
Identificar las mejoras continuas que se presentan en un Sistema de Gestión de Calidad.	Las mejoras continuas que se presentan en un Sistema de Gestión de Calidad.	Mejoras: Incremento de la calidad de una institución, programa o actividad.	Bibliográficas
Señalar los controles de calidad que son empleados en empresas manufactureras en el país.	Los controles de calidad que son empleados en empresas manufactureras en el país	Controles: conjunto de acciones o mecanismos definidos para prevenir o reducir el impacto de los eventos que ponen en riesgo la adecuada ejecución de los procesos, requeridos para el logro de los objetivos de la Corporación.	Bibliográficas

Fuentes: Autores del 2012

1.5.2 Variable Operacional

Reynolds, (1971) establece que las variables operacionales “*constituyen el conjunto de procedimientos que describe las actividades que un observador debe realizar para recibir las impresiones sensoriales (sonidos, impresiones visuales o táctiles, etc.), que indican la existencia de un concepto teórico en mayor o menor grado.*” (p. 52).

En otras palabras, especifica qué actividades u operaciones deben realizarse para medir una variable., Una definición operacional dice que para medir esta variable, hay que hacer esto y esto otro (nos indica los pasos a seguir). Por ejemplo, la definición operacional de la variable “temperatura” sería el termómetro (con las respectivas instrucciones de cómo medir e interpretar la temperatura). Implica necesariamente el manejo de los indicadores que aportarán elementos importantes a la hora de las conclusiones.

Dimensiones de las variables: son los grandes bloques estructurales de la variable susceptible de ser descompuesta en los indicadores.

Los indicadores constituyen el conjunto de actividades o características propias de un concepto o enunciado, son elementos específicos y concretos. Los indicadores precisan la información, la cuantifican y de alguna manera la detallan y conducen al conocimiento real y exacto de la información, y después ser manejadas en bloque, como un resultado total, a partir de cual se puedan extraer conclusiones parciales que unidas a los otros cuadros pueden dar una información aproximada a la hipótesis formulada.

De Sabino, C. (1994), la publicación titulada, *Cómo Hacer una Tesis*, señala que las variables operacionales son *“Establece las normas y procedimientos que seguirá el investigador para medir las variables en su investigación”*. (S/P)

De acuerdo con **Romero, Benito. (2007)**, una variable operacional *“conforma las dimensiones de las variables conceptuales y constituyen el elemento mediable u operacional.”* (pp.)

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:aO1rmlhjukJ:www.sli-deshare.net/aalva1959/tallermetodologico125869+VARIABLE+CONCEPTUAL+METODOLOGIA&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=ve>

Según **Balestrini, Mirian. (1997)**, la definición *“operacional de la variable, implica seleccionar los indicadores contenidos, de acuerdo al significado que se le ha otorgado a través de sus dimensiones a la variable de estudio. Esta etapa del proceso de operacionalización de una variable debe indicar”* (pp.114) de manera precisa el que, cuando y como de la variable y de las dimensiones que las contiene”.

Analizando lo anteriormente descrito podemos decir que las variables operacionales forman un conjunto de indicadores que el autor va a aplicar a medida que avance en su investigación, se debe entender que se lo que se está estudiando, tomar en cuenta fundamentalmente las dimensiones que posee dicha variable, como lo vamos a estudiar y cuando, esto le permite al autor tener de forma organizada sus ideas a la hora de la elaboración de su investigación.

**CUADRO N° 2
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.**

Objetivos Específicos	Variables	Dimensión	Indicadores	Fuentes
Señalar las normativas correspondientes a la estandarización de los Sistemas de Gestión de Calidad Total en Venezuela.	Las normativas correspondientes a los Sistemas de Gestión de Calidad Total en Venezuela.	Bibliotecas Gerencias Economía	Conocimientos Cultura Evaluar las Diversas Normativas	Bibliográficas
Señalar como satisfacer al cliente mediante la rentabilidad y la participación en el mercado	Satisfacer al cliente mediante la rentabilidad y la participación en el mercado	Cultura Administración Economía Gerencia	Estrategias Desempeño de la Gerencia Rentabilidad y Mercado	Bibliográficas
Identificar las mejoras continuas que se presentan en un Sistema de Gestión de Calidad.	Las mejoras continuas que se presentan en un Sistema de Gestión de Calidad.	Administración Economía Gerencia Contabilidad Finanzas	Estrategias Financieras Ética Evaluar el Desempeño del Sistema de Gestión de Calidad	Bibliográficas
Señalar los controles de calidad que son empleados en empresas manufactureras en el país.	Los controles de calidad que son empleados en empresas manufactureras en el país	Administración Economía Gerencia Contabilidad Finanzas	Estrategias Experiencias Resultados Análisis de los Procesos	Bibliográficas

Fuentes: Autoras 2011

CAPITULO II

MARCO TEORICO

Esta sección del marco teórico es el presenta la información que se tomara como base para el desarrollo de las investigación, esto con el fin del que el investigar tenga de donde soportarse al momento del desarrollo del tema; esto permitirá el análisis de hechos conocidos así como el estudio o búsqueda de aspectos que no han sido tratados con relevancia.

Balestrini (1998) *“es el resultado de la selección de aquellos aspectos mas relacionados con el cuerpo teórico-epistemológico, que se asume, referidos al tema específico elegido para su estudio. De allí que su racionalidad, estructura lógica y consistencia interna, va a permitir el análisis de los hechos conocidos, así como, orientar la búsqueda de otros datos relevantes”*

2.1 Antecedentes de la investigación

Hernández Liseth, Rojas Maggi (2011) en su obra titulada, **“Implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad Basado en los Requisitos de las Normas ISO 9001:2008 para la Empresa Movilca”** para obtener el título de Licenciadas en Administración en la Universidad de Oriente.

Objetivo General: *“Implementar un sistema de gestión de calidad basado en las normas ISO 9001:2008 para la empresa Movilca.”* (p.26)

Hernández y Rojas finalmente concluyen que *“En el control de calidad juega un papel importante dentro de la empresa ya que se permite controlar los parámetros críticos de los procesos que tienen defectos en la calidad y desempeño del producto. A la vez brinda a o los operarios criterios claros para verificar la calidad de su trabajo.”* (p.87)

Según los autores la norma ISO 9001:2008 puede aplicarse en cualquier organización independientemente de su tamaño o sector, que busque mejorar sus funciones, que sin importar su tamaño o ramo al que se dedique llevar un Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma ISO 9001:2008 que le permita mejorar la calidad del producto y la confianza de los consumidores.

Cálale María, Yendez Fernando (2011) en su obra titulada, **“Aplicación del Modelo de la Calidad “EFQM” en la Empresa “Makro Comercializadora” para Optar al Premio Europeo a la Calidad”** para obtener el título de Licenciados en Administración en la Universidad de Oriente.

Objetivo General: *“Adaptar el modelo de Calidad European Foundation for Quality Management (E.F.Q.M) a la Empresa Makro Comercializadora radicada en la Ciudad de Puerto. La Cruz, para optar al premio Europeo a la calidad”* (p.9)

Kalale y Yendez finalmente concluyen que: *El hecho de implantar un nuevo sistema de gestión de calidad acarrea muchos costos a la empresa y son costos que la misma no está dispuesta a aceptar por la misma naturaleza estratégica con que la tratan sus socios, es decir, si no hay ganancia no vale la pena la inversión y luego de observar su*

inestabilidad en el mercado la implantación de un modelo como el EFQM sería una pérdida de dinero para la organización. (p.60)

Según lo mencionado por los autores reflejo que la implementación del sistema de la gestión de la calidad es sumamente costosa en su aplicación, y que para este caso la empresa considero que los costos que se necesitaban para la ejecución de la misma no eran necesarios, ya que si no se percibe un beneficio no es rentable su aplicación.

Carrasquel Julio, Figueroa Carmen (2007) en su obra titulada, “**Estudio de la Calidad del Servicio del Cafetín de Ingeniería de la Universidad de Oriente**” para obtener el título de Licenciados en Administración en la Universidad de Oriente.

Objetivo General: *“Determinar la calidad del servicio del cafetín de Ingeniería de la Universidad de Oriente”.* (p.150)

Carrasquel y Figueroa finalmente concluyen que: *El conocimiento del cafetín de ingeniería es “Muy Aceptable”, pues el nivel de calidad del servicio del cafetín obtenido, así como el aseo, la presentación del personal que laboran en el cafetín, las instalaciones, y el tiempo de atención es negativo, pues corresponden a valores que se ubican dentro de la escala previamente diseñada, en la tendencia de poco aceptable.* (p.164)

Según lo mencionado por estos autores el servicio prestado en el cafetín de ingeniería de la Universidad de Oriente satisface en poca medida las expectativas y necesidades de los estudiantes que lo frecuentan y que el usuario no está completamente a gusto con el servicio

Cedeño Patricia, Bolívar Daniel (2007) en su obra titulada, “**Normas ISO 9001:2000 Aplicadas al Sector de Producción**” para obtener el título de Licenciados en Administración en la Universidad de Oriente.

Objetivo General: *“Implantar la norma ISO 9001:2000 en el sector de producción”*. (p.25)

Cedeño y Bolívar finalmente concluyen que *“un Sistema de Gestión de Calidad está referido básicamente a la evaluación de la manera como se lleva a cabo las cosas y llevando un registro de los resultados. Además nunca han existido dos organizaciones iguales, es por esto que los resultados que son obtenidos en una, no son garantía de que ocurra en otra.”* (p.125)

Según lo mencionado por estos autores la implementación de la norma ISO 9001:2008 en una organización puede arrojar excelentes resultados en una organización, no es garantía que en otra se obtengan iguales resultados.

Concepción Bernal Balbuena & Ivette García Fernández (2004) en su obra titulada: **“Propuesta de un Plan de Calidad Total para la Empresas “Artesanías Navideñas Selectas” (A.N.S)”**, para obtener el título de Licenciatura de Administración de Empresas en la Universidad de las Américas Puebla en México.

Objetivo General: *“Elaborar una propuesta para la implementación de un plan de calidad total a la empresa artesanía navideñas la ventaja competitiva y la mejora continua de la misma”* (pp.2)

Concepción Bernal Balbuena y Ivette García Fernández concluyeron que: *El diagnostico así como la propuesta del plan de calidad presentadas en esta tesis se elaboraron exclusivamente para la empresa artesanías navideñas selectas (ANS) y será aplicable solamente a esta, así mismo dicho resultados serán presentados a la gerencia de la misma, para estudiar la posibilidad de ser implantados.”*

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/bernal_b_c/

Según lo mencionado por los autores la implementación de la propuesta de un plan de calidad total para las empresas artesanías navideñas selectas dependerán de los dueños en el momento y tiempo que ellos consideren pertinente se considera adecuado el seguimiento y el monitoreo en caso de la implantación de la presente.

Christian Barroeta y Oscar Méndez (2003) en su obra titulada: **“Diagnostico Organizacional de la Gasolinera “La Recta” para Realizar la Propuesta de Implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad Basado en la Norma**

180:9001:2000”, para obtener el título de Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad de las Américas Puebla en México.

Objetivo General: *“Propuesta para la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma ISO 9001 edición 2000 aplicado para una gasolinera del grupo Angelópolis”* (pp.3)

Christian Barroeta y Oscar concluyeron que: *“La obtención de una certificación ISO 9001:2000 por parte de una estación de servicio, no es difícil de lograr, pues los puntos que no se cumplen como dicta la norma, son mínimos se encuentran en el manejo de los documentos por parte de la administración. Es posible entonces realizar una auditoría en forma para obtener una certificación ISO 9001:2000”* (pp.73)

Según lo mencionado por los autores para la obtención de la certificación ISO 9001:2000 no es complicado obtenerla, y si en algunos casos se incumplen con lo dictado por la norma son mínimos, son manejados por la administración. Así como también la posible realización de una auditoría para la obtención de una certificación ISO 9001:2000.

Jorge Alfonso Bogarín Díaz y José Jesús Huerta Palma(2004) en su obra titulada: **“Propuesta para la Implementación de una Mejora Continua Basada en el Sistema Seis Sigma en Nissautos Cholula S.A de C.V.”**, para obtener el título de Licenciatura en Administración de Empresas en México.

Objetivo General: *“Proponer implementar un sistema de mejora continua, a través de SEIS SIGMA para la agencia Nissautos Cholula, S.A. de C.V. y lograr que los clientes se sientan identificados con la marca y con la agencia mediante su satisfacción”* (pp.2)

Jorge Alfonso Bogarín Díaz y José Jesús Huerta Palma, finalmente concluyen: *“Por esto se le propone que tenga una mayor mejora continua para que se trate de retener a los clientes en la agencia, muchos de sus procesos se pueden mejorar así como también puede mejorar su gente y sus dirigentes”* (pp.91)

Según lo mencionado por los autores la mejora continua si no es bien dirigida puede ser un fracaso, que es de gran importancia dentro de la empresa puede y debe ser más eficiente.

2.2 Bases teóricas.

2.2.1 Modelos gerenciales

El **Lcdo. Jhon Larry Rueda Gómez (2008)** en su blog en internet, señala que: *“Los Modelos Gerenciales son estrategias de gestión organizacionales que se utilizan en la dirección y desarrollo del sistema y procesos de la misma. Todo modelo es una representación de una realidad que refleja, por lo que en Gerencia, como en otras ciencias, los modelos determinaran una pauta, una base de sustento que a la larga permite el desarrollo orientado de la empresa u organización en general que lo utiliza.”*

<http://larryadministracion.blogspot.com>

En la publicación realizada por **Silvia Patricia (2008)** define: *“Los modelos gerenciales son estrategias de gestión que se desarrollan en la dirección y desarrollo del sistema estratégico de una empresa u organización. El origen de los modelos gerenciales recae en las teorías administrativas.”*

<http://programasdemejoramientoadmon.blogspot.com/2008/07/modelos-gerenciales.html>

Los modelos gerenciales son estrategias de gestión que realiza la dirección para el desarrollo de sistemas y procesos para las organizaciones. Los modelos gerenciales determinaran el progreso y el éxito que logre una empresa.

De los diferentes modelos gerenciales existentes, éste trabajo se desarrollará con base al de La Calidad Total; pero antes de describirlo, es necesario conocer los otros modelos para identificarlos:

2.2.1.1 Modelo Gerencial Kaizen

Nubia Rojas (2010) en el portal web dice que *“El mejoramiento en marcha que involucra a todos alta administración, gerentes y trabajadores.”*

<http://www.degerencia.com/articulos>

Mauricio Lefcovich (2011) consultor en Administración de Operaciones y Estrategia de Negocios y especialista en Kaizen y Seis Sigma en su blog de internet hace referencia a que el sistema Kaizen, significa *“Mejora continua que involucra a todos y que es pues un sistema integral y sistémico destinado a mejorar tanto a las empresas, como a los procesos y actividades que las conforman, y a los individuos que son los que las hacen realidad.”*

<http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/040810083831.html>

El objetivo es mejorar para dar al cliente o consumidor el mayor valor agregado, mediante una mejora continua y sistemática de la calidad, los costes, los tiempos de respuestas, la variedad, y mayores niveles de satisfacción. La filosofía fundamental que le da vida y sobre la cual se basa el Kaizen es la búsqueda del camino que permita un armonioso paso y utilización de la energía. Es por ello que el Kaizen tiene por objetivo fundamental la eliminación de todos los obstáculos que impidan el uso más rápido, seguro, eficaz y eficiente de los recursos en la empresa. Obstáculos como roturas, fallas, falta de materiales e insumos, acumulación de stock, pérdidas de tiempo por reparaciones, falta de insumos o tiempos de preparación, son algunos de los muchos que deben ser eliminados.

El Kaizen no por simple es menos efectivo, habiendo revolucionado con su cambio estratégico de perspectiva todos los paradigmas existentes en occidente. Paradigmas que le costaron y aun le cuestan muy caro a las empresas occidentales.

El modelo Kaizen ayuda a las empresas a alcanzar la producción magra, o sea generar un máximo de producción con un mínimo de recursos, satisfaciendo elevados niveles y exigencias en materia de calidad y servicio.

El sistema Kaizen, iniciado por Toyota en Japón y conocido en Occidente como Sistema de Producción Toyota, ha sido reconocido como la tecnología de mayor eficacia, por parte de los hombres de negocios del primer mundo. El Kaizen es una cultura de la mejora continua centrada en la eliminación de los desperdicios y despilfarros en todos los sistemas y procesos de una organización.

Hoy en día la palabra KAIZEN es de gran relevancia en varios idiomas, ya que trata sobre la filosofía se basa en que “hoy mejor que ayer, mañana mejor que hoy” **Kaizen**, significa "cambio para mejorar" o "mejoramiento" en japonés; el uso común de su traducción al castellano es "mejora continua" o "mejoramiento continuo”

Etimología:

Los caracteres originales para esta palabra son 改善 (pronunciado *Kaizen* en japonés; *gǎishàn* en chino), donde:

- 改 (*kai* en japonés, *gǎi* en chino) significa 'cambio' o 'la acción de enmendar'.
- 善 (*Zen* en japonés, *shàn* en chino) significa 'bueno' o 'beneficioso'.

“Beneficioso” está más relacionado con la filosofía budista, que da la definición de un beneficio común, de la sociedad y no de intereses individuales (mejora multilateral). En otras palabras, una persona no se puede beneficiar a expensas de otra. El beneficio que concierne a este concepto debe ser sustentable (para siempre), Zen o Shan es un término que refleja un acto realmente altruista, que beneficie a otros.

Kaizen es lo opuesto a la complacencia. Kaizen es un sistema enfocado en la mejora continua de toda la empresa y sus componentes, de manera armónica y proactiva. El Kaizen surgió en el Japón como resultado de sus imperiosas necesidades de superarse a sí misma de forma tal de poder alcanzar a las potencias industriales de occidente y así ganar el sustento para una gran población que vive en un país de escaso tamaño y recursos. Hoy el mundo en su conjunto tiene la necesidad imperiosa de mejorar día a día. La efusión ambiental, el continuo incremento de la población a nivel mundial y el agotamiento de los recursos tradicionales más fácilmente explotables, hacen necesaria la búsqueda de soluciones, las cuales sólo podrán ser alcanzadas mediante la mejora continua en el uso de los recursos en un mundo acostumbrado al derroche y el despilfarro.

2.2.1.2 Justo a Tiempo.

El **Lcdo. Jhon Larry Rueda Gómez (2008)** en su blog en internet, señala que *“La metodología de la producción justo a tiempo es utilizada en empresas que utilizan el modelo de la calidad total como procedimiento para gestionar y reducir el tiempo en la elaboración de sus productos terminados.”*

<http://larryadministracion.blogspot.com>

Nadira Haridat, Frank Flores, Adriana Gómez, July Torres, definen modelo gerencial Justo a tiempo como: *“Es una filosofía industrial, que considera la reducción o eliminación de todo lo que implique desperdicio en las actividades de compras, fabricación, distribución y apoyo a la fabricación (actividades de oficina) en un negocio”.*

[http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/040119150618-T iacute.html](http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/040119150618-T%20iacute.html)

Tiene como objetivo un procesamiento continuo, sin interrupciones de la producción. Conseguir este objetivo supone la minimización del tiempo total necesario desde el comienzo de la fabricación hasta la facturación del producto.

Este modelo surge por las debilidades que tiene el sistema de valoración tradicional, de los retrasos en el proceso de fabricación al producir cantidades de productos en exceso de la demanda corriente, debido a la utilización de modelos basados en la determinación de las cantidades económicas de pedido.

La filosofía del justo a tiempo tiene una visión dinámica de como optimizar la producción, basando sus fundamentos en la minimización de las tareas que no añaden valor sin preocuparse mucho por la optimización y tamaño de los lotes de producción.

Beneficios del justo a tiempo:

- Disminuyen las inversiones para mantener el inventario.
- Aumenta la rotación del inventario.
- Reducen las pérdidas de material.
- Ahorro en los costos de producción.
- Menor espacio de almacenamiento.
- Se evitan problemas de calidad, cuello de botella. Problemas de coordinación, proveedores no confiables etc.
- Toma de decisiones en el momento justo.
- Cada operación produce sólo lo necesario para satisfacer la demanda.
- No existen procesos aleatorios ni desordenados. Los componentes que intervienen en la producción llegan en el momento de ser utilizados.

2.2.1.3 Modelo Gerencial Reingeniería

Jhon Larry Rueda Gómez (2008), en su blog define:

“La reingeniería es un nuevo enfoque que analiza y modifica los procesos básicos de trabajo en el negocio. En realidad, las perspectivas de la reingeniería pueden ser muy atractivas para la gente de negocios, pues le permitirá aplicar a plenitud todos sus conocimientos en sus empresas, con el propósito de hacerlos más efectivos: mayor rapidez, mayor cantidad, mayor calidad, menores costos, mayores ganancias.”
<http://larryadministracion.blogspot.com>

Según **Hammy & Champy** definen reingeniería como: *"Es el método mediante el cual una organización puede lograr un cambio radical de rendimiento medido por el costo, tiempo de ciclo, servicio y calidad, mediante la aplicación de varias herramientas y técnicas enfocadas en el negocio como una serie de procesos del producto principal del negocio."* (S/P)

La reingeniería es la modificación de los procesos y técnicas que se aplican para lograr el producto principal del negocio; así aumentar el rendimiento de la empresa con el fin de reducir costos, tiempo, mejorar la calidad, producir mayor cantidades de producto, ofrecer un mejor servicio y aumentar las ganancias de la organización.

2.2.1.4 Modelo Gerencial Benchmarking

Según **Iván Escalona Moreno** señala que *"En el entorno empresarial, el término "Benchmarking" se utiliza en la actualidad para hacer referencia a un instrumento de mejora que, integrado con otras técnicas de gestión de calidad, va mucho más allá de la simple comparación entre empresas o departamentos."*

Según **Spendolini, (1992)** define modelo gerencial benchmarking como: *"Es un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones que son reconocidas como representantes de las mejores prácticas, con el propósito de realizar mejoras organizacionales."*

<http://www.monografias.com/trabajos6/rein/rein.shtml>

El modelo gerencial benchmarking es un proceso de mejora continuo y a largo plazo, para evaluar y comparar entre empresas, departamento u operaciones de aquellas organizaciones que se considere como líderes y competencia en el mercado.

2.2.1.5 Modelo Gerencial Outsourcing

Para **Robertson & Rothery, (1997)**, señalan lo siguiente: *“El outsourcing es una estrategia que consiste en transferir la planeación, administración y operación de funciones a una tercera parte independiente, donde el proveedor funge como una extensión del cliente para dirigir las funciones que no son foco del negocio o actividad modular”*. (Pag.18)

Nohora Ligia Heredia Viveros en su libro titulado **Gerencia de compras: La nueva estrategia competitiva (2006)**. Establece que al Outsourcing se le puede definir como: *“Es una megatendencia que se está imponiendo en la comunidad empresarial de todo el mundo y consiste básicamente en la contratación externa de recursos anexos, mientras la organización se dedica exclusivamente a la razón de su negocio. El Outsourcing hasta hace tiempo era considerado simplemente como un medio para reducir significativamente los costos; sin embargo en los últimos años ha demostrado ser una herramienta útil para el crecimiento de las empresas.”* (Pág. 60)

Hoy en día el "Outsourcing" constituye factor esencial de las políticas estratégicas de la organización. Todas las empresas disponen de un cuadro de proveedores que actúan como subcontratistas que suplen los procesos, productos o servicios que complementan el negocio principal.

Proceso planificado de transferencia de actividades para que éstas sean realizadas por subcontratistas o terceros. Opera a través de la asociación entre una compañía principal y un tercero, a quien se le delega procesos que no generan valor agregado al negocio principal de la empresa.

2.2.1.6 Modelo Gerencial Empoderamiento

Edgar Eslava Arnao (2004), define como: *“El empoderamiento es una estrategia gerencial que nos ayudará a enfrentar estos retos y desafíos en la dirección y administración moderna en especial de nuestro principal activo el capital humano.”* <http://www.gestiopolis.com/canales3/ger/empgesemp.htm>

Eslava Arnao, E. (2006), define como empoderamiento: *“Es la facultad de dar poder a la gente para decidir y actuar con responsabilidad y compromiso. En los momentos actuales, constituye una herramienta gerencial fundamental para romper los viejos modelos mentales de liderazgo metacéntrico y autoritario que está orientado a dirigir y controlar a la gente.”*
<http://www.psicologiacientifica.com/bv/psicologia-32-1-empowerment-en-la-gestion-gerencial.html>

Más que un modelo, Se refiere a la libertad que los trabajadores sienten cuando se les otorga poder y facultades. El empoderamiento es la participación en el poder; es decir, la delegación de poder o autoridad a los subordinados. Es además una herramienta utilizada tanto en la calidad total, como en reingeniería, que provee de elementos para fortalecer los procesos que llevan a las empresas a su adecuado desarrollo.

2.2.1.7 Modelo Gerencial Servucción

Según **Oscar Javier Salinas (2000)**, define como Servucción: *“Proceso de elaboración de un servicio, es decir, toda la organización de los elementos físicos y humanos en la relación cliente-empresa, necesaria para la realización de la prestación de un servicio y cuyas características han sido determinadas desde la idea concebida, hasta la obtención del resultado como tal el servicio.”*

<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/no%201/servuccin.htm>

Javier Vargas, Tecnólogo en Administración de Empresa (2009), define: *“El modelo servucción es utilizado para ilustrar los factores que influyen en la experiencia del servicio incluso los que son visibles para el cliente y los que no lo son.”* (pp.)

<http://bienservicio.blogspot.com/2009/05/modelo-molecular-y-servuccion.html>

El neologismo se compone de unir dos términos: “servicio” y “producción” para obtener “producción de servicios” de donde se origina el término “Servucción”. En este modelo se involucra todo un sistema que muestra un servicio como la parte visible de la organización, en que un estilo de gerencia basado en un conjunto de procesos, procedimientos y actividades, orienta las acciones para la fabricación, distribución y consumo un determinado servicio.

2.2.1.8 Modelo Gerencial Prospectiva

Michel Godet (1987), define la prospectiva “Es la anticipación al servicio de la acción.”. (pp. 32).

Según **Doumolin B, Greisiyn (2005)**, define como: *“La prospectiva es una herramienta para manejar el cambio y para afrontar amplios temas relacionados con las habilidades, la cultura, la innovación y las comunicaciones.”* (pp. 24).

La prospectiva no contempla el futuro en la única prolongación del pasado, porque el futuro está abierto ante la vista de múltiples actores que actúan hoy en función de sus proyectos futuros. Para una organización, la prospectiva no es un acto filantrópico sino una reflexión que pretende iluminar la acción y todo aquello que particularmente reviste un carácter estratégico.

2.2.1.9 Modelo Gerencial Planeación Estratégica

Según **López y Correa (2007)**, *“La planeación estratégica es la práctica que consiste en explicar lo que la organización trata de conseguir y como se propone para conseguirlo, teniendo en cuenta el contorno interno y externo”.* (p. 23)

Latorre (1996) define: *La planificación toma su nombre del esfuerzo por comprender el sistema (es decir la organización) como inmerso en un sistema más grande con el cual tiene interrelaciones; los conceptos de **amenaza** y oportunidad, que se utiliza en esta técnica, surge de ver el sistema en su entorno y con el cual tiene relaciones, mientras q los concepto de debilidad y fortaleza se refiere a el análisis interno del sistema.* (p. 190)

Toda empresa diseña planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, esto planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la empresa. Es decir, su tamaño, ya que esto implica que cantidad de

planes y actividades debe ejecutar cada unidad operativa, ya sea de niveles superiores o niveles inferiores.

2.2.1.10 Modelo Gerencial Calidad Total

Guillermo Villacrés Cárdenas (2009), lo define como: *“Modelo estratégico de origen Japonés, el cual promueve una gestión organizacional integral basada en la satisfacción del cliente, a partir de la creación de una cultura, una actitud, un consenso y un ambiente laboral en el que hombre y empresa construyen su propio desarrollo.”*

<http://www.slideshare.net/jcfdezmxmanag/gerencia-estrategica-modelos-gerenciales>

Lcda. Manuela de la C. Valdés Abreu (1998), define como: *La combinación del control estadístico de la calidad, del perfeccionamiento y del planeamiento; la extensión del alcance de los sistemas de calidad a todos los procesos de la organización; la consideración de la calidad como un aspecto estratégico para la vida de la empresa junto a otros avances en esta materia, condujeron a que se le comenzara a denominar de manera genérica gerencia total de la calidad (GTC) a la integración de todos estos elementos en la vida de la organización. A ésta se le conoce también como control, gestión o administración total de la calidad.”*

http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol6_2_98/aci02298.htm

Según **Memo Pérez (2002)**, define: *“La Calidad total es una estrategia que busca garantizar, a largo plazo, la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad de una organización optimizando su competitividad, mediante: el aseguramiento permanente de la satisfacción de los clientes y la eliminación de todo tipo de desperdicios.”*

<http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/caltotalmemo.htm>

Según **Steven Forero (2008)**, define: *“La calidad total es una alusión a la mejora continua, con el objetivo de lograr la calidad óptima en la totalidad de las áreas, es un concepto que explica como ofrecer el mayor grado de satisfacción a un cliente por medio de un bien o servicio, para lograr la calidad total se debe mejorar continuamente en la totalidad del bien o servicio, consiguiendo con ello un bien o servicio de calidad total, medido por la satisfacción total del cliente.”*
<http://modelosgerencialestecnicasmodernas.blogspot.com/>

Kaoru Ishikawa, un autor reconocido de la gestión de la calidad, proporcionó la siguiente definición respecto a la Calidad Total: *“Filosofía, cultura, estrategia o estilo de gerencia de una empresa según la cual todas las personas en la misma, estudian, practican, participan y fomentan la mejora continua de la calidad.”* (S/P)

La calidad total puede entenderse como la satisfacción global aplicada a la actividad empresarial. Consiste en promover un proceso continuo que garantice y asegure el mantenimiento de estándares adecuados (generalmente altos, y según normas establecidas, con es el caso las ISO 9000) los cuales se enfocan al logro de la satisfacción del cliente y del mercado.

2.2.1.10.1 Gerencia de la Calidad Total

2.2.1.10.1.1 Gerencia

Jaime Ariansen Céspedes (2008) define: *“La Gerencia es organizar, ordenar, coordinar y controlar a trabajadores entrenados y responsables, con el fin que en conjunto realicen una tarea específica.”* <http://www.la-gerencia.com/articles/8/1/-QUE-ES-LA-GERENCIA-/Page1.html>

Por su parte **Krygier (1988)**, la define: *“Como un cuerpo de conocimientos aplicables a la dirección efectiva de una organización.” (p.12).*

Morris (1998), establece que: *“La gerencia es esencial y básica en las organizaciones empresariales al tener implícito la necesidad de mejorar el servicio; realizar con calidad los propósitos para los cuales la empresa fue constituida, lo que implica cumplir con sus objetivos.” (p.20)*

Mintzberg (2000), la define como: *“La facultad personal creativa con el agregado de la habilidad en su desempeño, es trabajar a través de individuos y grupos para el logro de los objetivos organizacionales, no obstante, como término es relativamente nuevo originándose en el campo de la administración que se inicia con la aparición de la primera empresa con la revolución industrial.” (p.142)*

Gerencia se puede definir como un proceso que implica la coordinación de todos los recursos disponibles en una organización (humanos, físicos, tecnológicos, financieros), para que a través de los procesos de: planificación, organización, dirección y control se logren objetivos previamente establecidos.

La gerencia es un proceso que involucra a la persona para realizar actividades con los mejores resultados, con el propósito de alcanzar determinados objetivos con eficacia y eficiencia, relacionados con el hecho de lograr las metas, usando el mejor método posible.

2.2.1.10.1.2 Calidad Total

Edwards Deming: *"la calidad no es otra cosa más que "Una serie de cuestionamiento hacia una mejora continua".*

<http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/caltotalmemo.htm>

Dr. J. Juran: la calidad es *"La adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente."*

<http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/caltotalmemo.htm>

Kaoru Ishikawa: *"Desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor".*

<http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/caltotalmemo.htm>

Rafael Picolo, Director General de Hewlett Packard: define *"La calidad, no como un concepto aislado, ni que se logra de un día para otro, descansa en fuertes valores que se presentan en el medio ambiente, así como en otros que se adquieren con esfuerzos y disciplina".*

<http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/caltotalmemo.htm>

Con lo anterior se puede concluir que la calidad se define como un proceso de mejoramiento continuo, en donde todas las áreas de la empresa participan activamente en el desarrollo de productos y servicios, que satisfagan las necesidades del cliente, logrando con ello mayor productividad.

En la calidad se incluye la satisfacción del cliente y se aplica tanto al producto como a la organización. La Calidad Total pretende, teniendo como idea final la satisfacción del cliente, obtener beneficios para todos los miembros de la empresa.

La Gerencia de la Calidad Total es el tipo de actividad que apoya a una organización, y en la que todos sus miembros operan con el interés de perfeccionar continuamente su trabajo para lograr la satisfacción total de las necesidades de sus usuarios/clientes. Su objetivo central radica en obtener resultados con un alto nivel de calidad en todos los aspectos del trabajo individual o de las operaciones de la organización en su conjunto.

La Gerencia de la Calidad Total (GCT) considera a los clientes como el elemento rector al que se subordina toda la actividad de la organización y de la realización correcta de todas las tareas desde el primer momento. La Gerencia de la Calidad Total, comienza con el establecimiento de la visión, la misión, los valores y la estrategia de trabajo de la organización y culmina con el análisis y perfeccionamiento de la organización en general. Esta actividad está presente durante el ciclo completo de trabajo de la institución y requiere tanto del conocimiento de las necesidades de los clientes-usuarios, como de la evaluación continua de los productos, de los servicios y de los procesos con el fin de perfeccionarlos.

El enfoque de la calidad total considera la satisfacción simultánea de todos aquellos a los que el trabajo de la organización afecta: accionistas, clientes y empleados, ya sean administrativos o no, así como del ambiente de la institución. Los accionistas buscan un rendimiento en sus inversiones, los clientes esperan productos y servicios de calidad, mientras que los empleados se empeñan en mejorar su nivel de vida. A este fenómeno se le denomina tríada de la calidad.

2.2.1.10.2 Sistema de Gestión de Calidad

2.2.1.10.2.1 Sistemas

Según **De Zuani, Elio Rafael (2002)**, define sistema como: *“Un conjunto organizado que representa un todo armónico en donde cada una de sus entidades o partes componentes están unidas y ordenadas de un modo lógico que encadena su acción hacia un objetivo determinado.”* (p.122)

Para **Jonson, Kast y Rosenzweig**, sistemas es: *“Un todo organizado o complejo; un conjunto o combinación de cosas o partes, formando un todo complejo o unitario.”* (p.116)

Según **Mario Bunge (1999)**, define como: *“Un sistema es un objeto cuyos componentes se relacionan con al menos algún otro componente; puede ser material o conceptual.”* (p.196)

Para **Lucrecia Boland, Fernanda Carro (2007)**, el concepto de: *“Sistema se vincula a la idea de una unidad compleja integrada por varias partes que sirven a un fin común.”* (p.30)

Un sistema es un conjunto de elementos organizados que interaccionan. La interacción entre los elementos es vital para que un conjunto de elementos se pueda considerar un sistema. Un sistema tiene metas como objetivos. Además de la interacción.

Los sistemas representan a las organizaciones como un conjunto complejo de partes interdependiente que interactúan para adaptarse a un entorno en constante cambio, con el fin de lograr sus objetivos.

2.2.1.10.2.2 Gestión de Calidad

Para **Caballano Alcántara (S/F)**, define gestión de calidad como: *“Es el conjunto de actividades de la función general de la dirección que determinan la política de la calidad, los objetivos, las responsabilidades, y se implantan por medios tales como la planificación de la calidad, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y la mejora de la calidad dentro del marco del sistema de calidad.”*

<http://www.caballano.com/ca.htm>

Según **François Pillou (2004)**, define gestión de calidad: *“Se refiere a la implementación de un plan empresarial basado en un procedimiento de calidad que involucra a todos los empleados, es decir una estrategia completa por la cual una compañía entera usa todos los recursos para satisfacer a sus beneficiarios en términos de calidad, costo y plazo. Se debe desarrollar un "espíritu de calidad" y todos deben compartirlo para que la gestión de calidad total tenga éxito.*

<http://es.kioskea.net/contents/qualite/qualite-introduction.php3>

Según el **Portal de la Cátedra de Calidad (UPV/EHU) (S/F)**, define: *“La Gestión de Calidad es una filosofía adoptada por organizaciones que confían en el cambio orientado hacia el cliente y que persiguen mejoras continuas en sus procesos diarios.”*

<http://www.kalitate-katedra.ehu.es/p211->

[content/es/contenidos/informacion/introduccion/es_introduc/definicion_gestion.html](http://www.kalitate-katedra.ehu.es/p211-content/es/contenidos/informacion/introduccion/es_introduc/definicion_gestion.html)

Según **Definiciones ABC (S/F)**, en su portal de internet, define gestión de calidad como: *“Aquel conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre sí y a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma.”*

<http://www.definicionabc.com/economia/gestion-de-calidad.php>

Un sistema de gestión de la calidad es la forma en la que una empresa o institución dirige y controla todas las actividades que están asociadas a la calidad. Las partes que componen el sistema de gestión son:

- Estructura organizativa: departamento de calidad o responsable de la dirección de la empresa.
- Cómo se planifica la calidad
- Los procesos de la organización
- Recursos que la organización aplica a la calidad
- Documentación que se utiliza

Que una empresa tenga implantado un sistema de gestión de la calidad, sólo quiere decir que esa empresa gestiona la calidad de sus productos y servicios de una forma ordenada, planificada y controlada.

2.2.1.10.3 Satisfacción al Cliente

2.2.1.10.3.1 Satisfacción

Según el **Diccionario de la Lengua Española (2005)** define a la satisfacción como: *“Cumplimiento de una necesidad, deseo, pasión, etc.”* (pp.)

<http://www.wordreference.com/definicion/Cumplimiento>

Según la página web **definición.de (2008)** define satisfacción: “*Satisfacción, del latín satisfactio, es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Este verbo refiere a pagar lo que se debe, saciar un apetito, sosegar las pasiones del ánimo, satisfacer exigencias, premiar un mérito o deshacer un agravio.*” (pp.)

<http://definicion.de/satisfaccion/>

Según el **Diccionario Enciclopédico Vox 1 (2009)** define la satisfacción: “*Acción y efecto de satisfacer, reparación de una deuda o de una ofensa o acción con que se responde enteramente a una queja.*” (pp.)

<http://es.thefreedictionary.com/satisfacci%C3%B3n>

Según el portal web **Exitoya.com (2008)** define a la satisfacción como: *La satisfacción es siempre satisfacción con algo (o alguien) que tiene que ver, a su vez con algo que se quiere (que se espera, que se desea, etc.) y con lo que se entra en relación a la espera de un cierto efecto. Para que exista satisfacción como algo sentido en un sujeto, debe haber al menos una intención en otro alguien de realizar una acción determinada provocadora de un determinado resultado que sea valorado como positivo o no, como "satisfactor" o no.* (pp.)

<http://www.exitoya.com/glosario.htm>

Analizando lo anteriormente la satisfacción entonces no estaría dada sólo como una sensación o estado individual y único, aunque esa es su esencia, sino que sería esa sensación o estado único e irrepetible que se produce en cada sujeto dado el desarrollo de todo un complejo proceso tanto interno como externo de la persona. Entiéndase, no es apenas una evaluación desde lo personal, sino también desde lo social, desde y con el otro, desde lo que como sujetos pertenecientes a grupos sociales determinados, sentimos de un modo o de otro.

2.2.1.10.3.2 Clientes

Según la página web **marketingpower.com (1999)** define cliente como: *“El cliente es el comprador potencial o real de los productos o servicios.”* (pp.)

http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=C

Según **Kotler, Philip (2003)** el cliente es *“Aquel por quién se planifican, implementan y controlan todas las actividades de las empresas u organizaciones, llegaremos a la conclusión de que no está demás revisar su definición de vez en cuando para no olvidarnos quién realmente es el cliente.”* (pp. 8)

En el **Diccionario de Marketing, de Cultural S.A (1999)** encontramos que cliente es un: *“Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía”.* (pp.)

<http://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>

Según **Barquero, José Daniel (2007)** menciona lo siguiente: *“La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la persona que depende de, es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer.”* (pp.1)

Cliente es aquel individuo o institución que realiza una compra de algún bien o servicio para satisfacer sus necesidades, existen distintos tipos de clientes en mercado, entre ellos se encuentran: los clientes activos son los que, en la actualidad, concretan compras de manera frecuente y los clientes inactivos, en cambio, hace

tiempo que no realizan una compra por lo que es probable que estén satisfaciendo sus necesidades con la competencia.

Otra clasificación agrupa a los clientes en clientes satisfechos o clientes insatisfechos. Esto quiere decir que los clientes tiene necesidades que la empresa o el vendedor debe satisfacer y que, al momento de concretar la compra del producto o el pago del servicio, el cliente tiene expectativas por aquello que adquirió. Si las necesidades no son satisfechas o las expectativas no son cumplidas, es muy probable que el cliente deje de comprar.

Por otra parte la satisfacción del cliente conforma un concepto primordial a entender según **Thomson, Ivan (2005)** plantea que la satisfacción del cliente es:

Es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc...) de las empresas exitosas. (pp.)
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/satisfaccion-cliente.htm>

2.2.1.10.4 Rentabilidad

Según el diccionario de **Términos Financieros (2011)** define la rentabilidad como: “La obtención de beneficios o ganancias provenientes de una inversión o actividad económica.” (pp.)

<http://www.terminosfinancieros.com.ar/definicion-rentabilidad-69>

Según **Gitman (1997)** dice que rentabilidad: *“Es la relación entre ingresos y costos generados por el uso de los activos de la empresa en actividades productivas. La rentabilidad de una empresa puede ser evaluada en referencia a las ventas, a los activos, al capital o al valor accionario.”* (pp.)

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:6kEAYd3LPUUJ:www.monografias.com/trabajos72/factores-rentabilidad-decisiones-financieras/factores-rentabilidad-decisiones-financieras.shtml+definicion+de+rentabilidad&cd=5&hl=es&ct=clnk&gl=ve>

Por otra parte **Aguirre et al. (1997)** considera que la *“Rentabilidad como un objetivo económico a corto plazo que las empresas deben alcanzar, relacionado con la obtención de un beneficio necesario para el buen desarrollo de la empresa.”* (pp.)

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:6kEAYd3LPUUJ:www.monografias.com/trabajos72/factores-rentabilidad-decisiones-financieras/factores-rentabilidad-decisiones-financieras.shtml+definicion+de+rentabilidad&cd=5&hl=es&ct=clnk&gl=ve>

Para **Sánchez (2002)** la rentabilidad: *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 ciertos resultados. En la literatura económica, aunque el término se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo.* (pp)

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:6kEAYd3LPUUJ:www.monografias.com/trabajos72/factores-rentabilidad-decisiones-financieras/factores-rentabilidad-decisiones-financieras.shtml+definicion+de+rentabilidad&cd=5&hl=es&ct=clnk&gl=ve>

Es por esto que la rentabilidad juega un papel fundamental en cualquier empresa o mecanismo que aplique un recurso humano, material y financiero para obtener un producto final, la rentabilidad hace referencia a que el proyecto de inversión de una empresa pueda generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista.

2.2.1.10.5 Mercado

Según **Méndez, Cynthia (2003)** define mercado como: *“Son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto. Los mercados son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores.”* (pp.)

<http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>

Según **Stanley Jevons (S/F)** afirma que *“Los comerciantes pueden estar diseminados por toda la ciudad o una región, sin embargo constituir un mercado, si se hallan en estrecha comunicación los unos con los otros, gracias a ferias, reuniones, listas de precios, el correo, u otros medios”.* (pp.)

<http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>

Según el portal web **Definicion.de (2008)** define mercados como: *“El mercado es el ambiente social o virtual que propicia las condiciones para el intercambio de bienes y servicios. También puede entenderse como la institución u organización mediante la cual los oferentes (vendedores) y los demandantes (compradores) establecen una relación comercial con el fin de realizar transacciones, acuerdos o intercambios.”* (pp.) <http://definicion.de/mercado/>

Según **Vergara, Kervin (2010)** define mercado como: “*Un mercado es un conjunto de acuerdos por medio de los cuales los compradores y los vendedores entran en contacto para intercambiar bienes y servicios. Algunos mercados (tiendas y puestos de frutas) requieren la coincidencia física del vendedor y el comprador. Otros mercados (la Bolsa de valores) operan a través de intermedios (los brokers) que realizan transacciones en nombre de sus clientes.*” (pp.)
<http://www.tueconomia.net/demanda-oferta-y-mercado/definicion-objetivo-mercado.php>

Mercado es el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores y vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales. Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque. Tras la aparición del dinero, se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en última instancia, dieron lugar a las modernas empresas nacionales e internacionales. A medida que la producción aumentaba, las comunicaciones y los intermediarios empezaron a desempeñar un papel más importante en los mercados.

2.2.1.10.6 Ingresos Obtenidos por las Empresas

2.2.1.10.6.1 Ingresos

Según **Salcedo, Isaac (2003)**, La definición de Ingreso: “*Cantidad de dinero que una persona recibe en efectivo o en cheque proveniente de sueldos, salarios, intereses, renta o cualquier otra fuente.*” (pp.)

<http://www.monografias.com/trabajos13/glocult/glocult.shtml>

Según **Zavala, Erika (2001)**, define ingreso como: *“Cualquier partida u operación que afecte los resultados de una empresa aumentando las utilidades o disminuyendo las pérdidas. No debe utilizarse como sinónimo de entradas en efectivo, ya que éstas se refieren exclusivamente al dinero en efectivo o su equivalente que se recibe en una empresa sin que se afecten sus resultados”*. (pp.)
<http://www.monografias.com/trabajos7/cofi/cofi.shtml>

Según la página web **definición.de (2008)**, define ingresos: *“En sentido económico, los ingresos son los caudales que entran en poder de una persona o de una organización. Un sujeto puede recibir ingresos (dinero) por su actividad laboral.”* (pp.) <http://definicion.de/ingresos/> definición.de

Según **La Enciclopedia de la Economía (S/F)** el ingreso se puede definir como: *“Valor de las ventas o cifra de negocios. El ingreso total de la empresa de un determinado período de tiempo se obtiene multiplicando la cantidad de producto vendida por su precio, en el caso de la producción simple, y sumando los ingresos producidos por los diferentes productos, en el caso de la producción conjunta o compuesta”*. (pp.)
<http://www.economia48.com/spa/d/ingreso/ingreso.htm>

Los ingreso son las cantidades monetarias que recibe una empresa o un individuo, ya sea por la venta de bienes o servicios prestados, el mismo se considera fundamental ya que con la obtención del mismo se puede cubrir necesidades u obtener lo deseado para lograr así la satisfacción de necesidades.

2.2.1.10.6.1.1 Tipo de Ingresos

Según **Fuentes, Ángel Antonio (2011)**, Los tipos de Ingresos se clasifican en:

- **Ingreso Único:** Es el ingreso que se recibe una sola vez al realizar una determinada actividad. Por ejemplo: Usted vende un inmueble y recibe una comisión que es su ingreso por el esfuerzo de venderlo, pero este no se lo dan todos los meses sino en esa sola ocasión, ya que su ingreso se detiene hasta la próxima venta, otro ejemplo puede ser que usted es ingeniero (a) y realice una obra, usted recibe su ingreso cuando cumple el contrato.

- **Ingreso Lineal:** Es su salario. La mayoría de las personas trabajan todos los días entre 8 y 12 horas y reciben un salario, es su sueldo mensual que no importa que trabaje más o menos siempre recibe lo mismo, pero además si faltara algunos días, eso se descuenta del salario mensual.

- **Ingreso Residual:** Es el ingreso que se obtiene sin necesidad de trabajar para obtenerlo. Los ricos y adinerados no trabajan por dinero sino que hacen que el dinero trabaje para ellos. Ellos se enfocan en hacer un ingreso residual poniendo personas a trabajar para ellos por un sueldo fijo. Sin embargo ellos reciben un ingreso mes a mes sin tener ellos que hacer el trabajo directamente, por eso es residual. (pp.) <http://finanzagdi.angelantonio.ws/?p=100>

Según **Zavala, Erika (2001)**, plantea que los tipos de ingresos son:

- **Ingreso Acumulable:** aquel que debe adicionarse a otros para causar un impuesto, como ejemplo se puede mencionar el que si una empresa obtiene un ingreso por la venta de los productos que fabrica y por la renta de una parte de sus inmuebles, ambos ingresos deben acumularse para que, ya consolidados, causen el impuesto correspondiente.

- **Ingreso Bruto:** aquel que no considera disminuciones por ningún concepto; Ingreso Total.

- **Ingreso Corriente:** aquel que proviene de fuentes normales, estables o propias del giro de una entidad.

- **Ingresos Exceptuados:** aquellos que, por disposición de la ley del Impuesto Sobre la Renta, no deben gravarse aún cuando provengan de situaciones que la propia ley señala como hechos generadores de un crédito fiscal; como ejemplo se pueden señalar los que provengan de

contratos de arrendamiento prorrogados por disposición de la ley (rentas congeladas) aún cuando los ingresos por arrendamiento sí están gravados.

- Ingresos Exentos: aquellos que perciben algunos causantes específicamente mencionados en una ley y que no deben pagar el impuesto a que la misma ley se refiere.

- Ingreso Global Gravable: cantidad neta sobre la que las empresas causan el impuesto sobre la renta.

- Ingreso Gravado: aquel que sí genera el pago de impuesto, a diferencia del ingreso exento.

- Ingreso Marginal: aquel que se obtiene con relación a una cantidad adicional a las presupuestadas.

- Ingreso Semi-Gravado: aquel que genera el pago del impuesto, pero en proporción menor a la generalidad. (pp.)

<http://www.monografias.com/trabajos7/cofi/cofi.shtml>

Según **Mendoza, Sergio (2007)**, explica los tipos de ingresos:

- Ingreso ganado: Es el ingreso más común y el que conoce la mayoría, es simplemente el ingreso que obtenemos por alguna clase de empleo o algún negocio propio en el cuál trabajamos de manera activa. Para obtener este ingreso debemos dedicar muchas horas del día por lo cual está limitado a 24 horas al día y al umbral de esfuerzo físico y mental que un ser humano pueda alcanzar.

- Ingreso de portafolio: Es el ingreso obtenido de activos en papel como acciones bursátiles, opciones sobre acciones, fondos de inversión, instrumentos de deuda, posiciones en mercado de divisas y metales, etc.

- Ingreso pasivo: Son ingresos obtenidos sin necesidad de aplicarle mucho tiempo, posiblemente minutos o una hora al día. A diferencia de los ingresos activos lo cuáles requieren nuestra presencia los ingresos pasivos se generan aún estando durmiendo. Debido a que no requieren mucho tiempo de nuestra parte las posibilidades son ilimitadas. El ejemplo típico de ingresos pasivos son los ingresos derivados por bienes raíces. Adicionalmente y gracias al auge de internet los negocios desarrollados en el cyber espacio constituyen otra forma de ingreso pasivo y los cuáles tienen aún enormes oportunidades por explorar. (pp.)

<http://sergiomendoza.wordpress.com/2007/02/11/diferentes-tipos-de-ingreso/>

Según **Kiyosaki, Robert (2004)** explica cuáles son los tipos de Ingresos:

- **Ingreso Activo:** Este tipo de ingreso es el que nosotros obtenemos gracias a nuestro esfuerzo diario, ya sea por nuestro empleo o por llevar a cabo un negocio, en el cual nosotros estamos involucrados directamente. Dicho negocio no funcionaría sin nuestra presencia. Son los ingresos que obtenemos gracias a: honorarios, un empleo o comisiones.
- Ingreso Pasivo:** Este tipo de ingresos se logra cuando nosotros no estamos involucrados directamente con la acción para generar dinero, es cuando el dinero trabaja para nosotros y no nosotros trabajar por dinero. En este tipo de ingresos logras tener tu negocio o inversiones en automático y obtienes ganancias aún sin estar presente físicamente o cuando estas de vacaciones. Este tipo de ingreso es el que obtenemos gracias a: Utilidades, intereses, conceptos de renta etc. (pp.) <http://logra-ingresos.blogspot.com/2007/12/tipos-de-ingresos.html>

Cada autor plantea distintas formas de ver los ingresos, este siempre va a depender de la actividad económica que se esté realizando, las empresas en particular manejarán distintos tipos de ingresos y esto las hará ser vulnerables primordialmente por su posición en el mercado, cuando observamos a un individuo que trabaja por realizar una labor específica su ingreso será su salario que será su remuneración obtenida por desempeñar su trabajo, es por esto que observamos distintos tipos de ingresos pero esto siempre será determinado por la actividad que se esté desempeñando.

2.2.1.10.7 Normas ISO 9000

ISO es el término científico para igual, por lo tanto las organizaciones certificadas de acuerdo con la norma ISO 9000 tienen una cantidad igual a las de sus colegas. En Estados Unidos el American National Standards Institute (ANSI) adoptó las normas con el respaldo y la cooperación de la American Society for Quality

(ASQ) estas normas tienen reconocimiento a nivel mundial en más de 100 países, incluyendo a Japón.

2.2.1.10.7.1 Normas

Según **James R., Evans y Lindsay, William M. (S/F)** definen las normas ISO 9000 como: *“normas de los sistemas de calidad, con base en la premisas de ciertas características genéricas de las prácticas administrativas que se pueden estandarizar, y que un sistema de calidad bien diseñado, bien implantado y administrado con cuidado ofrece la confianza de que los resultados van a cubrir las necesidades y expectativas de los clientes”*. (pp. 128)

Según **Pelayo, Carlos (1999)** define a las normas ISO 9000: *“en actualidad a nivel mundial las normas ISO 9000 y ISO 14000 son requeridas, debido a que garantizan la calidad de un producto mediante la implementación de controles exhaustivos, asegurándose de que todos los procesos que han intervenido en su fabricación operan dentro de las características previstas. La normalización es el punto de partida en la estrategia de la calidad, así como para la posterior certificación de la empresa”*. (pp.)

<http://www.monografias.com/trabajos/iso9000/iso9000.shtml>

Según **Chávez, Lila (2010)** define a las normas: *“El conjunto de Normas ISO 9000 constituyen una familia de normas internacionales y guías de la calidad con reconocimiento mundial que se conforman como la base para el establecimiento de un Sistemas de Gestión de Calidad”*. (pp.)

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Normas-Iso-900/548120.html>

Según **D'Angelo, Francisco (S/F)** define a estas normas como: *“La Organización Internacional para la Estandarización es la agencia especializada en la estandarización más grande a nivel mundial, establecida en 1947 con la finalidad de promover la estandarización internacional para facilitar el intercambio de bienes y servicios así como de desarrollo científico y tecnológico”*. (pp.)

ldc.usb.ve/~abianc/materias/ci4712/ISO_9000-3.pdf

Cuando se habla de las normas ISO 9000 se hace énfasis en la calidad y gestión continua de la misma. Se pueden aplicar en cualquier tipo de organización o actividad orientada a la producción de bienes o servicios. Las normas recogen tanto el contenido mínimo como las guías y herramientas específicas de implantación, como los métodos de auditoría, estas normas se han convertido en parte fundamental en la actualidad en todas las empresas del mundo, ya que beneficia a las mismas al darle los parámetros necesarios para obtener productos y servicios de calidad dándole una gran ventaja en el mercado frente a otros competidores.

2.2.1.10.7.2 Propósito de la Norma ISO 9000

Según **López, Carlos (2001)** las normas ISO 9000 buscan: *“Proporcionar elementos para que una organización pueda lograr la calidad del producto o servicio, a la vez que mantenerla en el tiempo, de manera que las necesidades del cliente sean satisfechas permanentemente, permitiéndole a la empresa reducir costos de calidad, aumentar la productividad, y destacarse o sobresalir frente a la competencia”*. (pp.)

<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/27/ISO.htm>

Según **Pelayo, Carlos (1999)** expone el propósito de las ISO 9000: *“Estas normas fueron escritas con el espíritu de que la calidad de un producto no nace de controles eficientes, sino de un proceso productivo y de soportes que operan adecuadamente. De esta forma es una norma que se aplica a la empresa y no a los productos de esta. Su implementación asegura al cliente que la calidad del producto que él está comprando se mantendrá en el tiempo”*. (pp.)

<http://www.monografias.com/trabajos/iso9000/iso9000.shtml>

Según **Chávez, Lila (2010)** habla del propósito de las ISO 9000 Sistemas de Gestión de la Calidad establece: *“Estas son un punto de partida para comprender las normas y define los términos fundamentales utilizados en la familia de normas ISO 9000, que se necesitan para evitar malentendidos en su utilización”*. (pp.)

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Normas-Iso-900/548120.html>

Según **D'Angelo, Francisco y otros (S/F)** menciona que el propósito principal de esta norma es: *“Garantizar la calidad del producto, evitar costos de inspecciones finales, costos de garantías y reprocesos, reducir el número de auditorías de los clientes a los procesos de producción, lograr una mayor aceptación por parte del cliente y acogida en los mercados tanto nacionales como internacionales”*. (pp.)

ldc.usb.ve/~abianc/materias/ci4712/ISO_9000-3.pdf

Aunque la implementación de esta norma ha sido un trabajo arduo para todos aquellos que ejecutaron su elaboración, su implementación en gran cantidad de empresa genera grandes ventajas entre las siguientes:

- Estandarizar las actividades del personal que trabaja dentro de la organización por medio de la documentación
- Incrementar la satisfacción del cliente
- Medir y monitorizar el desempeño de los procesos
- Disminuir re-procesos
- Incrementar la eficacia y/o eficiencia de la organización en el logro de sus objetivos
- Mejorar continuamente en los procesos, productos, eficacia, etc.
- Reducir las incidencias de producción o prestación de servicios.

Esto forma grandes empresas para desarrollar una buena economía en los países que la aplican alrededor del mundo.

2.2.1.10.7.3 Normas COVENIN

Comisión Venezolana de Normas Industriales

Es el organismo encargado de programar y coordinar las actividades de normalización y calidad en Venezuela. Para llevar a cabo el trabajo de elaboración de normas, la COVENIN constituye comités y comisiones técnicas de normalización, donde participan comisiones gubernamentales y, no gubernamentales relacionadas con un área específica.

Según **La Norma 2000-87 (S/F)** define a la COVENIN como: *“la norma venezolana COVENIN es el resultado de un laborioso proceso, que incluye la consulta y estudio de las normas internacionales, regionales y extranjeras, de asociaciones o empresas relacionadas con la materia, así como de las investigaciones de empresas o laboratorios, para finalmente obtener un documento aprobado por consenso de los expertos y especialistas que han participado en el mismo. (pp.)*

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:F82diVr8RIYJ:www.aqc.com.ve/NormasCOVENIN/NormasCoveninCOVEN.htm+NORMAS+COVENIN+que+son&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ve>

2.2.1.10.8 Empresas Manufactureras

Según **Garza, Juan (1999)** define a las empresas manufactureras: *“son aquellas transforman esa materia prima en productos terminados, los cuales pueden ser bienes de consumo final, o bienes de producción.” (pp.)*

<http://html.rincondelvago.com/clasificacion-de-empresas.html>

Según **Blanca, Estela (2005)** define a las empresas manufactureras: *“Son aquellas que transforman las materias primas en productos terminados y pueden ser de dos tipos: empresas que producen bienes de consumo final y empresas que producen bienes de producción.” (pp.)*

<http://www.monografias.com/trabajos20/empresa/empresa.shtml>

Las empresas manufactureras son aquellas que la materia prima que utiliza pasa por un proceso de transformación para obtener un producto o varios productos, estas empresas son el pilar de muchas economías a nivel mundial, sus procesos pueden de consumo final: Producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades del consumidor. Por ejemplo: prendas de vestir, muebles, alimentos, aparatos eléctricos, etc. O de producción: estas satisfacen a las de consumo final. Ejemplo: maquinaria ligera, productos químicos, etc.

CAPITULO III

3. MARCO METODOLOGICO

El marco metodológico es de gran importancia y necesaria en toda investigación para definir el desarrollo de la misma; debido a que brinda una serie de técnicas que llevarán a los objetivos propuestos en la investigación; esta se relaciona con las bases evidentes que orientaran al investigador por el camino que debe seguir para dicho proceso, además le ofrece las herramientas necesarias para saber si lo que está haciendo le da resultados o no. En este capítulo se hace énfasis en cada uno de los aspectos relacionados con la metodología que haya sido seleccionada para desarrollar la investigación, los cuales deben estar justificado por el investigador. Este debe tener sus bases que se observaran representadas mediante las citas textuales de autores que enmarcan el tema ya que es aquí donde se evidencia el “cómo” de la investigación.

3.1 Modelo de la Investigación:

La investigación tiene un modelo cualitativo, explorativo.

Para **Ruiz citado en Tamayo (1.998)**, el modelo de investigación cualitativo *“Pretende describir e interpreta más que medir y predecir; persigue conocer cómo se produce los procesos en su entorno natural y cómo se constituye tales procesos a través de las interpretaciones que hacen de sus actividades los protagonistas”* (pp. 21)

Ortiz U. (2004) investigación cualitativa *“Es el tipo de investigación que tiene como base la interpretación, comprensión y entendimiento.”* (pp.92)

De acuerdo con **Rudy Mendoza Palacios** (2.011) señala “*La metodología cualitativa, como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible*”. (pp.)

<http://www.monografias.com/trabajos38/investigacion-cualitativa/investigacion-cualitativa.shtml>

De acuerdo con **Gregorio Rodríguez Gómez y otros** (1.996) en el señala “*...la investigación cualitativa no es tarea que se asocie a un momento dado en el desarrollo del estudio. Más bien, resulta el fruto de todo el trabajo de investigación.*

En ocasiones el problema de investigación se define, en toda su extensión, sólo tras haber completado uno o varios ciclos de preguntas, respuestas y análisis de esas respuestas. (...) Al investigador cualitativo le pedimos que ofrezca, no una explicación parcial a un problema –como el modo que presenta un determinado conjunto de variables condición la forma en que se nos muestra otro conjunto de variables– sino una comprensión global del misma”. (pp.)

<http://metodoinvestigacion.wordpress.com/2008/02/29/investigacion-cualitativa/>

Según **Sabino, C. (1.994)** señala “*Son investigaciones explorativas aquellas que sólo se proponen alcanzar una visión general, aproximativa, del tema en estudio.*” (pp. 92)

Para **Méndez C. (1.992)** define el carácter exploratorio como: *“el conocimiento previo que tiene el investigador sobre el problema planteado, los trabajos realizados por otros investigadores, la información no escrita que poseen personas que por su relato pueden ayudar a reunir y sintetizar sus experiencias”*. (pp.65)

Según **Murillo, William (2.004)** en su trabajo de investigación define a las investigaciones explorativas como: *“Recibe este nombre la investigación que se realiza con el propósito de destacar los aspectos fundamentales de una problemática determinada y encontrar los procedimientos adecuados para elaborar una investigación posterior. Es útil desarrollar este tipo de investigación porque, al contar con sus resultados, se simplifica abrir líneas de investigación y proceder a su consecuente comprobación”*. (pp.)

<http://www.monografias.com/trabajos15/invest-cientifica/invest-cientifica.shtml>

Padrón, José (2.002) define: *“investigaciones exploratorias obedece a un criterio centrado en las intenciones del sujeto, mientras que las descriptivas y otras más obedecen a un criterio centrado en el producto de trabajo (sistemas descriptivos, explicativos, etc.)”*. (pp.)

<http://reocities.com/Athens/rhodes/7714/InvestExploratorias.htm>

3.2 Tipo y Diseño de la Investigación

Tomando las bases necesarias para realización del trabajo, fue seleccionada la modalidad de Investigación Documental descriptiva por el gran contenido de consultas bibliográficas realizadas.

Sin embargo, es importante destacar que una investigación documental se puede definir como parte esencial de un proceso de investigación científica, constituyéndose en una estrategia donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades (teóricas o no) usando para ello diferentes tipos de documentos. Indaga, interpreta, presenta datos e informaciones sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, una metódica de análisis; teniendo como finalidad obtener resultados que pudiesen ser base para el desarrollo de la creación científica.

De acuerdo con lo descrito por **Ander - Egg (1992)**, *“la investigación documental es el procedimiento científico y sistemático de indagación, recolección, organización e interpretación de datos extraídos de fuentes documentales sobre un determinado tema. Basándose en esta definición, la investigación documental va más allá del simple proceso de recolección de datos. Deben ser organizados de manera coherente de acuerdo a la proyección del tema de investigación y ser analizados e interpretados de acuerdo a las diferentes interrogantes que se presenten sobre el tema y cumpliendo con lo planteado en los Objetivos Generales y Específicos.”* (pp.57)

Según **Arias Fidias (2.006)**, “La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos

secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos”. (pp.27)

Según **Alfonso (1.995)** señala: *“La investigación documental es un procedimiento científico, un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema. Al igual que otros tipos de investigación, éste es conducente a la construcción de conocimientos”*. (pp. 24)

Ortiz Frida y García, María (2.006) La investigación documental es *“la presentación de un escrito formal que sigue una metodología reconocida. Esta investigación documental se asigna en cumplimiento del plan de estudios para un curso de preparatoria o de pre-grado en la universidad.”* (pp.)

<http://www.universitas.net.ve/biblioteca/datos/documental.pdf>

Sampieri (1.998), *“los estudios descriptivo buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Mide y evalúa diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómenos a investigar”* (pp.60)

Sampieri (1.998) *“en un estudio descriptivo se seleccionan una serie de cuestiones y se mide cada una de ellas independientemente. Para así describir lo que se investiga”*. (pp.60)

La investigación es de carácter documental descriptiva, sin recurrir a procesos experimentales y basándose fundamentalmente en fuentes escritas.

Según **Murillo, William (2.004)** en su trabajo de investigación define a las investigaciones descriptivas como: *“Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio. Al igual que la investigación que hemos descrito anteriormente, puede servir de base para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad”*. (pp.)
<http://www.monografias.com/trabajos15/invest-cientifica/invest-cientifica.shtml>

Rodríguez, Rubén (S/F) La investigación descriptiva: *“comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente. La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho, y su característica fundamental es la de presentación correcta”*. (pp.)

<http://www.mitecnologico.com/Main/DefinicionTipoInvestigacion>

3.3 Recolección de Información:

De acuerdo con **Héctor Figueredo** (2011) en un artículo publicado señala lo siguiente con respecto a la recolección de información:

“Esta etapa consiste en acudir a diversos lugares informativos como archivos, bibliotecas, hemerotecas, librerías, videotecas, filmotecas, mu-seos, institutos de investigación, Internet, etcétera. Para ello es importante tener presentes las diversas fuentes que nos pueden ser útiles en la tarea de recabar información para nuestra investigación”.
(pp.) <http://html.rincondelvago.com/recoleccion-de-informacion.html>

Para la búsqueda de información que sustenta y la base teórica del proceso de esta investigación, se utilizó las fuentes primarias en términos de libros, revistas que incluyen las fuentes que aportan información original entre el autor y el lector. Otras fuentes secundarias fueron Internet y direcciones World Wide Web, por ser el más novedoso esquema de organización de información y acceso a servicios de Internet.

En esta investigación documental se inicia con una planificación de actividades y elaboración de un plan de trabajo, la ejecución se llevo a efecto, a través de selección, localización y registro de la información sobre el tema seleccionado, posteriormente se analizó el contenido.

3.3.1 Procedimiento y lineamiento del estudio.

Como se puede observar de acuerdo a lo descrito en líneas anteriores, el diseño de la investigación es de tipo bibliográfico. El hecho de trabajar con materiales ya elaborados de tipo secundario determina lógicamente las principales ventajas e inconvenientes de este diseño. El principal beneficio que el investigador obtiene

mediante una indagación bibliográfica puede cubrir una amplia gama de fenómenos ya que sólo tienen que basarse en los hechos a los cuales el mismo tiene acceso sino que puede extenderse para abarcar una experiencia inmensamente mayor.

Según lo explica **Sabino (2000)**, *“esta ventaja se hace particularmente valiosa cuando el problema requiere de datos dispersos en el espacio que sería imposible obtener de otra manera. (pp.45)*

Esta ventaja nítida que se obtiene en cuanto a la amplitud de los temas que es posible examinar mediante la bibliografía tiene la contrapartida de una dificultad que puede llegar a ser muy significativa según los casos. La duda sobre la calidad del material secundario está siempre presente y por más que se utilicen procedimientos específicos para tratar de solventar la situación, es difícil decir que se puede trabajar con estos datos con entera seguridad. Para reducir este margen de incertidumbre, conviene asegurarse de las condiciones concretas en que han sido obtenidos los datos, estudiar en profundidad cada información para descubrir incoherencias y contradicciones, utilizar a la vez varias fuentes distintas cotejándolas cuidadosamente y en general, regirse por una sana dosis de escepticismo”. (pp.45.)

El procedimiento empleado para la realización del trabajo de investigación se puede describir de la siguiente manera. Tal como lo explica **Morales (1994)**, *“Como siempre, al realizar una investigación se debe considerar previamente el contenido del proceso científico y los requisitos impuestos al realizar esta actividad. De esta forma se cumplieron con los pasos referidos a la concepción del problema, planeamiento de la investigación, ejecución o desarrollo, evaluación o análisis de los datos y comunicación de los resultados. (pp.155)*

Las exigencias señaladas en líneas anteriores corresponden al conocimiento del tema o asunto a investigar, conocimientos generales sobre la metodología científica, plan o proyecto de investigación y los recursos con que se cuenta para llevar a cabo el proyecto. De esta forma, se puede describir el proceso utilizado como sigue:

- Indagación en los antecedentes: se debe tener en cuenta que no existe campo del conocimiento completamente nuevo o inexplorado, toda creación o descubrimiento toma elementos del pasado y así lo exige la ética científica. Soslayar esta sección es inexcusable y no realizar una exhaustiva revisión de la literatura conduce a errores significativos y se desaprovecha la posibilidad de efectuar un trabajo original y metodológicamente sano. Se efectuó una revisión exhaustiva de las Tesis de Grado que existían en relación al tema en estudio y se tomaron los más idóneos para el caso; de igual forma se estudiaron los antecedentes existentes en relación al tema en estudio, las teorías y tratados especializados en relación al tema, la cual fue realizada en forma racional y sistemática, comenzando por las obras más generales, recientes y sencillas y siguiendo hacia las más específicas, antiguas y complejas. Igualmente se consultó a especialistas que pudieron orientar sobre las lecturas más apropiadas.

- Adopción de una teoría o desarrollo de una perspectiva: se indagó profundamente en el tema, buscando su significado, las implicaciones, la relación del tema en estudio con otras áreas del conocimiento, su relación con teorías filosóficas, políticas, sociológicas, pedagógicas, etc. Determinadas ya las herramientas conceptuales se analizó si los conceptos involucrados podrían ser tomados o no como variables, intentando en todo caso, esquematizar las relaciones que con base a esas simplificaciones pudiera alcanzarse una visión sintética a desarrollar después.

- Construcción del marco teórico: esta tarea fue realizada en su mayor parte por escrito, por borradores o apuntes iniciales los cuales fueron el principal instrumento de esta fase de trabajo, los cuales posteriormente convenientemente organizados y redactados pasaron a integrar el cuerpo expositivo final de la obra. De igual manera, examinado ya el problema desde un punto de vista general, se enfatizó la clarificación de los conceptos a emplear, elaborando definiciones provisionales, delimitando significados, elaborando esquemas de trabajo y precisando nociones vagas o confusas. Posteriormente se elaboró un análisis crítico de toda la información recopilada.

Tal y como señalan **Hochman y Montero (1995)** *“el análisis crítico viene a ser la culminación del trabajo comenzando con la presentación resumida y consiste en la apreciación definitiva de un texto, a partir de los elementos hallados en el mismo. A partir del resumen analítico, se habrán dejado al descubierto el orden de las ideas del autor, los argumentos que las soportan, la coherencia entre ellas, los errores u omisiones que puedan haber, cotejando el plan encontrado con un plan lógico ideal”*. (pp.283)

Para obtener la información que sustenta este trabajo de investigación, se asistió a bibliotecas y otros centros de documentación. El procesamiento de la información se realizó a través de la técnica del fichaje, la cual según **Muñoz (1998)** consiste en *“... hacer la recopilación de datos y anotar las observaciones, hechos y todo tipo de información de interés relacionada con el trabajo de la investigación...”* (pp.158).

Se denominan fuentes de información a diversos tipos de documentos que contienen datos útiles para satisfacer una demanda de información o conocimiento. La clasificación principal de las fuentes es por el tipo de contenido de cada una, con independencia del formato o medio físico en que se presentan. De acuerdo a lo anterior, se pueden distinguir las siguientes categorías más importantes:

- Monografías.
- Obras de consulta o de referencia.
- Publicaciones periódicas.
- Cine de ficción.
- Cine educativo y documental.
- Imágenes fotográficas y audiovisuales.
- Las fuentes son publicadas en distintos formatos o medios físicos: Impresos (papel, plástico), medios electrónicos magnéticos (cintas de video, discos de computadora) y ópticos (discos compactos), y medios fotográficos

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Normativas correspondientes a los sistemas de gestión de la calidad total.

Según **Monzón y Prendes (2004)** define sistema de gestión de calidad como: *“Es un sistema de gestión para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad (ISO9000:2000), por lo tanto, está integrado en las operaciones de la empresa u organización y sirve para asegurar su buen funcionamiento y control en todo momento.”*

<http://www.monografias.com/trabajos27/implantacion-sistemas/implantacion-sistemas.shtml#sistemas>

Para **Rafael Mateo (2010)**, define:

Un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) no es más que una serie de actividades coordinadas que se llevan a cabo sobre un conjunto de elementos para lograr la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al cliente, es decir, es planear, controlar y mejorar aquellos elementos de una organización que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente y en el logro de la satisfacción del mismo.
<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/sistemas-gestion-calidad-satisfaccion-cliente.htm>

Es un conjunto de elementos interrelacionados de una empresa u organización por los cuales se administra de forma planificada la calidad de la misma, en la búsqueda de la satisfacción de sus clientes. Entre los elementos principales son:

- La estructura de la organización

- Planificación (Estrategia)
- Recursos
- Procesos
- Procedimientos

La Estructura Organizacional es la jerarquía de funciones y responsabilidades que define una organización para lograr sus objetivos. Es la manera en que la organización organiza a su personal, de acuerdo a sus funciones y tareas, definiendo así el papel que ellos juegan en la misma.

La Planificación constituye al conjunto de actividades que permiten a la organización trazar un mapa para llegar al logro de los objetivos que se ha planteado. Una correcta planificación permite responder las siguientes preguntas en una organización: ¿A dónde queremos llegar?, ¿Qué vamos hacer para lograrlo?, ¿Cómo lo vamos hacer?, ¿Qué vamos a necesitar?

El Recurso es todo aquello que vamos a necesitar para poder alcanzar el logro de los objetivos de la organización (personas, equipos, infraestructura, dinero, etc).

Los Procesos son el conjunto de actividades que transforman elementos de entradas en producto o servicio. Todas las organizaciones tienen procesos, pero no siempre se encuentran identificados. Los procesos requieren de recursos, procedimientos, planificación y las actividades así como sus responsables.

Los Procedimientos son la forma de llevar a cabo un proceso. Es el conjunto de pasos detallados que se deben de realizar para poder transformar los elementos de entradas del proceso en producto o servicio. Dependiendo de la complejidad, la organización decide si documentar o no los procedimientos.

Todos estos elementos descritos anteriormente, están relacionados entre sí de ahí a que es un Sistema de Gestión de Calidad.

El Sistema de Gestión de Calidad en una organización tiene como punto de apoyo el manual de calidad, y se completa con una serie de documentos adicionales como manuales, procedimientos, instrucciones, técnicas, registros y sistemas de información.

Una de las normas más conocidas y utilizadas a nivel internacional para gestionar la calidad, es la Norma ISO 9000. En síntesis es la estructura organizacional, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para implementar la administración de la calidad.

En la actualidad en Venezuela para que las empresas en este caso del ramo manufacturero lleven acorde un buen sistema de gestión de la calidad total deben regirse por las normas ISO 9000, estas normas son de carácter internacional y son utilizadas por las empresas de casi todo el mundo, dándole así los parámetros para lograr un producto o servicio de calidad que a su vez garantice la satisfacción del cliente y por ende obtener ganancias significativas sobre la actividad ejecutada.

Según la **Organización Internacional para la Estandarización (ISO) (2011)**: *ISO 9000 es un conjunto de normas sobre calidad y gestión continua de calidad, establecidas por la Organización Internacional de Normalización (ISO). Se pueden aplicar en cualquier tipo de organización o actividad orientada a la producción de bienes o servicios. Las normas recogen tanto el contenido mínimo como las guías y herramientas específicas de implantación, como los métodos de auditoría. El ISO 9000 especifica la manera en que una organización opera, sus estándares de calidad, tiempos de entrega y niveles de servicio. Existen más de 20 elementos en los estándares de este ISO que se relacionan con la manera en que los sistemas operan.*

La implementación de la norma, aunque supone un duro trabajo, ofrece numerosas ventajas para las empresas, entre las que se cuentan con:

- Estandarizar las actividades del personal que trabaja dentro de la organización por medio de la documentación.
- Incrementar la satisfacción del cliente.
- Medir y monitorizar el desempeño de los procesos.
- Disminuir re-procesos.
- Incrementar la eficacia y/o eficiencia de la organización en el logro de sus objetivos.
- Mejorar continuamente en los procesos, productos, eficacia, etc.
- Reducir las incidencias de producción o prestación de servicios.

Estas normas ofrecen un procedimiento de certificación donde la empresa que las aplique obtendrá la validez que demuestre que sus procesos aplicados alcanzan el mayor estándar de calidad del producto.

4.1.1 Proceso de Certificación

Con el fin de ser certificado conforme a la norma ISO 9000 (única norma certificable de la serie), las organizaciones deben elegir el alcance que vaya a certificarse, los procesos o áreas que desea involucrar en el proyecto, seleccionar un registro, someterse a la auditoría y, después de completar con éxito, someterse a una inspección anual para mantener la certificación.

Los requerimientos de la norma son genéricos, a raíz de que los mismos deben ser aplicables a cualquier empresa, independientemente de factores tales como:

tamaño, actividad, clientes, planificación, tipo y estilo de liderazgo, etc. Por tanto, en los requerimientos se establece el "que", pero no el "como". Un proyecto de implementación involucra que la empresa desarrolle criterios específicos y que los aplique, a través del Sistema de Gestión de Calidad, a las actividades propias de la empresa. Al desarrollar estos criterios coherentes con su actividad, la empresa construye su Sistema de Gestión de la Calidad.

En el caso de que el auditor encuentre áreas de incumplimiento, la organización tiene un plazo para adoptar medidas correctivas, sin perder la vigencia de la certificación o la continuidad en el proceso de certificación (dependiendo de que ya hubiera o no obtenido la certificación).

Un proyecto de implementación, involucrará, como mínimo:

- Entender y conocer los requerimientos normativos y como los mismos alcanzan a la actividad de la empresa.
- Analizar la situación de la organización, dónde está y a dónde debe llegar.
- Construir desde cada acción puntual un Sistema de Gestión de la Calidad.
- Documentar los procesos que sean requeridos por la norma, así como aquellas que la actividad propia de la empresa requiera.

La norma solicita que se documenten procedimientos vinculados a: gestión y control documental, registros de la calidad, auditorías internas, producto no conforme, acciones correctivas y acciones preventivas.

- Detectar las necesidades de capacitación propias de la empresa.

Durante la ejecución del proyecto será necesario capacitar al personal en lo referido a la política de calidad, aspectos relativos a la gestión de la calidad que los asista a comprender el aporte o incidencia de su actividad al producto o servicio

brindado por la empresa (a fin de generar compromiso y conciencia), herramientas de auditoría interna para aquellas personas que se vayan a desempeñar en esa posición.

- Realizar Auditorías Internas.
- Utilizar el Sistema de Calidad (SGC), registrar su uso y mejorarlo durante varios meses.
- Solicitar la Auditoría de Certificación.

Las normas ISO a lo largo de los años han tenido una serie de modificaciones para así ofrecer nuevas especificaciones del modelo de gestión; es por esto que existen las normas ISO 9001:2008 la cual contiene "los requisitos" del modelo, las ISO 9004: 2009 la cual contiene las directrices para mejorar el desempeño y su nueva actualización la ISO 19011 especifica los requisitos para la realización de las auditorías de un sistema de gestión ISO 9001 y también para el sistema de gestión medioambiental especificado en ISO 14001.

La norma ISO 9001 de 2008 elaborada por la Organización Internacional para la Estandarización, y especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales

Dicha norma posee la misma estructura de parámetros de la ISO 9001:2000, mas sin embargo la estructura de la ISO 9001:2008 tiene muchas semejanzas con el famoso "PDCA": acrónimo de Plan, Do, Check, Act (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar). Está estructurada en cuatro grandes bloques, completamente lógicos, y esto significa que con el modelo de sistema de gestión de calidad basado en ISO se puede desarrollar en su seno cualquier actividad.

- Cap.1 al 3: Guías y descripciones generales, no se enuncia ningún requisito.
- Cap.4 Sistema de gestión: contiene los requisitos generales y los requisitos para gestionar la documentación.
- Cap.5 Responsabilidades de la Dirección: contiene los requisitos que debe cumplir la dirección de la organización, tales como definir la política, asegurar que las responsabilidades y autoridades están definidas, aprobar objetivos, el compromiso de la dirección con la calidad, etc.
- Cap.6 Gestión de los recursos: la Norma distingue 3 tipos de recursos sobre los cuales se debe actuar: RRHH, infraestructura, y ambiente de trabajo. Aquí se contienen los requisitos exigidos en su gestión.
- Cap.7 Realización del producto: aquí están contenidos los requisitos puramente productivos, desde la atención al cliente, hasta la entrega del producto o el servicio.
- Cap.8 Medición, análisis y mejora: aquí se sitúan los requisitos para los procesos que recopilan información, la analizan, y que actúan en consecuencia. El objetivo es mejorar continuamente la capacidad de la organización para suministrar productos que cumplan los requisitos. El objetivo declarado en la Norma, es que la organización busque sin descanso la satisfacción del cliente a través del cumplimiento de los requisitos.

Según **David Hoyle** autor de “**ISO 9000 Quality Systems Handbook**” hace mención en el portal web lo siguiente:

La norma ISO 9004 de 2009 se basa en la premisa de que satisfacer a los clientes puede traer el éxito, pero para mantener organizaciones de éxito, hay que ir mucho más allá y satisfacer las necesidades y expectativas de todas las partes interesadas. Se trata de un intento de aplicar los principios de gestión de calidad para la búsqueda del éxito

sostenido en una organización, pero que no añade nada nuevo por la vía de los principios de gestión.

http://todometrologia.ucoz.com/blog/iso_90042009_hacia_el_exitosostenido/2009-09-27-60

Esto sugiere que el éxito sostenido puede ser logrado mediante la aplicación inteligente de los ocho principios de gestión de la calidad a través de un sistema de procesos gestionados de manera proactiva que:

- 1. Enfoque al cliente:** las organizaciones dependen de sus clientes, por lo tanto deben comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y esforzarse en exceder sus expectativas.
- 2. Liderazgo:** los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Deben crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse en el logro de los objetivos de la organización.
- 3. Participación del personal:** El personal, a todos los niveles, es la esencia de la organización, y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.
- 4. Enfoque basado en procesos:** Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso. Ver siguiente capítulo para conocer más sobre los procesos.
- 5. Enfoque de sistema para la gestión:** identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de la organización en el logro de sus objetivos.
- 6. Mejora continua:** la mejora continua del desempeño global de la organización, debe de ser un objetivo permanente de esta.

7. **Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones:** las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y en la información previa.
8. **Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:** una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Según **Hugo González (2009)**, en el portal web menciona lo siguiente: “*La norma ISO 19011: 2002 trata sobre los Sistemas de gestión de la calidad y ambiente, las directrices para la auditoría de los sistemas de gestión de la calidad y ambiental*”.<http://blogs.monografias.com/calidad-y-gestion/2009/10/30/norma-iso-19011-directrices-para-auditorias/>

En esta norma se percató algunos cambios que se realizaron:

- Se introdujo a la auditoría el concepto de gestión de riesgo, así como la referencia a la utilización de métodos remotos de auditoría.
- Se agregó la confidencialidad como un nuevo principio y se sustituyó el principio de conducta ética por la integridad y los principios que según la norma debe prevalecer durante un proceso de auditoría.
- El principal cambio es la mejora de la redacción de las secciones para darles fluidez y la inclusión de referencias, en el cual se hace referencia a técnica y herramientas específicas para llevar a cabo las orientaciones sugeridas en cada sección.
- Se reforzó el tema de competencias y el proceso de su evaluación. Se da un perfil más alto a las funciones del administrador del Programa de Auditorías.
- Se agregaron nuevas definiciones y se reescribieron otras.

Estas normas en la actualidad son aplicadas en gran parte de las empresas manufactureras venezolanas para así controlar mejor la calidad de sus productos, cuidando las necesidades de sus clientes.

4.2 Satisfacer al cliente mediante la rentabilidad y la participación en el mercado.

Para **Contreras Zeron (2007)**, define como: *“Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto. Los mercados son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores.”*

<http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml#CONCEPTO>

Según **Kervin Vergara (2010)**, define: *“Mercado es un conjunto de acuerdos por medio de los cuales los compradores y los vendedores entran en contacto para intercambiar bienes y servicios.”*

Mercado, en economía, es cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio formal y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes, también, el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio.

En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores y vendedores) y demandantes

(consumidores o compradores) de un determinado bien o servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales.

Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque. Tras la aparición del dinero, se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en última instancia, dieron lugar a las modernas empresas nacionales e internacionales. A medida que la producción aumentaba, las comunicaciones y los intermediarios empezaron a desempeñar un papel más importante en los mercados.

4.2.1 Tipos de mercados

Entre las distintas clases de mercados se pueden distinguir los mercados al por menor o minoristas, los mercados al por mayor o distribuidores, los mercados web, los mercados de productos intermedios, de materias primas y los mercados de acciones (bolsas de valores).

El término mercado también se emplea para referirse a la demanda de consumo potencial o estimado. El concepto clásico de mercado de libre competencia define un tipo de mercado ideal, en el cual es tal la cantidad de agentes económicos interrelacionados, tanto compradores como vendedores, que ninguno de ellos es capaz de modificar el precio (competencia perfecta), será distinta de la que se genera en un mercado donde concurren un número reducido de vendedores (oligopolio). Como caso extremo, donde la competencia es inexistente, se destaca aquel en el que el mercado es controlado por un solo productor (monopolio). En cualquiera de estas situaciones cabe que los productores compartan el mercado con gran cantidad de compradores, con pocos o con uno solo.

Atendiendo al número de personas que participan en el mercado (o nivel de competencia), se pueden clasificar en:

4.1.1.1 Mercado y competencia perfecta

No todos los mercados son eficientes en el sentido de que no en todos ellos existen unas condiciones técnicas llamadas de competencia perfecta. Los mercados eficientes o de competencia perfecta son aquellos en los que se asume que existen tantos vendedores como compradores de un mismo bien o servicio que ninguno de ellos, actuando independientemente, puede influir sobre la determinación del precio y que éste a su vez, está dado y es fijado por las mismas fuerzas del mercado.

La competencia perfecta es una representación idealizada de los mercados de bienes y de servicios en la que la interacción recíproca de la oferta y la demanda determina el precio. Un mercado de competencia perfecta es aquel en el que existen muchos compradores y muchos vendedores, de forma que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio. Para que esto ocurra, debe cumplirse estos siete elementos:

- Existencia de un elevado número de oferentes y demandantes. La decisión individual de cada uno de ellos ejercerá escasa influencia sobre el mercado global.
- Homogeneidad del producto. No existen diferencias entre los productos que venden los oferentes.
- Transparencia del mercado. Todos los participantes tienen pleno conocimiento de las condiciones generales en que opera el mercado.
- Libertad de entrada y salida de empresas. Todas las empresas, cuando lo deseen, podrán entrar y salir del mercado.

- Libre acceso a la información.
- Libre acceso a recursos.
- Beneficio igual a cero en el largo plazo.

La esencia de la competencia perfecta no está referida tanto a la rivalidad como a la dispersión de la capacidad de control que los agentes económicos pueden ejercer sobre la marca del mercado. Cuando se viola o no se cumple con alguno de los requisitos para la competencia perfecta se produce un fallo de mercado.

4.1.1.2 Mercados de competencia imperfecta

Los mercados de competencia imperfecta son aquellos en los que bienes y productores son lo suficientemente grandes como para tener un efecto notable sobre el precio. Existen varios modelos de este tipo de mercado entre ellos el mercado monopolístico y los diversos modelos oligopolísticos. También existen mercados donde un comprador tiene suficiente cuota de mercado para influir en el precio ese tipo de mercados, un ejemplo de ese tipo de mercados son los monopsonios y los oligopsonios.

La diferencia fundamental con los mercados de competencia perfecta reside en la capacidad que tienen las empresas oferentes de controlar en precio. En estos mercados, el precio no se acepta como un dato ajeno, sino que los oferentes intervienen activamente en su determinación.

En general, puede afirmarse que cuanto más elevado resulte el número de participantes, más competitivo será el mercado.

4.2.2 La Rentabilidad de un Producto

Según **Walter Schupnik (2001)** en su artículo Rentabilidad y Productividad en el Mercado en el portal web define a la rentabilidad como: *“La rentabilidad no es otra cosa que el resultado del proceso productivo.”*

<http://www.monografias.com/trabajos12/rentypro/rentypro.shtml>

Si el resultado es positivo, la empresa gana dinero (utilidad) y ha cumplido su objetivo. Si el resultado es negativo, el producto en cuestión está dando pérdida por lo que es necesario revisar las estrategias y en caso de que no se pueda implementar ningún correctivo, el producto debe ser discontinuado.

Por lo general, quienes compran productos costosos comparan las características de rendimiento de las diferentes marcas y pagan más por un mejor funcionamiento, siempre que el aumento de precio no exceda el valor percibido más alto, en pocas palabras, el cliente siempre estará buscando la mejor relación precio-valor. Al principio, casi todos los productos se ubican en uno de los cuatro niveles de rendimiento: bajo, promedio alto y superior. La pregunta es: ¿un rendimiento más alto lo hace más rentable?

Kotler, "Dirección de Mercadotecnia", (1996), El Instituto de Planeación Estratégica estudia el impacto de una mayor calidad relativa del producto, lo cual equivale al rendimiento y a otros factores que aumentan el valor y descubrió: *“una*

relación positiva e importante entre la calidad relativa del producto y la recuperación de la inversión.” (p.298)

Por ejemplo, en una muestra de 525 negocios de tamaño mediano, los que tenían productos de baja calidad ganaban el 17%; los de calidad media 20%, y los de alta calidad, el 27%. Así los negocios de alta calidad ganaban el 60% más que los negocios de calidad más baja, ya que la mejor calidad les permitía cobrar un precio más alto, o bien lograr mayor renovación de compras, así como la constancia y recomendación de los propios clientes, por lo que el costo de esta mejora en la calidad no era mucho mayor que el de las empresas que producían una calidad más baja.

Al mismo tiempo esto no significa que la empresa deba proponerse lograr la más alta calidad posible, pero si debe elegir el nivel más apropiado de rendimiento para el mercado y el posicionamiento de la competencia, es decir el mejor equilibrio entre la calidad y la rentabilidad que se desea obtener.

Asimismo las empresas deben mejorar el producto de una manera continua, lo cual suele generar una recuperación y participación más alta en el mercado. Un ejemplo de lo anteriormente dicho es el caso de Procter & Gamble, empresa que se destaca por la práctica de mejorar sus productos, lo que aunado al alto rendimiento inicial de los mismos, ayuda a explicar él porque se encuentra a la cabeza en muchos mercados. Otro aspecto importante dentro del rendimiento del producto consiste en conservar la calidad del producto.

Muchas empresas no cambian la calidad inicial a menos que encuentren defectos muy visibles o se presenten oportunidades excepcionales, y otros la reducen en forma deliberada para aumentar sus ganancias, aunque a la larga esto suele afectar la rentabilidad.

La empresa debe utilizar por lo menos una (o todas) las estrategias siguientes para determinar su política de calidad que determinará su rentabilidad:

- **Cumplimiento de las especificaciones.** El grado en que el diseño y las características de la operación se acercan a la norma deseada. Sobre este punto se han desarrollado muchas fórmulas de control: Sello Norven de calidad, normas ISO 9.000, ISO 14.000, etc.
- **Durabilidad.** Es la medida de la vida operativa del producto
- **Seguridad de Uso.** La garantía del fabricante de que el producto funcionará bien y sin fallas por un tiempo determinado. Chrysler en Venezuela, da la garantía más amplia a sus vehículos: 2 años o 50.000 kilómetros, demostrando su confianza en la calidad de manufactura.

Existen 9 factores primordiales que influyen en la rentabilidad y los cuales se analizaron a lo largo del trabajo:

- Intensidad de la inversión.
- Productividad
- Participación de Mercado
- Tasa de crecimiento del mercado
- Calidad de producto/servicio
- Desarrollo de nuevos productos o diferenciación de los competidores.
- Integración vertical
- Costos operativos
- Esfuerzo sobre dichos factores

La rentabilidad de una empresa resulta tan importante que en algunas áreas comerciales como la banca y los seguros, el gobierno tiene un control constante: si un

banco o una empresa aseguradora no da rentabilidad, inmediatamente es intervenida a fin de preservar los posibles daños a sus clientes, así como la corrupción.

En el caso de los seguros, cuando se lanza un nuevo producto, este debe ser sometido primero a través de un actuario, a fin de que ellos determinen si el precio aplicado representa la rentabilidad que el producto debe tener. Esto evita una guerra de precios que vaya tanto en contra de la rentabilidad de las empresas como del mercado. Siempre existe un margen de competencia, pero este debe ser aprobado por este organismo, si el producto no resulta rentable, su tasa debe ser aumentada o debe ser discontinuado.

Finalmente, en el área de mercadeo, los gerentes y las empresas deben ser lo suficientemente flexibles para modificar y mejorar sus productos cuando el mercado así lo requiera.

4.2.3 La Rentabilidad de un Mercado

Lo primero que debe cuestionar una empresa es si un segmento del mercado potencial tiene el tamaño y las características de crecimiento adecuado. Las grandes compañías prefieren segmentos con gran volumen de ventas y suelen subestimar o evitar los segmentos pequeños. Las empresas pequeñas, a su vez, evitan los segmentos grandes, ya que estos requieren demasiados recursos. El crecimiento del segmento es, por lo regular una característica deseable, ya que, las empresas desean que sus ventas y utilidades aumenten; pero al mismo tiempo, la competencia entrará rápidamente en los segmentos en crecimiento y, en consecuencia, disminuirá la rentabilidad de éstos.

Un segmento podría tener un tamaño y un crecimiento deseables y no ser atractivo desde el punto de vista de su rentabilidad potencial. Hay cinco fuerzas que se identifica para determinar el atractivo intrínseco a largo plazo de todo un mercado o de algún segmento de éste. Las compañías tienen que evaluar la repercusión sobre la rentabilidad a largo plazo de cinco grupos o riesgos que son los siguientes:

- a. **Competencia Industrial:** un segmento no es atractivo si ya contiene competidores numerosos, fuertes o agresivos. El cuadro es aún peor si el segmento es estable o está en decadencia (dentro del ciclo de vida del producto), si los aumentos de capacidad se hacen con grandes incrementos, si los costos fijos son altos, si las barreras de salida son elevadas o si los competidores están bien firmes en el segmento. Estas condiciones llevarán a frecuentes guerras de precios, batallas publicitarias e introducciones de nuevos productos, y a la empresa le costará más poder competir.
- b. **Participantes Potenciales:** Un segmento no es atractivo si puede atraer a nuevos competidores que llegarán con nueva capacidad, recursos sustanciales e impulso para el aumento de la participación. El atractivo de un segmento del mercado, varía en función de la dificultad que implican las barreras contra la entrada o la salida. El segmento más atractivo es aquel cuyas barreras contra la entrada son altas y las barreras contra la salida son escasas. Cuando tanto las barreras contra la entrada como las de salida son altas, el potencial para generar utilidades es elevado, pero en general conlleva a más riesgos porque las compañías cuyo rendimiento es pobre permanecen dentro y luchan por salir. Cuando ambas barreras son mínimas, las compañías pueden entrar o salir con facilidad de la industria y los rendimientos son estables y bajos. Un caso interesante lo representa el mercado venezolano de telefonía fija. Resulta atractivo y rentable a pesar de las restricciones que ha puesto el gobierno y a pesar de que existe un competidor quien tiene todo el mercado actual (CANTV) pero con la limitación que representa una tecnología obsoleta.

- c. **Sustitutos:** Un segmento no es atractivo si existen sustitutos reales o potenciales del producto. Los sustitutos limitan los precios y utilidades potenciales que se pueden obtener en un segmento. La empresa tiene que observar muy de cerca las tendencias de los precios en los sustitutos. Si la tecnología avanza o la competencia aumenta en estas industrias sustitutas, es probable que los precios y utilidades disminuyan en el mercado.
- d. **Compradores y Proveedores:** Un segmento no es atractivo si los compradores poseen un fuerte o creciente poder de negociación. Los compradores tratarán de hacer que los precios bajen, demandarán mejor calidad o servicios y pondrán a los competidores unos en contra de otros; todo esto a expensas de la rentabilidad del vendedor. Aun si el mercado muestra un tamaño y crecimiento positivo y es atractivo estructuralmente la empresa debe tomar en cuenta sus propios objetivos y recursos con relación a dicho mercado o segmento seleccionado. Algunos son atractivos y podrían desecharse porque no concuerdan con los objetivos de la empresa, ésta debe considerar si posee las habilidades y recursos que se requieren para tener éxito en dicho mercado.

4.2.4 Las Actividades de Mercadeo son Rentables o No

El propósito del concepto de mercadotecnia es ayudar a las organizaciones a alcanzar sus metas. En el caso de las empresas privadas, la meta principal son las utilidades; en el caso de las organizaciones públicas y no lucrativas, es sobrevivir y captar los fondos suficientes para desempeñar bien sus funciones. Ahora bien, la clave no es lograr utilidades como primer fin, sino lograrlas como consecuencia de haber realizado un buen trabajo. Como dijimos anteriormente: "Una empresa hace dinero satisfaciendo las necesidades de sus clientes mejor que la competencia".

Los mercadólogos deben participar en el análisis de generar utilidades potenciales de diferentes maneras mercadotécnicas, es por esta razón que se dice que no solo el director de mercadotecnia se pone el sombrero de la mercadotecnia, sino que también el sombrero financiero, ya que está en el negocio de generar clientes redituables. Pero ¿Cuántas empresas han practicado en efecto el concepto mercadotecnia?. La respuesta es que muy pocas: En realidad, solo un puñado de compañías se mantienen firmes como líderes practicantes del concepto de mercadotecnia como son Procter & Gamble, Apple, McDonal's, etc. Es evidente que estas empresas se enfocan hacia el cliente y están organizadas para responder de una manera efectiva a los cambios en las necesidades del cliente.

La mercadotecnia es el arte de atraer y conservar clientes rentables. Aun así las compañías suelen descubrir que entre el 20 y 40% de sus consumidores resultarán poco rentables y que en el 20% de sus mejores clientes está el 80% de su utilidad. Además, muchas empresas reportan que sus consumidores más rentables no son los más grandes sino los de tamaño medio. Los clientes más grandes demandan una cantidad considerable de servicio y reciben los mayores descuentos, reduciéndose, en consecuencia, el nivel de utilidades de la empresa. Los clientes más pequeños pagan el precio total y reciben un mínimo servicio, pero el costo de realizar transacciones con consumidores pequeños reduce su rentabilidad. Los consumidores de tamaño medio reciben un buen servicio, pagan casi el precio total y son los más rentables.

Esto ayuda a explicar porque muchas empresas grandes que en un principio tenían como meta sólo clientes grandes ahora están invadiendo el mercado a nivel medio. En el mercado asegurador venezolano, las grandes empresas se están dirigiendo hacia la Pequeña y Mediana Industria, pues es un mercado no solo rentable sino mucho más estable que los grandes clientes del ayer.

¿Qué convierte en rentable a un consumidor? Un cliente rentable se define en los términos siguientes: Un cliente rentable es el que genera un flujo de ingresos a lo largo del tiempo, excediendo por una cantidad aceptable el flujo de costos en que incurre la empresa al atraer, servir y venderle a ese consumidor. Casi todas las compañías omiten la rentabilidad de un consumidor en lo individual ya que afirman que un consumidor puede utilizar diversos servicios como es el caso de los bancos o diversos productos en el caso una empresa que maneje diversidad de productos. Un aspecto importante que debe tomar las empresas en cuanto la rentabilidad es en primer lugar incrementar el precio de sus productos menos rentables, o bien eliminarlos, o vender en forma cruzada sus productos que generen utilidades a estos consumidores no rentables, para así tratar de lograr la rentabilidad deseada del mercado.

En tiempos recientes la teoría del Mercadeo Uno a Uno, está teniendo auge. Dicha teoría se sustenta en la rentabilidad de los clientes basada en el valor de por vida de los mismos que no es otra cosa que la cantidad de productos que este cliente podrá adquirir de nuestra empresa a lo largo de su vida útil. En tal sentido resulta más importante la participación "Por Cliente" que la participación de mercados. En otras palabras, cuántos de los productos del área de mi empresa está adquiriendo un determinado consumidor a la misma y cuantos a la competencia. En tal sentido las empresas están buscando venderle la mayor cantidad de sus productos a cada cliente y a través del valor agregado que representa el servicio, su fidelidad.

Una empresa orientada de esta manera, maximizando sus operaciones de Mercadeo, podrá tener una operación rentable en tal sentido.

Al analizar lo antes mencionado el mercado juega un papel fundamental a la hora de ejecutar la realización de transacciones entre distintos entes, para este caso vemos el ejemplo más literal que sería un vendedor que podría ser una empresa

manufacturera y el comprador que en este caso representaría el consumidor o cliente, para que cualquier empresa que posea materia prima, pase por un proceso de transformación y elabore un producto, debe tener en cuenta la rentabilidad que en el mejor de los casos sería obtener una utilidad y en el peor de los casos generar una pérdida.

Para lograr una utilidad la empresa principalmente debe llevar una gestión de calidad total ideal, para invertir en una buena materia prima y cerciorarse que los procesos productivos a la hora de la transformación sean óptimos, lo que por consiguiente generara un producto de calidad para el mercado, esto atraerá a un conjunto de consumidores los cuales verán sus necesidades satisfechas, es necesario antes de sacar un producto hacer un estudio previo de mercado, donde veremos a otros competidores y verificaremos su precio y si la calidad del mismo es igual o mayor a la de la empresa.

Con lo antes mencionado se debe tomar en cuenta todos estos factores para que dicho producto logre mantenerse como uno de los más comprados por los consumidores, es por esto que para lograr la satisfacción del cliente debemos hacer que estos se sientan incorporados al mercado, que sientan que ellos tienen el poder de decidir que producto comprarán, haciendo énfasis principalmente en el producto creado, demostrándoles ya sea por publicidad, marketing, promociones cuales son los beneficios de comprar dicho producto para que los mismos se vean envueltos y sean capaces de incorporarse en el mercado y probarlo.

De la misma manera se debe tomar otro factor primordial en cuenta y este es el precio, generalmente cuando un producto se mantiene por un estándar de precio muy bajo consideran que el mismo es de pésima calidad y que no lograra satisfacer sus necesidades, por el contrario cuando el precio es alto se considera que es un producto de excelente calidad y que el mismo ha pasado por distintos procesos que lo han

refinado mejor para el cumplimiento de funciones es por esto se piensa podrá satisfacer complementemente las necesidades.

En la actualidad las empresas manufactureras venezolanos mantienen una competencia diaria por la venta de sus productos en el mercado, ajustando sus precios y la necesidad del consumidor para así lograr la satisfacción del mismo haciéndolo parte del mercado del día a día.

4.3 Identificar las Mejoras Continuas en un Sistema de Gestión de Calidad.

Según **Doumolin G, (2005)**, Parafraseando su trabajo de grado para optar por el título de Lcda. En administración en la USM titulado Modelos Gerenciales para la próxima década se entiende que el kaizen comprende los siguientes puntos:

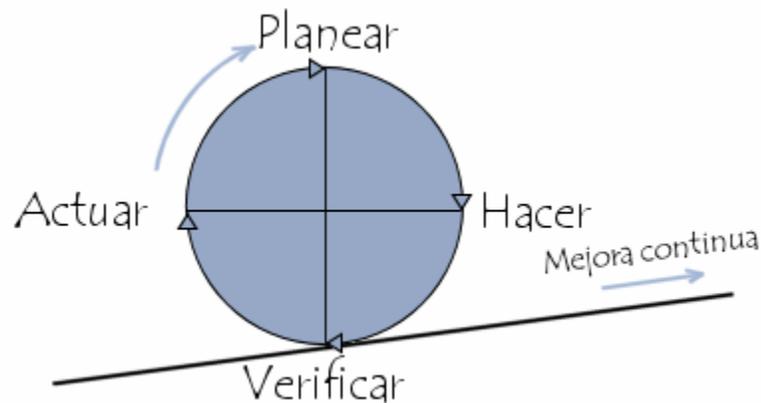
Control de calidad total / Gerencia de Calidad Total: Para los japoneses, calidad significa ser "adecuado para uso de los consumidores". La innovación técnica se propone corregir el producto desde el punto de vista del consumidor y no es una finalidad en sí misma. La gestión de calidad total es una manera de mejorar constantemente la performance en todos los niveles operativos, en cada área funcional de una organización, utilizando todos los recursos humanos y de capital disponibles. El mejoramiento está orientado a alcanzar metas amplias, como los costes, la calidad, la participación en el mercado, los proyectos y el crecimiento.

La gestión de calidad total es una filosofía así como un conjunto de principios rectores que representa el fundamento de una organización en constante mejoramiento. La gestión de calidad total consiste en la aplicación de métodos cuantitativos y recursos humanos para mejorar el material y los servicios suministrados a una organización, los procesos dentro de la organización, y la

respuesta a las necesidades del consumidor en el presente y en el futuro. La gestión de calidad total integra los métodos de administración fundamentales con los esfuerzos de perfeccionamiento existentes y los recursos técnicos en un enfoque corregido, orientado al mejoramiento continuo.

La gestión de calidad japonesa no debe considerarse estrictamente como una actividad de control de calidad, sino como una estrategia destinada a servir a la gerencia para lograr mayor competitividad y rentabilidad, logrando de tal forma a mejorar todos los aspectos del negocio. "La calidad es primero, no las utilidades". Este refrán quizá revele la naturaleza del CTC (Control Total de Calidad). El Control de la calidad Total incluye cosas tales como seguridad en la calidad, reducción de costos, eficiencia, cumplir con los programas de entrega y seguridad. La calidad se refiere al mejoramiento en todas las áreas.

Uno de los principios básicos de la calidad es la prevención y las mejoras continuas. Esto significa que la calidad es un proyecto interminable, cuyo objetivo es detectar disfunciones tan rápido como sea posible después de que ocurran. Así, la calidad puede representarse en un ciclo de acciones correctivas y preventivas llamado "ciclo de Deming":



Este ciclo, representado en el ciclo de Deming, se llama modelo PDCA. PDCA se refiere a las iniciales del inglés de los siguientes cuatro pasos:

- Planear (plan): definir los objetivos a alcanzar y planificar cómo implementar las acciones.
- Hacer (do): implementar las acciones correctivas
- Controlar (check): verificar que se logre el conjunto de objetivos
- Actuar (act): según los resultados obtenidos en el paso anterior, tomar medidas preventiva

A través del mejoramiento continuo se logra ser más productivos y competitivos en el mercado al cual pertenece la organización, por otra parte las organizaciones deben analizar los procesos utilizados, de manera tal que si existe algún inconveniente pueda mejorarse o corregirse; como resultado de la aplicación de esta técnica puede ser que las organizaciones crezcan dentro del mercado y hasta lleguen a ser líderes.

4.3.1 Ventajas del Mejoramiento Continuo

- Se concentra el esfuerzo en ámbitos organizativos y de procedimientos puntuales.
- Consiguen mejoras en un corto plazo y resultados visibles.
- Si existe reducción de productos defectuosos, trae como consecuencia una reducción en los costos, como resultado de un consumo menor de materias primas.
- Incrementa la productividad y dirige a la organización hacia la competitividad, lo cual es de vital importancia para las actuales organizaciones.
- Contribuye a la adaptación de los procesos a los avances tecnológicos.

- Permite eliminar procesos repetitivos.

4.3.2 Desventajas del Mejoramiento Continuo

- Cuando el mejoramiento se concentra en un área específica de la organización, se pierde la perspectiva de la interdependencia que existe entre todos los miembros de la empresa.
- Requiere de un cambio en toda la organización, ya que para obtener el éxito es necesaria la participación de todos los integrantes de la organización y a todo nivel.
- En vista de que los gerentes en la pequeña y mediana empresa son muy conservadores, el Mejoramiento Continuo se hace un proceso muy largo.
- Hay que hacer inversiones importantes

Lograr la efectividad del proceso representa principalmente un beneficio para el cliente, pero la eficiencia del proceso representa un beneficio para el responsable del proceso. Las características típicas de eficiencia son:

- Tiempo del ciclo por unidad o transacción.
- Recursos (dinero, personas, espacio).
- Porcentaje del costo del valor agregado real del costo total del proceso.
- Costo de la mala calidad.
- Tiempo de espera por unidad o transacción.

4.4 Los Controles de Calidad que son Empleados en Empresas Manufactureras.

Según **García y Pérez (2008)**, en el portal de internet indica como definición: *“El control total de la calidad es un sistema efectivo de los esfuerzos de varios grupos en una empresa para la integración del desarrollo del mantenimiento y de la superación de la calidad con el fin de hacer posibles mercadotecnia, ingeniería, fabricación y servicio, a satisfacción total del consumidor y al costo más económico.”*

<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/control-de-calidad.htm>

Esto se refiere a los sistemas de organización visión, procedimiento e instrucciones de trabajo que deben tener las empresas de manufactureras. Las personas una vez que se convencen de ser mejores y se motivan a colaborar en un medio de productividad y mutua satisfacción, necesitan de un sistema que los apoye para sentar y retroalimentar su nueva actitud.

Una organización con procedimientos ágiles y comprensibles para todos los involucrados en el proceso, desde el Director General hasta el aseador, y desde el cliente pasando por las etapas de diseño, materias primas, fabricación hasta la distribución, entrega y satisfacción del cliente y la sociedad.

Un sistema que le diga a cada integrante lo que tiene que hacer y como hacerlo, y que le proporcione retroalimentación y reconocimiento en un plano de excelencia. Un sistema que una la misión y el esfuerzo de cada departamento, de cada grupo en una sinergia de resultados hacia la productividad.

Sin embargo, el objetivo de esto es la transformación de grupos en equipos de trabajo, dentro de una organización para mantener su competitividad y cumplir con la misión de servicio a la Sociedad.

En una organización existen diferentes grupos, los cuales a su vez pueden estar formados por círculos de calidad, equipos que deben tener perfectamente identificada su visión, hacia donde van, su misión, cuál es la razón de ser de su equipo, las estrategias, caminos o medios alternativos para lograr sus objetivos y éstos deben a su vez ser congruentes con los demás equipos del grupo y de la organización y lo más importante nunca perder de vista las creencias y principios morales de equipo.

Este continuo proceso de excelencia, debe ser el motor del nuevo cambio y de la modernización, a través de la puesta en práctica de procesos de mejora continua, como base de cualquier proceso de Calidad. Y en éste momento las organizaciones más que nunca, es cuando deben estar dispuestas a medir su competitividad contra las mejores del mundo en su ramo y aprender de sus experiencias.

En el país éste proceso, se debe orientar principalmente al aspecto educativo y de capacitación donde se encuentra demasiado rezago a nivel mundial. Y por último, los profesionales deben estar conscientes de que la Calidad Total, trae consigo una felicidad inherente por el hecho de que a través de los servicios, satisfacemos las necesidades de los clientes, de la sociedad y por consecuencia del país. Estos algunos de los controles que utilizan las empresas manufactureras en el país:

- a) **Adoptar la nueva filosofía**, el nuevo desafío requiere aprender a cumplir con responsabilidad y a ser en el cambio por efectuar, no se debe tolerar más de los niveles corrientemente aceptados de errores, defectos material no adecuado o refacciones usadas no acordes para el servicio solicitado, personas que no saben cuál en su trabajo y que tienen miedo de preguntar, daños por manipulación métodos anticuados de reparto y formación de órdenes de trabajo supervisión inadecuada e ineficaz, dirección no arraigada en la organización.

Los retrasos y las equivocaciones incrementan de manera alarmante los costos y esto repercute en el precio del producto o de los servicios.

- b) Dejar de depender de la inspección masiva para lograr la calidad,** se debe exigir evidencia estadística de que los servicios desde los primeros pasos se hacen con calidad. La inspección rutinaria para mejorar la calidad equivale a planificar los defectos y a renovarse que el proceso para el desarrollo del servicio no tiene la capacidad necesaria para cumplir con lo especificado, esta tiene razón de ser cuando se aplica a partes o ensambles verdaderamente críticos, por consiguiente no la mejora ni la garantiza.

La calidad no se hace con la inspección sino mejorando el proceso del servicio, la inspección, los derechos y el proceso (reclamaciones) no son acciones correctoras del proceso de un servicio, ya que estas elevan los costos y reducen la vitalidad esperada.

- c) Acabar con la práctica de hacer negocio sobre la base del precio;** el precio no tiene sentido, sin una medida de la calidad de lo que se compra, sin ésta se encamina hacia el licitador más bajo y el resultado se traduce en una baja calidad y costos elevados.

El objetivo cuando se compran herramientas y equipo, debería ser minimizar el costo neto por hora o anual de vida pero para esto es necesario pensar a largo plazo, no solo considerar el precio de compra hoy, las cifras necesarias del costo inicial manteniendo la duración de vida de cada herramienta o equipo importante deben estar siempre a la mano analíticamente para ser utilizadas habitualmente para establecer

políticas de costeo, el departamento de compras debe entender que se trata de minimizar a largo plazo el costo del servicio y no el costo de refacción o material, también deben ser consciente de que en algunas circunstancias, las refacciones o materiales en si pueden ser excelentes por separado, pero que no funcionan bien juntas.

Debido a que no representan la mejor combinación posible. Los proveedores deben saber que no solo las especificaciones que se requieren para las refacciones y materiales que se le compran sino además considerar el uso que se le va a dar para que en esta fecha sepan si deben recomendarlos o no.

d) Mejorar constante y continuamente todos los procesos; de planificación del servicio para mejorar la calidad y la productividad y para abatir así los costos.

El propósito de la calidad debe estar presente desde la etapa inicial del proceso de un servicio una vez que los planes se van ejecutando, sería demasiado tarde querer introducir la calidad en fases posteriores, por eso es tan importante que el diseño de los servicios sea el resultado de un trabajo en equipo.

El mejoramiento de sistema indica que la calidad deseada comienza con la idea la cual es tomada por el cuerpo directivo o de sus tomadores de decisiones la cual se traduce a planes y especificaciones en un intento de hacer llegar al consumidor la calidad deseada cuyo beneficio se verá en una reducida reclamación del servicio y una continua mejora de la calidad en cada actividad, de adquisición, de distribución del trabajo de la mano de obra, de la nómina del manejo de los inventarios, de la contabilidad, etc.

Mejorar el proceso implica lograr su mejor aprovechamiento de la mano de obra hacer una buena selección del personal y de la tarea que se le asigna, capacitarlo, entrenarlo y ofrecerle la posibilidad de aumentar sus conocimientos y de desarrollar sus aptitudes.

- e) **La formación debe ser reconstruida totalmente**, la organización necesita que su personal conozca a fondo a la empresa desde las refacciones y materiales que se utilizan, hasta los clientes a los que se les brinda el servicio uno de los despilfarros mas importantes que hay es el no aprovechar las habilidades del personal, esto provoca frustración y tiene efectos perniciosos en el trabajador.

Es necesario reformar totalmente los programas de la capacitación pues esta se da en forma deficiente y por favoritismos.

La organización debe considerar que el dinero gastado en formación, educación y capacitación no aparece reflejado en el balance y por ende no incrementa el valor neto de la compañía como seria en el caso de la adquisición de inventarios, herramientas y equipos.

- f) **Adoptar e implantar el liderazgo**, la administración debe distinguirse por su capacidad de liderazgo debe convertirse en promotora del mejoramiento y hacer que las características de la calidad presidan y resalten en el servicio que brindan.

Como líderes auténticos los jefes deben conocer el trabajo que supervisan a fin de ayudar a su personal a mejorar su propio desempeño y a eliminar las barreras que imposibilitan que hagan su trabajo con orgullo.

g) Se requieren líderes no jefes, la autoridad estará en crisis cuando quien manda se contente con ser un "administrador jefe" sin decidirse a ser un líder.

Lo que necesita cualquier grupo grande o pequeño, es tener al frente no a alguien que logro un cargo de responsabilidad, sino a un servidor de la organización.

Para desarrollar y mantener calidad, más que jefes se requieren líderes que se comprometan con la organización y sus trabajadores, que inspiren confianza por sus acciones, que arregle y solucione, que asigne deberes, que prepare, enseñe, el que no se contenta con lo posible sino con lo imposible.

Hace de la gente ordinaria, gente extraordinaria, la comprende con una misión y la amalgama en la fe de realizar un sueño que le permita la trascendencia y la realización, le da significado a la vida de sus seguidores y sobre todo "un por que vivir".

h) Eliminar el miedo en el trabajo, ninguno puede dar lo mejor de sí cuando no se siente seguro y mientras no supere el miedo en cualquiera de sus manifestaciones: miedo de expresar sus propias ideas, de preguntar, de aprender, etc. el miedo implica siempre una pérdida económica por eso es necesario crear un ambiente que propicie la seguridad en el desempeño personal.

El conocimiento es un elemento muy importante que ayuda a realizar con mayor eficiencia el trabajo asignado, sin embargo es muy frecuente encontrar resistencia a adquirirlos, sino se suprime el miedo no se puede servir a los mejores intereses de la organización, ya que entonces los trabajadores cumplen a cualquier costo lo que se les pide sin importar que las refacciones o materiales sean apropiados para que los equipos operen correctamente.

i) Eliminar las barreras interdepartamentales, el personal de otras áreas debe tener conocimiento de los problemas que conciernen a las diferentes fases del servicio si trabajan en equipo, pueden eliminar las barreras interdepartamentales que por egoísmos y negligencias causan atrasos en la información y por supuesto en el servicio al cliente; se logran importantes mejoras, tanto en la calidad misma, como en el proceso de las fases del servicio y en la reducción a estos equipos se les podría denominar círculos de control de calidad.

j) Eliminar exhortaciones o amonestaciones y metas a la mano de obra, los errores en su mayoría no provienen de los trabajadores, sino del sistema mismo por esto es frecuente que al amonestarlos generen frustración y resentimientos.

Más que exhortaciones lo que los trabajadores necesitan es que el cuerpo directivo les trace una ruta a seguir para mejorar la calidad y la productividad.

Las campañas de exhortación y los letreros tienen generalmente como efecto inmediato un ligero aumento en la calidad y productividad y en la disminución de

algunos defectos, sin embargo con el tiempo será la actitud positiva con que las recibieron surgiendo una actitud contraria al mejoramiento y aún más cuando se les exigen metas numéricas ya que piensan que la organización nunca está satisfecha con el esfuerzo que se realiza, diferente situación cuando la organización expone cartelones con información de lo que se hace mes a mes con el fin de mejorar los sistemas y de incrementar la calidad y la productividad, con un trabajo más inteligente.

k) Eliminar las cuotas numéricas para la mano de obra, es normal que la organización necesite tener los elementos necesarios para predecir los costos lo cual supone también conocer las cuotas de producción por trabajador. Al conocerse se establecerán cuotas o índices promedio y si la organización trabaja con estas y los trabajadores se enteran; quienes había superado dicha cuota tenderán en adelante a no producir más y esperarían aburridos la hora de salir, esta forma de proceder tiene como resultado insatisfacción y pérdidas económicas.

El trabajo a destajo es aún más devastador que las cuotas o estándares de trabajo, el obrero por horas o por trabajos asignados pronto aprende que se le paga por hacer servicios defectuosos ya que entre más unidades le asignen y pronto las termine más cobrará y ¿dónde queda su satisfacción por el trabajo bien hecho?

l) Eliminar la administración por objetivos numéricos, el proponer metas internas en la administración de una organización sin el método adecuado para alcanzarlas es burlesco, si como ejemplo de estas metas son el de disminuir en su 10% los costos, aumentar en 20% las ventas y mejorar en un 5% la

productividad, el cumplimiento se interpreta como éxito en cambio si no se logra se tienen que dar explicaciones.

Cuando se tiene un sistema estable se trabaja en toda su capacidad por consiguiente sale sobrando especificar una meta numérica y no se podrá llegar más allá de la capacidad que es propia del sistema mismo, por el contrario si no hay estabilidad no hay razón para proponer objetivos numéricos pues no hay forma de saber que tanto puede producir el sistema.

m) Eliminar barreras que impiden a la gente estar orgullosos de su trabajo,

lo primero que necesita un trabajador es que se le explique en que consiste propiamente su trabajo. No hay que tratar a los trabajadores como si fueran una mercancía más diciéndole a última hora lo que debe hacer o contratándola y despidiéndola según las necesidades de la organización, es muy frecuente que los administradores se acostumbren a estudiar y resolver problemas de números y que no sepan resolver adecuadamente problemas de la gente.

Es responsabilidad de la administración proveer al trabajador de herramientas refacciones adecuadas pues el no solo quiere emplear su tiempo sino además desea sentirse realizado con el trabajo que lleva a cabo.

n) Impulsar la educación de todo el personal y su autodesarrollo, las

organizaciones necesitan gente con estudios y con preparación, no solo gente buena. No hay escasez de gente buena, lo que falta son personas con altos niveles de conocimientos, en el grado de preparación de las personas, están los cimientos que permiten avanzar en el campo de la competitividad.

Las personas necesitan en su carrera más que el dinero, oportunidades cada vez mayores para añadir algo material o espiritual a la sociedad.

- o) Actuar para lograr la transformación de la empresa,** el cuerpo directivo o los tomadores de decisiones deben estar de acuerdo en su forma de pensar y en la dirección de la empresa va a tomar al introducir esta nueva filosofía deben tener el valor de romper con la tradición y sentirse orgullosos por haber adoptado un programa de calidad y por cumplir con sus nuevas obligaciones. La administración debe procurar llevar a cabo una serie de seminarios en los que explique al personal porque fue necesario hacer el cambio y que implica este cambio para cada uno de ellos.

El cambio a efectuar es un proceso; por consiguiente, hay que aplicar a este proceso lo dicho anteriormente acerca del mejoramiento continuo.

En cualquier organización las personas forman equipos de trabajo, el propósito del equipo debe consistir en mejorar, en la etapa que le corresponde, los insumos del proceso y sus resultados, cada uno de sus integrantes debe tener la oportunidad de contribuir con ideas y planes, pero debe esperar a que sus mejores contribuciones logren un consenso entre sus compañeros no hay que considerar el trabajo realizado.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- ✓ La Norma ISO 9000 permite además ordenar, controlar, verificar y corregir si es necesaria alguna deficiencia en el sistema de gestión, y también permite tener una trazabilidad del producto que es muy importante en los servicios de postventa para tener una respuesta rápida ante un reclamo del cliente en la identificación del producto.
- ✓ El Sistema de Gestión de Calidad ayuda a la organización a aumentar la satisfacción de los clientes y reducir costes y desperdicios, su rentabilidad aumenta, produciendo así mayores ingresos o un mayor margen de beneficios, así como mejor posicionamiento en el mercado y de tener no sólo clientes satisfechos, sino leales.
- ✓ A través del mejoramiento continuo se logra ser más productivos y competitivos en el mercado al cual pertenece la organización, por otra parte las organizaciones deben analizar los procesos utilizados, de manera tal que si existe algún inconveniente pueda mejorarse o corregirse; como resultado de la aplicación de esta técnica puede ser que las organizaciones crezcan dentro del mercado y hasta llegar a ser líderes.
- ✓ Las empresas manufactureras de Venezuela deben llevar controles de calidad acorde al sistema de gestión de la calidad total, son utilizados por las empresas de casi todo el mundo, dándole así los parámetros para lograr un producto o servicio de calidad que a su vez garantice la satisfacción del cliente y por ende obtener ganancias significativas sobre la actividad ejecutada.

5.2 Recomendaciones

- ✓ La implementación de la Norma ISO 9000 permite aumentar la eficacia y/o eficiencia de las organizaciones para el logro de sus objetivos, así como reducir las incidencias de producción o prestación de servicios e incrementar la satisfacción del clientes.
- ✓ El mercado es muy competitivo en estos días es por esto que las organizaciones apliquen un Sistema de Gestión de Calidad mediante esta aplicación se logra aumentar las rentabilidad del producto, reducir costos, aumentar los ingresos y lo más importante aumenta la satisfacción del cliente que los mantienen fieles a la organización.
- ✓ La mejora continua se concentra el esfuerzo en ámbitos organizativos y de procedimientos puntuales, incrementa la productividad y dirige a la organización hacia la competitividad, lo cual es de vital importancia para las actuales organizaciones. También consiguen mejoras en un corto plazo y resultados visibles. Si existe reducción de productos defectuosos, trae como consecuencia una reducción en los costos, como resultado de un consumo menor de materias primas.
- ✓ Los controles de calidad de las empresas manufactureras de Venezuela, se debe orientar principalmente al aspecto educativo y de capacitación donde se encuentra demasiado rezago a nivel mundial. Los profesionales deben estar conscientes de que los controles de calidad total, trae consigo una felicidad inherente por el hecho de que a través de los servicios, satisfacemos las necesidades de los clientes, de la sociedad y por consecuencia del país.

BIBLIOGRAFIA

Dale H. Besterfield (1995). **“Control de la calidad”**. 8va Edición.

H. James Harrington (1996). **“Cómo incrementar la calidad y productividad en su empresa”**. Tercera Edición.

Aponte, Jesús. (2.007). **Sistema de Variables**
Disponible:<http://www.mailxmail.com/curso-elaboracion-proyectos-investigacion/sistema-variables> (Consulta: 2011, Noviembre 20)

Zorrilla, Santiago (1998) **Introducción a la metodología de la investigación**. 6ta Edición.

El Manual Para la Elaboración, Presentación y Evaluación de los trabajos de grado de la Universidad Santa María (USM) (2001). 2da Edición.

Muñoz, C. (1998) **Cómo Elaborar y Asesorar una Investigación de Tesis**.

Romero, Benito (2007). **Seminario taller metodológico sobre investigaciones**.
Disponible:<http://www.slideshare.net/aalva1959/taller-metodologico-125869>
(Consulta: 2011, Noviembre 20)

Balestrini, Mirian. (1997). **Como se elabora un proyecto de investigación**.

Reynolds (1.971) Disponible: www.tecnicas-de-estudios.org (Consulta 2011, Noviembre 20)

De Sabino, C. (1994). **Cómo Hacer una Tesis**.

Hernández Liseth, Rojas Maggi (2011) en su obra titulada, **“Implementación de un sistema de gestión de la calidad basado en los requisitos de las normas ISO 9001:2008 para la Empresa Movilca”**. Universidad de Oriente.

Cálale María, Yendez Fernando (2011) en su obra titulada, **“Aplicación del modelo de la calidad “EFQM” en la empresa “Makro Comercializadora” para optar al premio Europeo a la calidad”**. Universidad de Oriente.

Carrasquel Julio, Figueroa Carmen (2007) en su obra titulada, **“Estudio de la calidad del servicio del cafetín de Ingeniería de la Universidad de Oriente”**.

Universidad de Oriente.

Cedeño Patricia, Bolívar Daniel (2007) en su obra titulada, “**Normas ISO 9001:2000 aplicadas al sector de producción**”. Universidad de Oriente.

Concepción Bernal Balbuena y Ivette García Fernández (2004) en su obra titulada: **Propuesta de un Plan de Calidad Total para la Empresas “Artesanías Navideñas Selectas” (A.N.S)**, Universidad de las Américas Puebla en México.

Christian Barroeta y Oscar Méndez (2003) en su obra titulada: “**Diagnostico Organizacional de la Gasolinera “La Recta” para Realizar la Propuesta de Implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad Basado en la Norma 180:9001:2000**, Universidad de las Américas Puebla en México.

Jorge Alfonso Bogarín Díaz y José Jesús Huerta Palma (2004) en su obra titulada: “**Propuesta para la Implementación de una Mejora Continua Basada en el Sistema Seis Sigma en Nissautos Cholula S.A de C.V.**”, México.

Rueda, John (2.008). **Administración Empresarial**.
Disponible: <http://larryadministracion.blogspot.com> (Consulta: 2011, Diciembre 02)

Silvia Patricia (2.008). **Ejecución de programas de mejoramiento administrativo**. Disponible:
<http://programasdemejoramientoadmon.blogspot.com/2008/07/modelos-gerenciales.html> (Consulta: 2011, Diciembre 02)

Rojas, Nubia (2.010). **Artículos de Negocio Gestión y Gerencia**. Disponible:
<http://www.degerencia.com/articulos> (Consulta: 2011, Diciembre 02)

Lefcovich, Mauricio (2.011). **La gestión Japonesa de la excelencia.** Disponible:
<http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/040810083831.html>
(Consulta: 2011, Diciembre 03)

Haridat, Nadira; Flores, Frank Y OTROS. **El Kaizen en la Gestión Pública.**
Disponible:<http://www.tuobra.unam.mx/publicadas/040119150618-Tiacute.html>
(Consulta: 2011, Diciembre 03)

Hammy & Champy (1.994). **Reingeniería.**

Moreno, Ivan (2.004). **Definición de Benchmarking.**

Spendolini (1.992). **Reingeniería.**
Disponible: <http://www.monografias.com/trabajos6/rein/rein.shtml>
(Consulta: 2011, Diciembre 05)

Robertson & Rothery (1997). **Outsourcing. La subcontratación.** 2da Edición.

Heredia, Nohora (2006). **Gerencia de compras: La nueva estrategia competitiva.**

Eslava Arnao, E. (2004). **Gestión de Talento Humano.**
Disponible:<http://www.gestiopolis.com/canales3/ger/empgesemp.htm>
(Consulta: 2011, Diciembre 05)

Eslava Arnao, E. (2006). **Empowerment en la gestión gerencial.** Disponible:
<http://www.psicologiacientifica.com/bv/psicologia-32-1-empowerment-en-la-gestion-gerencial.html> (Consulta: 2011, Diciembre 05)

Salinas, Oscar (2000). **La Servucción: es mejor servir que.** Disponible:
<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/no%201/servuccin.htm>
(Consulta: 2011, Diciembre 07)

Vargas, Javier (2009). **Modelo Molecular y Servucción.** Disponible:

<http://bienservicio.blogspot.com/2009/05/modelo-molecular-y-servuccion.html>
(Consulta: 2011, Diciembre 07)

Godet, Michael (1987). **Radioscopie du Japon, avec Pierre Noël Giraud.**
Doumolin B, Greisiyn (2005). **Prospectiva.**

López y Correa (2007). **Planeación Estratégica.**

Latorre (1996). **Investigación Fenomenológica.**

Villacrés Cárdenas, Guillermo (2009). **Gerencia de la Calidad Total.**
Disponible:<http://www.slideshare.net/jcfdezmxmanag/gerencia-estrategica-modelos-gerenciales> (Consulta: 2012, Enero 04)

Valdez, Manuela. (1998). **Gerencia Total de la Calidad en las Organizaciones.** Disponible:
http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol6_2_98/aci02298.htm
(Consulta: 2012, Enero 04)

Pérez, Memo (2002). **Calidad Total.**
Disponible:
<http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/caltotalmemo.htm>
(Consulta: 2012, Enero 04)

Forero, Steven (2008). **Modelos Gerenciales.**
Disponible:<http://modelosgerencialestecnicasmodernas.blogspot.com/>
(Consulta: 2012, Enero 04)

Ishikawa, Kaoru. **Gestión de la Calidad.**

Céspedes, Jaime (2008). **¿Qué es la Gerencia?**
Disponible: <http://www.la-gerencia.com/articulos/8/1/-QUE-ES-LA-GERENCIA-/Page1.html> (Consulta: 2012, Enero 04)

Krygier (1988). **Gerencia de la calidad total.**

Morris (1998). **Gerencia.**

Mimtzberg (2000). **Gerencia de la calidad total.**

Deming, Edwards (2002). **Calidad Total.**

Disponible:

<http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/caltotalmemo.htm>

(Consulta: 2012, Enero 04)

Picolo, Rafael (2002). **Calidad Total.**

Disponible:

<http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/caltotalmemo.htm>

(Consulta: 2012, Enero 04)

De Zuani, Elio Rafael (2002). **Definición de Sistema.**

Jonson, Kast y Rosenzweig. **Definición de Sistema.**

Bunge, Mario (1999). **Definición de Sistema.**

Boland, Lucrecia & Carro, Fernanda (2007). **Definición de Sistema.**

Caballano Alcántara. **Definición de Gestión de Calidad.** Disponible:

<http://www.caballano.com/ca.htm> (Consulta: 2012, Enero 05)

Pillou, François (2004). **Definición de Gestión de Calidad. Disponible:**

<http://es.kioskea.net/contents/qualite/qualite-introduction.php3>

(Consulta: 2012, Enero 05)

La Cátedra de la Calidad. **Definición de Gestión de la calidad.** Disponible: content/es/contenidos/informacion/introduccion/es_introduc/definicion_gestion.html (Consulta: 2012, Enero 06)

Definiciones ABC. **Definición de Gestión de la calidad** Disponible: <http://www.definicionabc.com/economia/gestion-de-calidad.php> (Consulta: 2012, Enero 06)

Diccionario de la Lengua Española (2005). **Definición de Satisfacción.** Disponible: <http://www.wordreference.com/definicion/Cumplimiento> (Consulta: 2012, Enero 06)

Definición.de (2008). **Definición de Satisfacción.** Disponible: <http://definicion.de/satisfaccion/> (Consulta: 2012, Enero 06)

Diccionario Enciclopédico Vox 1 (2009). **Definición de Satisfacción.** Disponible: <http://es.thefreedictionary.com/satisfacci%C3%B3n> (Consulta: 2012, Enero 06)

Exitoya.com (2008). **Definición de Satisfacción.** Disponible: <http://www.exitoya.com/glosario.htm> (Consulta: 2012, Enero 06)

marketingpower.com (1999). **Definición de Cliente.**

Disponible: <http://www.marketingpower.com/layouts/Dictionary.aspx?dLetter=C> (Consulta: 2012, Enero 06)

Kotler, Philip (2003). **Fundamentos del Marketing.**

Diccionario de Marketing, de Cultural S.A (1999). **Definición de Cliente.**
Disponible:<http://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html> (Consulta: 2012, Enero 07)

Barquero, José Daniel (2007). **Tipos de Clientes.**

Thomson, Ivan (2005). **Satisfacción del Cliente.**
Disponible:<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/satisfaccion-cliente.htm> (Consulta: 2012, Enero 07)

Términos Financieros (2011). **La rentabilidad.**
Disponible:<http://www.terminosfinancieros.com.ar/definicion-rentabilidad-69>
Consulta: 2012, Enero 07)

Gitman (1997). **Rentabilidad.**
Disponible: <http://www.monografias.com/trabajos72/factores-rentabilidad-decisiones-financieras/factores-rentabilidad-decisiones-financieras.shtml+definicion+de+rentabilidad&cd=5&hl=es&ct=clnk&gl=ve>
(Consulta: 2012, Enero 07)

Aguirre et al (1997). **La Rentabilidad.**
Disponible:<http://www.monografias.com/trabajos72/factores-rentabilidad-decisiones-financieras/factores-rentabilidad-decisiones-financieras.shtml+definicion+de+rentabilidad&cd=5&hl=es&ct=clnk&gl=ve>
(Consulta: 2012, Enero 07)

Sánchez (2002). **Rentabilidad del Mercado.**
Disponible:<http://www.monografias.com/trabajos72/factores-rentabilidad-decisiones-financieras/factores-rentabilidad-decisiones-financieras.shtml+definicion+de+rentabilidad&cd=5&hl=es&ct=clnk&gl=ve>

[financieras.shtml+definicion+de+rentabilidad&cd=5&hl=es&ct=clnk&gl=ve](#)
(Consulta: 2012, Enero 07)

Méndez, Cynthia (2003). **Mercado.**

Disponible: <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>
(Consulta: 2012, Enero 08)

Jevons, Stanley. **Los Comerciantes.**

Disponible: <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>
(Consulta: 2012, Enero 08)

Vergara, Kervin (2010). **Mercados.**

Disponible: <http://www.tueconomia.net/demanda-oferta-y-mercado/definicion-objetivo-mercado.php> (Consulta: 2012, Enero 08)

Salcedo, Isaac (2003), **Ingresos.**

Disponible: <http://www.monografias.com/trabajos13/glocult/glocult.shtml>
(Consulta: 2012, Enero 08)

Zavala, Erika (2001). **Ingresos.**

Disponible: <http://www.monografias.com/trabajos7/cofi/cofi.shtml>
(Consulta: 2012, Enero 08)

Fuentes, Ángel Antonio (2011), **Los tipos de Ingresos.**

Disponible: <http://finanzagdi.angelantonio.ws/?p=100> (Consulta: 2012, Enero 08)

Mendoza, Sergio (2007). **Los Ingresos.**

Disponible: <http://sergiomendoza.wordpress.com/2007/02/11/diferentes-tipos->

de-ingreso/ (Consulta: 2012, Enero 08)

Kiyosaki, Robert (2004). **Tipos de Ingresos.**

Disponible:<http://logra-ingresos.blogspot.com/2007/12/tipos-de-ingresos.html>
(Consulta: 2012, Enero 08)

Pelayo, Carlos (1999). **Normas ISO 9000.**

Disponible:<http://www.monografias.com/trabajos/iso9000/iso9000.shtml>
(Consulta: 2012, Enero 09)

Chávez, Lila (2010). **Normas ISO 9000.**

Disponible:<http://www.buenastareas.com/ensayos/Normas-Iso-900/548120.html> (Consulta: 2012, Enero 09)

D´Angelo, Francisco y otros. **Normas ISO.**

Disponible:ldc.usb.ve/~abianc/materias/ci4712/ISO_9000-3.pdf
(Consulta: 2012, Enero 09)

López, Carlos (2001). **Las normas ISO 9000.**

Disponible:
<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/27/ISO.htm>
(Consulta: 2012, Enero 09)

La Norma 2000-87. **Normas Covenin.**

Disponible:<http://www.aqc.com.ve/NormasCOVENIN/NormasCoveninCOVENIN.htm+NORMAS+COVENIN+que+son&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ve>
(Consulta: 2012, Enero 09)

Garza, Juan (1999). **Empresas Manufactureras.**

Disponible:<http://html.rincondelvago.com/clasificacion-de-empresas.html>

(Consulta: 2012, Enero 09)

Blanca, Estela (2005). **Empresas Manufactureras.**

Disponible:<http://www.monografias.com/trabajos20/empresa/empresa.shtml>

(Consulta: 2012, Enero 09)

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

TÍTULO	INFLUENCIA DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD TOTAL EN LOS INGRESOS DE LAS EMPRESAS MANUFACTURERAS EN VENEZUELA
SUBTÍTULO	

AUTOR (ES):

APELLIDOS Y NOMBRES	CÓDIGO CULAC / E MAIL
GONZALEZ ALBEACA, NAYTSA DEL VALLE	CVLAC: 18.511.958 E MAIL: naxager_89@hotmail.com
VILLEGAS DROZD, FABIOLA CAROLINA	CVLAC: 19.168.894 E MAIL: fabiy_085@hotmail.com

PALÁBRAS O FRASES CLAVES:

Gestión de Calidad, Ingresos, Empresas Manufactureras.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ÁREA	SUBÁREA
Ciencias Administrativas	Contaduría Pública

RESUMEN (ABSTRACT):

La investigación tiene como objetivo general analizar la influencia del sistema de Gestión de Calidad Total en los ingresos de las empresas manufactureras en Venezuela, basándose en los sistemas de gestión de calidad total que permita obtener el progresos de las empresas, con el fin de comprender si las empresas aplican este sistema para aumentar sus ingresos. La investigación es de tipo documental, debido a que la mayoría de su contenido fue realizado a través de fuentes bibliográficas, asimismo, el nivel de investigación es de carácter descriptivo ya que se basa fundamentalmente en fuentes escritas. Una vez realizado el análisis se determinó que bajo el sistema de gestión de calidad de cualquier empresa, la Norma ISO 9000 permite además ordenar, controlar, verificar y corregir si es necesario una deficiencia en el sistema de gestión, y también permite tener procedimientos del producto que es muy importante para tener una respuesta rápida ante un reclamo del cliente en la identificación del producto. Razón por la cual es recomendable, que las empresas cuenten con un sistema de gestión de calidad mejorar constantemente la productividad de la organización.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

CONTRIBUIDORES:

APELLIDOS Y NOMBRES	ROL / CÓDIGO CVLAC / E_MAIL				
Msc. Flores, Marisol	ROL	CA	AS	TU	TU
	CVLAC:	V-6.941.356			
	E_MAIL	<u>marisol_catherine@hotmail.com</u>			
	E_MAIL				

FECHA DE DISCUSIÓN Y APROBACIÓN:

2012	02	23
AÑO	MES	DÍA

LENGUAJE. SPA

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ARCHIVO (S):

NOMBRE DE ARCHIVO	TIPO MIME
TESIS.ANALISIS DE LA CALIDAD.DOCX	Application/msword

CARACTERES EN LOS NOMBRES DE LOS ARCHIVOS: A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z. a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z. 0 1 2 3 4 5 6 7
8 9.

ALCANCE

ESPACIAL: _____ (OPCIONAL)

TEMPORAL: _____ (OPCIONAL)

TÍTULO O GRADO ASOCIADO CON EL TRABAJO:

Licenciado en Contaduría Pública

NIVEL ASOCIADO CON EL TRABAJO:

Pregrado

ÁREA DE ESTUDIO:

Departamento de Contaduría

INSTITUCIÓN:

Universidad De Oriente Núcleo Anzoátegui.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

DERECHOS

De acuerdo al artículo 41 del Reglamento de Trabajo de grado:

“Los trabajos de grado son de exclusiva propiedad de la Universidad,

y sólo podrán ser utilizados con otros fines con el consentimiento del

del Consejo del Núcleo respectivo, quien lo participara al Consejo

Universitario”

GONZALEZ, NAYTSA

AUTOR

VILLEGAS, FABIOLA

AUTOR

MSC. MARISOL FLORES

TUTOR

POR LA COMISION DE TRABAJO DE GRADO

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE ANZOÁTEGUI
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ÁREAS ESPECIALES DE GRADO
CÁTEDRA: TRIBUTOS
TEMA: 2**



**ANALISIS DE LA LEY DE COSTOS Y PRECIOS JUSTOS Y SU EFECTO EN
LA DECLARACION DE ISLR EN LAS EMPRESAS VENEZOLANAS.**

TUTOR:

Lcdo. Guillermo García

Lcda. Lourdes Reyes

Realizado por:

González, Naytsa C.I.: 18.511.958

Villegas. Fabiola C.I.: 19.168.894

BARCELONA, 2012

UNIVERSIDAD DE ORIENTE.
NÚCLEO DE ANZOÁTEGUI
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA



**ANÁLISIS DE LA LEY DE COSTOS Y PRECIOS JUSTOS Y SU
EFECTO EN LA DECLARACION DE ISLR EN LAS EMPRESAS
VENEZOLANAS.**

TUTORES:

Lcdo. Guillermo García.

Lcda. Lourdes Reyes.

AUTORES

González, Naytsa C.I.: 18.511.958

Villegas, Fabiola C.I.: 19.168.894

Año:2012

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo general analizar la Ley de Costos y Precios justos y su efecto en la declaración de Impuesto Sobre la Renta en las empresas Venezolanas, este análisis estará basado en el efecto que impondrá la ley en la estructura de costos y gastos de cualquier empresa, el cambio que generara en el precio y el margen de ganancia a obtener. La investigación es de tipo documental, debido a que la mayoría de su contenido fue realizado a través de fuentes bibliográficas, asimismo, el nivel de investigación es de carácter descriptivo ya que se basa fundamentalmente en fuentes escritas. Una vez realizado el análisis se determinó que dicha ley permitirá regular, ordenar, controlar y verificar los precios dentro del mercado venezolano, generando un ambiente donde los empresarios se verán constantemente sometidos a inspecciones para hacer seguimiento a los costos y gastos incurridos, y que los mismos vayan acorde con el precio establecido.

Palabras claves: Costos- Gastos- Precios-Ganancias-Impuestos

INTRODUCCION

La Ley de Costos y Precios Justos fue creada con el objetivo de establecer un sistema donde las empresas se verán reguladas al establecer los precios de sus productos, bienes o servicios, donde el fundamento principal es el conocer el costo real de los mismos.

Esta Ley fue publicada en Gaceta Oficial N° 39.715, de fecha lunes 18 de julio de 2011, establece las regulaciones, así como los mecanismos de administración y control necesarios para mantener la estabilidad de precios y propiciar el acceso a los bienes y servicios a toda la población en igualdad de condiciones, el 17 de Noviembre del presente año en Gaceta Oficial N° 39.802, fue publicado el Decreto N° 8.563 que dicta el “Reglamento Parcial sobre la Superintendencia Nacional de Costos y Precios y el Sistema Nacional Integrado de Administración y Control de Precios”.

Esta normativa es una decisión política del estado venezolano para garantizar el acceso de la población a productos y beneficios, fundamental para preservar el poder adquisitivo del pueblo y protegerlo de la inflación.

En la actualidad el estado Venezolano busca constantes herramientas para obtener mayores ingresos para lograr cubrir las necesidades del pueblo venezolano, mediante el presupuesto nacional, es por esto que después de la renta petrolera los impuestos han jugado un papel fundamental, uno de los más destacados es el Impuesto Sobre la Renta, este grava las ganancias que obtienen las empresas dentro de su ejercicio fiscal, si analizamos la Ley de Costos y precios Justos observamos que esta generara una interferencia en la estructura de costos y gastos de cualquier

empresa, esto a la larga genera que las ganancias de las empresas se vean comprometidas; esta ley generara cambios en la economía del país de gran importancia.

Por todo lo expuesto anteriormente, el trabajo investigativo se elaboró de acuerdo con los siguientes capítulos:

El capítulo I, denominado el problema, en el cual se plantea el problema de la investigación, a raíz de ellos surgen ciertas interrogantes que dan paso a la formulación del objetivo general y los objetivos específicos. También contempla la justificación e importancia y los alcances de la investigación a través de la conceptualización y operalización de las variables.

Seguidamente, el capítulo II, donde se explica el marco teórico, en el cual se exponen antecedentes de la investigación, relacionados a estudios previos universitarios expuestos anteriormente y que tienen cierta relación con el problema planteado. Asimismo, comprende las bases teóricas donde se citan distintos autores sobre los conceptos y puntos relevantes del tema de estudio y los objetivos planteados.

El capítulo III, está dirigido a describir e interpretar la naturaleza de la investigación estableciendo el tipo y diseño de la misma, tomando en cuenta los puntos de vista de distintos autores.

Luego, el capítulo IV, referido al análisis de la investigación, consiste en interpretar cada uno de los objetivos para obtener respuestas a las interrogantes surgidas en el planteamiento del problema.

El capítulo V, desarrolla las conclusiones obtenidas y las posibles recomendaciones al problema a juicio de los autores.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

El planteamiento de esta ley surge para implementar una regulación en los precios que se encuentran en el mercado venezolano, con la finalidad de crear mecanismos de administración y control que logren mantener una estabilidad en los precios de los bienes y servicios dando así las condiciones necesarias de igualdad entre los consumidores.

Se expuso que dicha ley ha sido creada por los abusos flagrantes del poder monopólico en muchos sectores de la economía, que han originado que la base de acumulación de capital se materialice en los elevados márgenes de ganancia, lo cual implica el alza constante de precios sin ninguna razón, más que la explotación directa e indirecta del pueblo; El poder monopólico y la cartelización, se han constituido en la política aplicada por los empresarios para dominar el mercado, siendo ellos quienes fijan los precios y condiciones comerciales, que no se corresponden con referentes internacionales, ni obedecen a una estructura de costo justificable.

La ley de costos y precios justos entro en Gaceta Oficial el 18 de Julio del 2011, se aplicara a los sectores públicos y privados de la economía, estará regido por un órgano el cual cumplirá la función principal de velar, ejecutar y establecer los precios según la categorización de los bienes y servicios, El Sistema Nacional Integrado de Costos y Precios hará cumplir todos los mecanismos necesarios para verificar la información contable de todos las empresas a las que esta ley aplique es decir, tomando en cuenta sus costos y sus gastos podrán determinar el precio al que podrá ser vendido el producto, aparte cuentan con el apoyo de otros entes entre ellos Comisión de administración de divisas (CADIVI), Servicio Nacional Integrado de

Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT) e Instituto para la Defensa de las Personas en el Acceso a los Bienes y Servicios (INDEPABIS).

Al analizar las opiniones emitidas por distintos empresarios y comerciantes de la economía Venezolana muchos de los mismos no se encuentran de acuerdo con la aplicación de esta ley, ya que sienten que repercute firmemente con el margen de ganancia a obtener, y factores como el desempleo, el alto costo de productos, bienes y servicios los hace igual de vulnerables que los consumidores y en un mercado donde tanta competitividad es necesario implementar un margen de costos y gastos para obtener así un producto de calidad.

Para que una empresa pueda operar sin que se afecten sus niveles de producción es necesario reconocer todos los gastos asociados a la actividad económica que realiza, es por esto que se debe analizar la materia prima, los insumos y mano de obra que son los que más tienen peso en la estructura de costos.

Pero esta ley no solo afectara los precios de los productos, además se observan otros factores asociado a este paso, uno de ellos es el Impuesto Sobre la Renta, se puede definir como aquel que grava la renta, es decir, la ganancia que produce una inversión o la rentabilidad del capital.

En el país donde la mayor cantidad de entrada de ingresos al fisco es por concepto de ISLR, entonces si hasta el momento se observa que cada empresa genera su ganancia y declara su respectivo impuesto al cierre del año fiscal, se quiere analizar si la ley de costos y precios justos influirá a crear una estandarización de la ganancia obtenida por las empresas y como esta afectara al fisco nacional por concepto de declaración de Impuesto Sobre la Renta.

Hacer un análisis de las ganancias en un proceso complejo, pues la reducción de las mismas podría significar una disminución al fisco vía Impuesto sobre la Renta;

ya que las ganancias remuneran a los accionistas que asumen el riesgo de invertir, y si el margen de ganancia disminuye estaremos afectando dicha inversión.

Como base de nuestro estudio tomaremos La ley de Costos y Precios Justo y la Ley de Impuesto sobre la Renta para realizar este análisis, se tomaran en cuenta artículos de prensa, internet, entre otros.

Para el desarrollo de este tema se plantearon las siguientes interrogantes:

1.2 Interrogantes de la Investigación

1.2.1 ¿Cuáles son las deberes y sanciones que indica la ley de costos y precios justos en las que deben incurrir las empresas venezolanas?

1.2.2 ¿La Ley de Costos y Precios Justos determinara el margen de ganancia a obtener por las empresas venezolanas?

1.2.3 ¿Qué efecto tendrá la Ley de Costos y Precios Justos sobre la recaudación del Impuesto Sobre la Renta?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Analizar la ley de costos y precios justos y su efecto en la declaración de Impuesto Sobre la Renta en las empresas Venezolanas.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Señalar los deberes y sanciones en el caso que aplique que deberán cumplir las empresas venezolanas según las disposiciones de la Ley de Costos y Precios justos.
- Identificar si la Ley de Costos y Precios Justos es capaz de determinar el margen de ganancia a obtener por las empresas.
- Estudiar el efecto que puede tener la Ley de Costos y Precios Justos en la recaudación del Impuesto Sobre la Renta.

1.4 Justificación e Importancia.

Con ésta investigación se pretende hacer un análisis de la Ley de costos y precios justos haciendo énfasis en el efecto que la misma tendrá en las empresas en cuanto a la recaudación del Impuesto Sobre la Renta, tomando en cuenta cómo será aplicada, el organismo que velara por hacer cumplir lo establecido en ella y las pautas que deberá seguir todos los empresarios y comerciantes para poder así poner los precios justos a sus productos.

Para el año 2011 se observó un escenario donde la inflación, el alto costo de la vida, y la obtención de bienes y servicios es parte de la rutina diaria de este país, haciendo un estudio del mercado Venezolano se puede visualizar que un salario mínimo no cubre las necesidades básicas para gran parte de la población, el gobierno ha manifestado firmemente que existe una especulación en los precios de gran parte de productos y servicios. Es por esto que surge la Ley de Costos y Precios Justos para evitar por todas las vías posibles la especulación y acaparamiento de los bienes y servicios, que cada venezolano obtenga un precio justo al comprar cualquier producto que este a su alcance.

Analizando desde el punto de vista empresarial se visualiza un panorama de muchas incertidumbres ya que esta ley busca proteger firmemente al consumidor, es por esto que los empresarios y comerciantes que aun realizan sus actividades económicas en el país se preguntan si esta ley afectara su utilidad o ganancia producida en el ejercicio fiscal, y si este es el caso pagaran menos o más Impuesto sobre la Renta.

Es importante el conocimiento de este tema, ya que determinara una nueva pauta en la economía Venezolana y su aplicación generara grandes cambios a nivel de cálculos por conceptos de costos y gastos, por otra parte la influencia de nuevas leyes a hacer aplicadas y que las mismas podrán llegar a modificar otras que se encuentren en vigencia con el fin de avalar firmemente el cumplimiento de esta dentro de las empresas venezolanas.

Se considera firmemente que al realizar este estudio se estará viendo el efecto que tendrá esta ley en todos los venezolanos en general, ya que podrá incidir en el bienestar como país.

Este estudio podrá brindar beneficios para saber desde un punto de vista más puntual y tributario si podrá o no afectar al Impuesto sobre la Renta.

1.5 Limitaciones

- El estudio se basara únicamente en el análisis de la Ley de Costos y Precios Justo, se tomara en cuenta artículos de interés de la Ley de Impuesto Sobre la Renta.

- Falta de antecedentes de investigaciones previas.

CAPITULO II MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN:

Autores: Hernández, Carlos; Villarroel, Wilmer.

Título: *“Análisis del cumplimiento de los deberes formales (Impuesto sobre la Renta e Impuesto al Valor agregado) de la empresa de servicios y construcciones Abril, C.A.”* (2.004) Trabajo de Grado para optar por el título de Licenciados en Contaduría Pública, en la Universidad de Oriente, Maturín, Edo. Monagas.

Objetivo: *“Analizar el cumplimiento de los deberes formales en materia de Impuesta al Valor Agregado e Impuesto Sobre la Renta de la empresa de Servicios y Construcciones Abril, C.A., en el periodo económico 2004”*. (pp.6)

“Su principal conclusión fue que la empresa cumple con todos los deberes formales establecidos en el Código Orgánico Tributario, la Ley de Impuesto Al Valor Agregado y la Ley de Impuesto Sobre la Renta”. (pp.62)

Esta investigación hace mención al cumplimiento de los deberes formales por partes de las empresas, el pago de estos impuestos representa una obligación tributaria de gran peso e importancia para cualquier empresa, esto genera la contribución al estado en carácter de persona jurídica.

Autores: Oliver Rondón y Deridcy Liney.

Título: *“Propuesta de un modelo de asignación de costos indirectos de fabricación fundamentado en el costeo basado en la actividad (ABC)”. Caso: Fabrica de bebidas Alcohólicas Cordillera.* (2.007) Trabajo de Grado para obtener el título de Magíster en Ciencias Contables, en la Universidad de los Andes, Mérida, Venezuela.

Objetivo: *“Proponer un modelo de asignación de costos indirectos de fabricación en la empresa Fabricación de bebidas Alcohólicas Cordillera fundamentado en el costeo basado en la actividad (ABC)”. (pp.6)*

“Su conclusión principal fue lograr de forma firme la implementación de un módulo de asignación de costos indirectos de fabricación fundamentado en el sistema de costeo, para esto se requiere la aplicación de nuevas estrategias para lograr que la base de los costos de la empresa sea rentable en cuanto a su producción y la obtención de ganancias por las ventas”. (pp. 127)

Para este tema se observa el proceso productivo que se genera para producir una bebida alcohólica, los costos indirectos que deben ser aplicados, estos nos permite visualizar la importancia que tiene en el proceso productivo los costos que se implementan para la obtención de un producto.

Autores: Mercedes Pérez.

Título: *“Propuesta de un sistema de contabilidad de costos de producción para las cooperativas del sector panadero del Municipio Valera, Edo. Trujillo”.* (2.008) Trabajo de grado para obtener el título de Licenciada en Contaduría Pública en la Universidad de los Andes, Trujillo, Venezuela.

Objetivo: *“Proponer lineamientos para la implantación de un sistema de contabilidad de costos para las cooperativas del Sector Panadero del Municipio Valera, Edo. Trujillo”.* (pp.17)

“Concluyen con una propuesta donde se recomienda buscar asesoría contable para instalar un sistema de contabilidad de costos por procesos, dado que este es compatible con la naturaleza de las actividades manufactureras que realiza la empresa (elaboración de productos homogéneos en grandes cantidades, en forma continua y a través de una serie de etapas productivas”. (pp.82)

La aplicación de un sistema de costos por proceso se observa es la más beneficiosas para las empresas manufactureras, y mientras mejor control tenga sobre sus actividades de producción más conveniente será para la misma a la hora de obtener un producto de calidad, este tema nos da a conocer como se implementan sistemas contables en una empresa y lo beneficioso que es para la misma aplicar un sistema de costeo integral que le permita satisfacer sus expectativas y las del consumidor.

2.2 Bases teóricas:

2.2.1 Tributos

Según **Campiña G. y Fernández M (2010)** el tributo *“consiste en dar dinero, establecido en la ley y cuyo importe se destina al sostenimiento de las cargas públicas”.* (pp.27).

Según **Villegas, Héctor (2008)** define tributo como *"las prestaciones en dinero que el Estado exige en ejercicio de su poder de imperio en virtud de una ley y para cubrir los gastos que le demanda el cumplimiento de sus fines"*. (pp.67)

2.2.1.1 Clasificación de los tributos

Según **Giovanni, Carlos (1993)** y **Villegas, Héctor (2008)** explican cómo son clasificados los tributos:

2.2.1.1.1 Impuesto

El impuesto es pues, jurídicamente, como todos los tributos una institución de derecho público, por lo que es una obligación unilateral impuesta coactivamente por el Estado en virtud de su poder de imperio. Ya que es un hecho institucional que va necesariamente unido a la existencia de un sistema social fundado en la propiedad privada o que al menos reconozca el uso privado de ciertos bienes. Tal sistema social importa la existencia de un órgano de dirección (el Estado) encargado de satisfacer necesidades públicas. Como ellos requiere gastos, y por consiguientes ingresos, se lo inviste en la potestad de recabar coactivamente cuotas de riqueza de los obligados sin proporcionarles servicios concretos divisibles algunos a cambio como retribución.

Teniendo pues en cuenta lo antes dicho se sintetiza el concepto de la siguiente manera: "son impuestos las prestaciones en dinero o en especies, exigidas por el Estado en virtud del poder del imperio, a quienes se hayan en las situaciones consideradas por la ley como los hechos imponibles" (pp.291)

2.2.1.1.2 Tasa

Es el tributo que probablemente mayores discrepancias ha causado y el que más dificultades presenta para su caracterización. Ello, se debe en parte, a que quienes la han tratado han confundido elementos económicos, jurídicos y políticos pero que con el pasar del tiempo se ha logrado que además de estas razones se obtenga la caracterización correcta de la tasa en donde tiene trascendencia en virtud del tan necesario perfeccionamiento en la construcción jurídica de la tributación.

De modo que se define la tasa como " un tributo cuyo hecho generador está integrado con un actividad del Estado divisible e inherente, hallándose esa actividad relacionada directamente con el contribuyente". (pp.90)

2.2.1.1.3 Contribuciones Especiales

Por su fisonomía jurídica particular se ubican en situación intermedia entre los impuestos y las tasa. Esta categoría comprende gravámenes de diversa naturaleza definiéndose como "los tributos obligatorios debidos en razón de beneficios individuales o de grupos sociales derivados de la realización de obras, o gastos públicos, o especiales actividades del Estado." (pp.295)

2.2.1.2 Características de los Tributos

Según la Investigación Publicada por **Cristina Josar (2002)** se mencionan las características de los tributos:

2.2.1.2.1 Características de los impuestos:

- Una obligación de dar dinero o cosa (prestación).
- Emanada del poder de imperio estatal, lo que se supone su obligatoriedad y la compulsión para hacerse efectivo su cumplimiento.
- Establecida por la ley.
- Aplicable a personas individuales o colectivas.
- Que se encuentren en distintas situaciones predecibles como puede ser determinada capacidad económica, realización de ciertos actos, etc.

2.2.1.2.2 Características de las tasas:

- El carácter tributario de la tasa, lo cual significa, según la caracterización general "una prestación que el Estado exige en el ejercicio de su poder de imperio".
- Es necesario que únicamente puede ser creada por la ley.
- La noción de tasa conceptúa que su hecho generador "se integra con una actividad que el Estado cumple" y que está vinculada con el obligado al pago.
- Se afirma que dentro de los elementos caracterizantes de la tasa se halla la circunstancia de que "el producto de la recaudación sea exclusivamente destinado al servicio respectivo".
- El servicio de las tasa tiene que ser "divisibles".
- Corresponde el examinar la actividad estatal vinculante en donde "debe ser inherente a la soberanía estatal".

2.2.1.2.3 Características de las contribuciones especiales:

- Según esta definición las contribuciones especiales adquieren mayor amplitud limitándose a la llamada contribución de mejoras por considerar que

gravámenes generales incluidos en esta categoría constituyen verdaderos impuestos.

- Incorporan las prestaciones debidas por la posesión de cosas o el ejercicio de las actividades que exigen una erogación o mayores gastos estatales.
- Valida inmobiliaria a consecuencia de obras públicas, gravámenes de peaje por utilización de vías de comunicación (camino, puentes, túneles) y algunos tributos sobre vehículos motorizados y diversas contribuciones que suelen llamarse parafiscales, destinadas a financiar la seguridad social, la regulación económica, etc. Si bien la contribución especial es un tributo y como tal es coactivo, presenta relevancia la aquiescencia de la comunidad lograda por la vinculación de dichos gravámenes con actividades estatales de beneficio general.

2.2.2 Obligación Tributaria

Según el **Código Orgánico Tributario Art.13 (S/F) define de la siguiente forma:** *“Surge entre el Estado en las distintas expresiones del poder público y los sujetos pasivos en cuanto ocurra el presupuesto de hecho imponible”*

Según **Coccoresse, Gaetano (2003)** plantea en su investigación una definición de obligación tributaria: *“Constituye un vínculo de carácter personal, aunque se asegure mediante garantía real o con privilegios especiales. (pp.)*

<http://www.monografias.com/trabajos15/obligacion-tributaria/obligacion-tributaria.shtml>

2.2.2.1 Sujetos de la Obligación Tributaria

2.2.2.1.1 Sujeto Activo

Según el **Código Orgánico Tributario** en su Artículo 18 define al sujeto activo como: “*el ente público acreedor del tributo Fisco Nacional, Estatal y Municipal, SENIAT, S.S.O, INCE*”. (pp.)

<http://www.monografias.com/trabajos15/obligacion-tributaria/obligacion-tributaria.shtml>

2.2.2.1.2 Sujeto Pasivo

Según el **Código Orgánico Tributario** en su Artículo 19 define al sujeto pasivo como aquel que es: “*obligado al cumplimiento de las prestaciones tributarias, sea en calidad de contribuyente o de responsable*”. (pp.)

<http://www.monografias.com/trabajos15/obligacion-tributaria/obligacion-tributaria.shtml>

2.2.3 Potestad Tributaria

Según la Investigación realizada por **Coronil, Sixto (2005)** se define la potestad tributaria como: “*la facultad que tiene el Estado de crear unilateralmente tributos, cuyo pago sea exigido a las personas sometidas a su competencia tributaria especial siendo su destino es el de cubrir las erogaciones que implica el atender necesidades públicas*”. (pp.)

<http://www.mailxmail.com/curso-gestion-tributaria-municipal/potestad-tributaria>

Según el **Dr. José Octavio (2003)** menciona lo siguiente sobre la potestad tributaria: *“la potestad tributaria, la ejerce el Estado cuando promulga la ley y las leyes deben reflejar ese equilibrio y esa igualdad jurídica”*. (pp.)

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:bnLLcoHG9uYJ:www.monografias.com/trabajos14/codigo-organico/codigo-organico.shtml+potestad+tributaria+en+venezuela&cd=4&hl=es&ct=clnk&gl=ve>

2.2.4 Persona Natural

Según la **Biblioteca Nacional de Chile (S/F)** La persona natural *“Es todo ser capaz de tener y contraer derechos y obligaciones. Cuando los derechos y obligaciones los ejerce un individuo en forma particular se habla de persona física o natural”*. (pp.) http://www.dibam.cl/biblioteca_nacional/

Según nuestro **Código Civil (S/F)** las personas naturales son *“Todos los individuos de la especie humana, cualquiera que sea su edad, sexo, estirpe o condición”*.

2.2.5 Persona Jurídica

Según la **Biblioteca Nacional de Chile** La persona jurídica *“Es todo ser capaz de tener y contraer derechos y obligaciones. Cuando unos individuos se unen con el fin de lograr un objetivo en común, dispuestos a cumplir obligaciones y ejercer derechos, se habla de persona jurídica o moral, es un ente creado por la ley”*. (pp.) http://www.dibam.cl/biblioteca_nacional/

2.2.6 Definiciones de Empresas

Engel Sofía Bustamante (2002), define: *“La empresa es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.”* (pp.)<http://www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtml>

Para **Idalberto Chiavenato, (S/F)**, define: *“La empresa es una organización social que utiliza una gran variedad de recursos para alcanzar determinados objetivos.”* (pp.4)

Según **Zoilo Pallares, Diego Romero y Manuel Herrera (2005)**, define empresa se la puede considerar como: *“un sistema dentro del cual una persona o grupo de personas desarrollan un conjunto de actividades encaminadas a la producción y/o distribución de bienes y/o servicios, enmarcados en un objeto social determinado.”* (p.41)

2.2.6.1 Tipos de Empresas

Según **Claudio Corona (parafraseo)**, las empresas se pueden clasificar de diversas formas, pero las más comunes son según la actividad económica, por su dimensión, por el sector geográfico en que desarrolla la actividad, según el origen del capital y la estructura jurídica entre otras.

1. **Según su actividad económica se clasifican en tres sectores que se definen a continuación:**

- Las **empresas del sector Primario**, son aquellas que básicamente su producción es extractaba, utilizando recursos de la naturaleza, en este sector encontramos las empresas agrícolas, pesqueras, mineras, sanitarias, etc.
- Las **empresas del sector secundario**, estas empresas tienen la particularidad de transformar bienes físicamente para crear otros que sean útiles a los consumidores, en este sector encontramos a empresas del rubro de la construcción, industrias metalúrgicas, fábricas de automóviles, etc.
- Por último, están las **empresas del sector Terciario**, en este caso tenemos empresas que se dedican a comercializar productos elaborados para distintos usos, como también la prestación de servicios, como por ejemplo, transporte, locales comerciales, turismo, asesorías, etc.

2. **Por su dimensión las podemos clasificar de cuatro formas:**

- **Microempresa**, es llamada así ya que cuenta con menos de 10 trabajadores formales.
- **Pequeña empresa**, si cuenta con más de 10, pero menos de 50 trabajadores.
- **Mediana empresa**, si cuenta con más de 50 y menos de 250 trabajadores.
- **Gran empresa**, si cuenta con más de 250 trabajadores.

3. Clasificación según su cobertura geográfica:

- **Empresas Locales**, son aquellas empresas que por su capacidad de producción, distribución y venta, solo pueden realizar su actividad en sectores reducidos a nivel comunal.
- **Empresas regionales**, son aquellas que su capacidad y posibilidades de crecimiento, las habilita para abarcar una o varias regiones.
- **Empresas Nacionales**, son aquellas que tienen la capacidad de infraestructura, producción, venta y distribución en todo un país.
- **Empresas Multinacionales**, son aquellas que traspasan las fronteras creando sus operaciones en diversos países.

4. Clasificación según el origen del capital:

- **Empresas Privadas:** se clasifica de esta forma cuando el capital es aportado solo por particulares o empresas privadas y es controlado por estos.
- **Empresas Públicas:** están clasificadas así ya que el capital y el control de la empresa está en poder del Estado.
- **Empresa Mixta:** en este caso existe aportes del sector privado y el sector público, siendo la propiedad de esta compartida por las partes.
- **Empresa de Autogestión:** se D.c. esta forma de empresa cuando el capital se encuentra en manos de los trabajadores, normalmente es el caso de sindicatos, etc. (pp.)

<http://www.la-gerencia.com/articles/320/1/CLASIFICACION-DE-LAS-EMPRESAS/Page1.html>

2.2.7 Definición de Costos

Mariana Ivinsky (2000), define: *“El costo es un recurso que se sacrifica o al que se renuncia para alcanzar un objetivo específico.”* (pp.)

<http://www.monografias.com/trabajos4/costos/costos.shtml>

Según en el portal **Definición Los Costos**, define como: *“El Costo o Coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.”* (pp.)

<http://www.youtube.com/watch?v=cItHO15LRWg>

2.2.8 Definiciones de Gastos

En el sitio Web **Definiciones ABC**, define: *“Se conoce como gasto a la cantidad que se gasta o se ha gastado. En una empresa, por ejemplo, el gasto es la partida contable que disminuirá el beneficio o aumentará la pérdida de la misma.”*

(pp.) <http://www.definicionabc.com/economia/gasto.php>

Según **Alfredo Alcántara (2002)**, define: *“Gasto es la corriente de recursos o potenciales de servicios que se consumen en la obtención del producto neto de la entidad: sus ingresos.”* (pp.)

<http://www.monografias.com/trabajos10/rega/rega.shtml#ga>

2.2.9 Definición de Precios

Según **Philip Kotler y Gary Armstrong (2003)** definen precio: *es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio.*

En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio" (pp.353)

Según **Patricio Bonta y Mario Farber (2002)** definen el precio como: *"la expresión de un valor. El valor de un producto depende de la imagen que percibe el consumidor"* (pp.39)

2.2.9.1 Precio, Fijación de Precio y Selección de los Objetivos para establecerlo.

Según **Angulo Clara (2004)** en su trabajo fijación de precio hace mención a la al precio y cómo hacer para establecer el mismo:

Todas las organizaciones con fines de lucro y muchas sin fines de lucro ponen precio a sus productos o servicios. Los precios tienen muchos nombres: Hay precios a todo nuestro alrededor. Pagamos renta, colegiatura por nuestra educación, honorarios a nuestro médico o dentista. Las líneas aéreas, ferrocarriles, taxis y camiones nos cobran un pasaje; las empresas de servicios como la luz y el teléfono llaman a sus precios tarifas; y el banco nos cobra intereses por el dinero que pedimos prestado. El precio de conducir un automóvil por algunas autopistas se llama cuota, y la empresa que asegura nuestro automóvil nos cobra una prima. El "precio de un ejecutivo es sus sueldo, el precio de un vendedor podría ser una comisión y el precio de un trabajador es un salario. Por último aunque algunos economistas no estén de acuerdo, muchos son los impuestos que el precio que pagamos por el privilegio de ganar de dinero.

Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera. A pesar

que tal pago no necesariamente se efectúa en dinero los precios son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias. Desde un punto de vista general, y entendiendo el dinero como una mercadería, se puede considerar que bienes y servicios son obtenidos por el trueque, que, en economías modernas, generalmente consiste en intercambio por, o mediado a través del, dinero.

En el desarrollo de la economía ha habido debate prolongado acerca de la relación entre el precio y el valor. Originalmente, la escuela clásica consideraba que el precio dependía directamente del valor, entendido como la cantidad de trabajo encapsulada en la producción de una mercancía dada.

A lo largo del tiempo los precios pueden crecer (inflación) o decrecer (deflación). Estas variaciones se determinan mediante el cálculo del índice, existiendo varios como el denominado Índice de Precios al Consumidor (IPC), el Índice de Precios Industriales (IPI).

2.2.9.1.1 Fijación de Precio

El precio es el elemento de la mezcla de marketing que produce ingresos; los otros producen costos. El precio también es uno de los elementos más flexibles: se puede modificar rápidamente, a diferencia de las características de los productos y los compromisos con el canal.

Al mismo tiempo, la competencia de precios es el problema más grave que enfrentan las empresas. Pese a ello, muchas empresas no manejan bien la fijación de precios.

Los errores más comunes:

- La fijación de los precios está demasiado orientada a los costos.
- Los precios no se modifican con la frecuencia suficiente para aprovechar los cambios del mercado.
- El precio se fija con independencia del resto de la mezcla de marketing y no como un elemento intrínseco de la estrategia de posicionamiento en el mercado.
- El precio no es lo bastante variado para los diferentes artículos, segmentos de mercado y ocasiones de compra.
- Una empresa debe poner un precio inicial cuando desarrolla un nuevo producto, cuando introduce su producto normal en un nuevo canal de distribución o área geográfica y cuando licita para conseguir contratos nuevos.
- La empresa debe decidir donde posicionará su producto en cuanto a calidad y precio.

2.2.9.1.3 Selección de objetivos para la fijación de precios.

Lo primero que hace la empresa es decidir dónde quiere posicionar su oferta de mercado. Cuánto más claros sean los objetivos de la empresa, más fácil será fijar el precio: Una empresa puede buscar cualquiera de cinco objetivos principales al fijar sus precios:

- Supervivencia.
- Utilidades actuales máximas.
- Participación máxima de mercado.
- Captura máxima del segmento superior del mercado.
- Liderazgo en calidad de productos.
- También existen algunas condiciones que favorecen la fijación de bajos:

- El mercado es muy sensible al precio y un precio bajo estimula su crecimiento.
- Los costos de producción y distribución bajan al irse acumulando experiencia en la producción.
- El precio bajo desalienta la competencia real y potencial

2.2.10 Definición de Ingresos

Según **Salcedo, Isaac (2003)** La definición de Ingreso “*Cantidad de dinero que una persona recibe en efectivo o en cheque proveniente de sueldos, salarios, intereses, renta o cualquier otra fuente.*”. (pp.)

<http://www.monografias.com/trabajos13/glocult/glocult.shtml>

Según **Zavala, Erika (2001)** define ingreso como: “*Cualquier partida u operación que afecte los resultados de una empresa aumentando las utilidades o disminuyendo las pérdidas. No debe utilizarse como sinónimo de entradas en efectivo, ya que éstas se refieren exclusivamente al dinero en efectivo o su equivalente que se recibe en una empresa sin que se afecten sus resultados*”. (pp.)

<http://www.monografias.com/trabajos7/cofi/cofi.shtml>

2.2.11 Ingresos Brutos e Ingresos Globales

Según **Miguel Moprao (2005)** en su investigación habla sobre los ingresos brutos e Ingresos Globales:

Los ingresos brutos pueden definirse como los beneficios económicos que obtiene una persona natural o jurídica por cualquier actividad que realice, sin tomar

en consideración los costos o deducciones en que haya incurrido para obtener dichos ingresos

El ingreso bruto global esta, de acuerdo a lo establecido en la Ley de I.S.L.R., está constituido por todas las rentas obtenidas por el contribuyente en el ejercicio de cualquiera de estas actividades:

- Venta de bienes y servicios; con excepción de los provenientes de la enajenación de la vivienda principal, caso en el cual deberá tomarse en consideración lo previsto en el artículo 17 de la ley y artículo 194 y ss. Del reglamento.
- Arrendamiento;
- Los proventos regulares o accidentales, producidos por el trabajo, bien sea relación de dependencia, o por el libre ejercicio de profesiones no mercantiles;
- Los provenientes de regalías y participaciones análogas;
- Para la determinación de las rentas extranjeras, se aplicará el tipo de cambio promedio del ejercicio fiscal en el país, conforme a la metodología usada por el Banco Central de Venezuela.

En los casos de ventas de inmuebles a créditos, los ingresos brutos estarán constituidos por el monto de la cantidad percibida en el ejercicio gravable por tales conceptos.

La oportunidad en la cual un enriquecimiento se considera disponible para su beneficiario, no sólo interesa a los fines de cumplir con uno de los requisitos esenciales para que un ingreso sea gravable, sino también influirá sobre la oportunidad en la cual se considerarán deducibles los gastos imputables a dicho ingreso, debido a que los ingresos y gastos deberán estar pagados a los fines de admitir su deducibilidad

2.2.12 Enriquecimiento Neto

Según **Miguel Moprao (2005)** en su investigación habla sobre el enriquecimiento neto:

La Ley de I.S.L.R establece que los ingresos brutos percibidos por el contribuyente, durante el ejercicio gravable, están conformados por el monto de venta de bienes y servicios en general, así como lo percibido por concepto de cualquier actividad económica.

Para determinar el enriquecimiento neto gravable por el impuesto sobre la renta, se tomará la totalidad de los ingresos brutos percibidos por el contribuyente y se le restará los costos provenientes de los productos enajenados y de los servicios prestados dentro del país:

1. El costo de la adquisición de los bienes destinados a ser revendidos o transformados en el país así como el costo de los materiales y de otros bienes destinados a la producción de la renta;
2. Las comisiones usuales, siempre y cuando las mismas no correspondan a cantidades fijas, sino a porcentajes normales, calculados sobre el precio de la mercancía, que sean cobradas exclusivamente por la realización de gestiones relativas a la adquisición o compra de bienes;
3. Los gastos inherentes a transporte y seguro de los bienes invertidos en la producción de la renta.

Estos costos mencionados anteriormente se lo restamos al ingreso bruto y luego el contribuyente procederá a este monto obtenido, deducir los gastos o egresos (deducciones) realizados por éste durante el ejercicio gravable.

$$\text{Enriquecimiento Neto Gravable} = \text{Ingresos Brutos} - (\text{Costo} + \text{Deducciones})$$

2.2.13 Impuesto Sobre La Renta

Según la Investigación realizada por **Miguel Moprao (2005)** el impuesto sobre la renta se puede definir como: *“es aquel cuyo objetivo es gravar la renta o el enriquecimiento percibido por los contribuyentes, con ocasión de las diversas actividades que estos puedan ejercer”*. (pp.)

<http://www.monografias.com/trabajos23/impuesto-renta/impuesto-renta.shtml>

Según **Ithamar Mota (2004)** en su investigación impuestos en Venezuela define así al Impuesto sobre la renta: *“como su nombre lo indica, grava la renta, es decir la ganancia que produce una inversión o rentabilidad del capital. También puede ser el producto del trabajo bajo relación de dependencia o lo producido por el ejercicio de una profesión determinada”*. (pp.)

<http://www.monografias.com/trabajos15/impuestos-venezuela/impuestos-venezuela.shtml>

2. 3 Bases legales:

2.3.1. Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

Gaceta Oficial Extraordinaria No. 5453 del 24/03/2000 es un documento vigente que contiene la ley fundamental del país, dentro del cuyo marco deben ceñirse todos los actos legales. En ella se generan las instituciones, derechos y deberes fundamentales.

Se trata de un documento en idioma español. Se compone de un preámbulo, 350 artículos (ordenados en títulos t capítulos), y disposiciones transitorias (para su implementación).

Fue redactada por la Asamblea Nacional constituyente de Venezuela, constituida por 128 constituyentes, elegidos por votación popular con ese objetivo fundamental.

Se sometió a consulta popular su aprobación, por primera vez en toda la historia de Venezuela, el 15 de diciembre de 1999.

La constitución de la República Bolivariana de Venezuela señala lo siguientes:

De los Derechos Económicos

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

Del Régimen Socio Económico y de la Función del Estado en la Economía

Artículo 305: El Estado promoverá la agricultura sustentable como base estratégica del desarrollo rural integral, a fin de garantizar la seguridad alimentaria de la población; entendida como la disponibilidad suficiente y estable de alimentos en el ámbito nacional y el acceso oportuno y permanente a éstos por parte del público

consumidor. La seguridad alimentaria se alcanzará desarrollando y privilegiando la producción agropecuaria interna, entendiéndose como tal la proveniente de las actividades agrícola, pecuaria, pesquera y acuícola. La producción de alimentos es de interés nacional y fundamental para el desarrollo económico y social de la Nación. A tales fines, el Estado dictará las medidas de orden financiero, comercial, transferencia tecnológica, tenencia de la tierra, infraestructura, capacitación de mano de obra y otras que fueran necesarias para alcanzar niveles estratégicos de autoabastecimiento. Además, promoverá las acciones en el marco de la economía nacional e internacional para compensar las desventajas propias de la actividad agrícola.

El Estado protegerá los asentamientos y comunidades de pescadores o pescadoras artesanales, así como sus caladeros de pesca en aguas continentales y los próximos a la línea de costa definidos en la ley.

Artículo 308: El Estado protegerá y promoverá la pequeña y mediana industria, las cooperativas, las cajas de ahorro, así como también la empresa familiar, la microempresa y cualquier otra forma de asociación comunitaria para el trabajo, el ahorro y el consumo, bajo régimen de propiedad colectiva, con el fin de fortalecer el desarrollo económico del país, sustentándolo en la iniciativa popular. Se asegurará la capacitación, la asistencia técnica y el financiamiento oportuno.

Artículo 309: La artesanía e industrias populares típicas de la Nación, gozarán de protección especial del Estado, con el fin de preservar su autenticidad, y obtendrán facilidades crediticias para promover su producción y comercialización.

2.3.2 Ley De Impuesto Sobre La Renta (I.S.L.R)

Artículo 1. Los enriquecimientos anuales, netos y disponibles obtenidos en dinero o en especie, causarán impuestos según las normas establecidas en esta ley.

Salvo disposición en contrario de la presente ley, toda persona natural o jurídica, residente o domiciliada en la República Bolivariana de Venezuela, pagará impuestos sobre sus rentas de cualquier origen, sea que la causa o la fuente de ingresos esté situada dentro del país o fuera de él.

Las personas naturales o jurídicas no residentes o no domiciliadas en la República Bolivariana de Venezuela estarán sujetas al impuesto establecido en esta Ley siempre que la fuente o la causa de sus enriquecimientos estén u ocurra dentro del país, aun cuando no tengan establecimiento permanente o base fija en la República Bolivariana de Venezuela.

Las personas naturales o jurídicas domiciliadas o residenciadas en el extranjero que tengan un establecimiento permanente o una base fija en el país, tributarán exclusivamente por los ingresos de fuente nacional o extranjera atribuibles a dicho establecimiento permanente o base fija.

Artículo 2. Toda persona natural o jurídica, residente o domiciliada en La República Bolivariana de Venezuela, así como las personas naturales o jurídicas domiciliadas o residenciadas en el extranjero que tengan un establecimiento permanente o una base fija en el país, podrán acreditar contra el impuesto que conforme a esta Ley les corresponda pagar, el impuesto sobre la renta que hayan pagado en el extranjero por los enriquecimientos de fuente extraterritorial por los cuales estén obligados al pago de impuesto en los términos de esta Ley.

A los efectos de la acreditación prevista en este artículo, se considera impuesto sobre la renta al que grava la totalidad de la renta o los elementos de renta, incluidos los impuestos sobre las ganancias derivadas de la enajenación de bienes muebles o inmuebles, y los impuestos sobre los sueldos y salarios, así como los impuestos sobre

las plusvalías. En caso de duda, la Administración Tributaria deberá determinar la naturaleza del impuesto acreditable. El monto del impuesto acreditable, proveniente de fuentes extranjeras a que se refiere este artículo, no podrá exceder a la cantidad que resulte de aplicar las tarifas establecidas en el Título III de esta Ley al total del enriquecimiento neto global del ejercicio de que se trate, en la proporción que el enriquecimiento neto de fuente extranjera represente del total de dicho enriquecimiento neto global.

En el caso de los enriquecimientos gravados con impuestos proporcionales en los términos establecidos en esta Ley, el monto del impuesto acreditable, no podrá exceder del impuesto sobre la renta que hubiese correspondido pagar en La República Bolivariana de Venezuela por estos enriquecimientos.

A los fines de la determinación del monto de impuesto efectivamente pagado en el extranjero acreditable en los términos establecidos en este artículo, deberá aplicarse el tipo de cambio vigente para el momento en que se produzca el pago del impuesto en el extranjero, calculado conforme a lo previsto en la Ley del Banco Central de Venezuela.

Artículo 4. Son enriquecimientos netos los incrementos de patrimonio que resulten después de restar de los ingresos brutos, los costos y deducciones permitidos en esta Ley, sin perjuicio respecto del enriquecimiento neto de fuente territorial, del ajuste por inflación previsto en esta Ley.

A los fines de la determinación del enriquecimiento neto de fuente extranjera se aplicarán las normas de la presente Ley, determinantes de los ingresos, costos y deducciones de los enriquecimientos de fuente territorial.

La determinación de la base imponible para el cálculo del impuesto será el resultado de sumar el enriquecimiento neto de fuente territorial al enriquecimiento neto de fuente extraterritorial. No se admitirá la imputación de pérdidas de fuente extraterritorial al enriquecimiento o pérdida de fuente territorial.

Artículo 7. Están sometidos al régimen impositivo previsto en esta Ley:

- a. personas naturales
- b. Las compañías anónimas y las sociedades de responsabilidad limitada.
- c. Las sociedades en nombre colectivo, en comandita simple, las comunidades, así como cualesquiera otras sociedades de personas, incluidas las irregulares o de hecho.
- d. Los titulares de enriquecimientos provenientes de actividades de hidrocarburos y conexas, tales como la refinación y el transporte, sus regalistas y quienes obtengan enriquecimientos derivados de la exportación de minerales, de hidrocarburos o de sus derivados.
- e. Las asociaciones, fundaciones, corporaciones y demás entidades jurídicas o económicas no citadas en los literales anteriores.
- f. Los establecimientos permanentes, centros o bases fijas situados en el territorio nacional.

Parágrafo Primero: A los fines de esta Ley, las herencias yacentes se considerarán contribuyentes asimilados a las personas naturales; y las sociedades de responsabilidad limitada, en comandita por acciones y las civiles e irregulares o de hecho que revistan la forma de compañía anónima, de sociedad de responsabilidad limitada o de sociedad en comandita por acciones, se considerarán contribuyentes asimilados a las compañías anónimas.

Parágrafo Segundo: En los casos de contrato de cuentas en participación, el asociante y los asociados estarán sometidos al régimen establecido en el presente artículo; en consecuencia, a los efectos del gravamen, tales contribuyentes deberán computar dentro de sus respectivos ejercicios anuales la parte que les corresponda en los resultados periódicos de las operaciones de la cuenta.

Parágrafo Tercero: A los fines de esta Ley, se entenderá que un sujeto pasivo realiza operaciones en la República Bolivariana de Venezuela por medio de establecimiento permanente, cuando directamente o por medio de apoderado, empleado o representante, posea en el territorio venezolano cualquier local o lugar fijo de negocios, o cualquier centro de actividad en donde se desarrolle, total o parcialmente, su actividad o cuando posea en la República Bolivariana de Venezuela una sede de dirección, sucursal, oficinas, fábricas, talleres, instalaciones, almacenes, tiendas u otros establecimientos; obras de construcción, instalación o montaje, cuando su duración sea superior a seis meses, agencias o representaciones autorizadas para contratar en nombre o por cuenta del sujeto pasivo, o cuando realicen en el país actividades referentes a minas o hidrocarburos, explotaciones agrarias, agrícolas, forestales, pecuarias o cualquier otro lugar de extracción de recursos naturales o realice actividades profesionales, artísticas o posea otros lugares de trabajo donde realice toda o parte de su actividad, bien sea por sí o por medio de sus empleados, apoderados, representantes o de otro personal contratado para ese fin. Queda excluido de esta definición aquel mandatario que actúe de manera independiente, salvo que tenga el poder de concluir contratos en nombre del mandante. También se considera establecimiento permanente a las instalaciones explotadas con carácter de permanencia por un empresario o profesional, a los centros de compras de bienes o de adquisición de servicios y a los bienes inmuebles explotados en arrendamiento o por cualquier título.

Tendrán el tratamiento de establecimiento permanente las bases fijas en el país de personas naturales residentes en el extranjero a través de las cuales se presten servicios personales independientes. Constituye base fija cualquier lugar en el que se presten servicios personales independientes de carácter científico, literario, artístico, educativo o pedagógico, entre otros, y las profesiones independientes.

Artículo 15. A los fines de la determinación de los enriquecimientos exentos del impuesto sobre la renta, se aplicarán las normas de esta Ley, determinantes de los ingresos, costos y deducciones de los enriquecimientos gravables.

Los costos y deducciones comunes aplicables a los ingresos cuyas rentas resulten gravables o exentas, se distribuirán en forma proporcional.

Artículo 16. El ingreso bruto global de los contribuyentes, a que se refiere el artículo 7 de esta Ley, estará constituido por el monto de las ventas de bienes y servicios en general, de los arrendamientos y de cualesquiera otros proventos, regulares o accidentales, tales como los producidos por el trabajo bajo relación de dependencia o por el libre ejercicio de profesiones no mercantiles y los provenientes de regalías o participaciones análogas, salvo lo que en contrario establezca la Ley.

A los fines de la determinación del monto del ingreso bruto de fuente extranjera, deberá aplicarse el tipo de cambio promedio del ejercicio fiscal en el país, conforme a la metodología empleada por el Banco Central de Venezuela.

Parágrafo Primero: Se consideran también ventas las exportaciones de bienes de cualquier clase, sean cultivados, extraídos, producidos o adquiridos para ser vendidos, salvo prueba en contrario y conforme a las normas que establezca el Reglamento.

Parágrafo Segundo: Los ingresos obtenidos a título de gastos de representación por Gerentes, Directores, Administradores o cualquier otro empleado que por la naturaleza de sus funciones deba realizar gastos en representación de la empresa, se

excluirán a los fines de la determinación del ingreso bruto global de aquéllos, siempre y cuando dichos gastos estén individualmente soportados por los comprobantes respectivos y sean calificables como normales y necesarios para las actividades de la empresa pagadora.

Parágrafo Tercero: En los casos de ventas de inmuebles a crédito, los ingresos brutos estarán constituidos por el monto de la cantidad percibida en el ejercicio gravable por tales conceptos.

Parágrafo Cuarto: Los viáticos obtenidos como consecuencia de la prestación de servicios personales bajo relación de dependencia, se excluirán a los fines de la determinación del ingreso bruto global a que se refiere el encabezamiento de este artículo siempre y cuando el gasto esté individualmente soportado con el comprobante respectivo y sea normal y necesario.

También se excluirán del ingreso bruto global los enriquecimientos sujetos a impuestos proporcionales.

Parágrafo Quinto: Para efectos tributarios, se considerará que, además de los derechos y obligaciones de las sociedades fusionadas, subsistirán en cabeza de la sociedad resultante de la fusión, cualquier beneficio o responsabilidad de tipo tributario que corresponda a las sociedades fusionadas.

Artículo 21. La renta bruta proveniente de la venta de bienes y servicios en general y de cualquier otra actividad económica, se determinará restando de los ingresos brutos computables señalados en el Capítulo I del presente Título, los costos de los productos enajenados y de los servicios prestados en el país, salvo que la naturaleza de las actividades exija la aplicación de otros procedimientos, para cuyos casos esta misma ley establece las normas de determinación.

La renta bruta de fuente extranjera se determinará restando de los ingresos brutos de fuente extranjera, los costos imputables a dichos ingresos.

Artículo 23. A los efectos del artículo 21 de esta Ley se consideran realizados en el país:

- a. El costo de adquisición de los bienes destinados a ser revendidos o transformados en el país, así como el costo de los materiales y de otros bienes destinados a la producción de la renta.
- b. Las comisiones usuales, siempre que no sean cantidades fijas sino porcentajes normales, calculados sobre el precio de la mercancía, que sean cobradas exclusivamente por las gestiones relativas a la adquisición de bienes.
- c. Los gastos de transporte y seguro de los bienes invertidos en la producción de la renta.

Parágrafo Primero: El costo de los bienes será el que conste en las facturas emanadas directamente del vendedor, siempre que los precios no sean mayores que los normales en el mercado. Para ser aceptadas como prueba de costo, en las facturas deberá aparecer el número de Registro de Información Fiscal (RIF) del vendedor, salvo cuando se trate de compras realizadas por el contribuyente en el exterior, en cuyo caso, deberá acompañarse de la factura correspondiente. No constituirán prueba de costo, las notas de débito de empresas filiales, cuando no estén amparadas por los documentos originales del vendedor.

Parágrafo Segundo: En los casos de enajenación de inmuebles, se tomará como costo la suma del importe del bien a incorporarse al patrimonio del contribuyente, más el monto de las mejoras efectuadas, así como los derechos de registro sin perjuicio de la normativa establecida en materia de ajuste por efectos de la inflación.

Esta misma regla se aplicará en los casos de liquidación de sociedades o de reducción del capital social, cuando se cedan inmuebles.

Parágrafo Tercero: El costo de los terrenos urbanizados será igual a la suma del costo de los inmuebles adquiridos para tal fin, más los costos totales de urbanización. Para determinar el costo de las parcelas vendidas durante el ejercicio, se dividirá el costo así determinado por el número de metros cuadrados correspondiente a la superficie total de las parcelas destinadas a la venta y el cociente se multiplicará por el número de metros vendidos. Los ajustes por razón de variaciones en los costos de urbanización, se aplicarán en su totalidad a los ejercicios futuros, a partir de aquel en que se determinen dichos ajustes.

Parágrafo Cuarto: Cuando se enajenen acciones adquiridas a título de dividendos en acciones, emitidas por las propias empresas pagadoras provenientes de utilidades líquidas y recaudadas, así como las provenientes de revalorizaciones de bienes, no se les atribuirá costo alguno a tales acciones.

Parágrafo Quinto: En los casos de construcción de obras que hayan de realizarse en un período mayor de un (1) año, el costo aplicable será el correspondiente a la porción de la obra construida por el contratista en cada ejercicio.

Si la duración de la construcción de la obra fuere menor de un (1) año, y se ejecutare en un período comprendido entre dos (2) ejercicios, los costos, al igual que los ingresos, podrán ser declarados en su totalidad en el ejercicio en el cual se termine la construcción.

Parágrafo Sexto: La renta bruta de las empresas de seguros se determinará restando de los ingresos brutos:

- a. El monto de las indemnizaciones pagadas.

- b. Las cantidades pagadas por concepto de pólizas vencidas, rentas vitalicias y rescate.
- c. El importe de las primas devueltas de acuerdo con los contratos, sin incluir los dividendos asignados a los asegurados.
- d. El monto de las primas pagadas a los reaseguradores.
- e. El monto de los gastos de siniestros.

Parágrafo Séptimo: Los costos y deducciones comunes aplicables a los ingresos cuya fuente sea territorial o extraterritorial se distribuirán en forma proporcional a los respectivos ingresos.

2.3.3 Ley de Costos y Precios Justos.

Artículo 1. Se tendrán como sujetos del presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley las personas naturales y jurídicas de derecho público o privado, nacionales o extranjeras que, con ocasión del desempeño de sus actividades dentro del territorio nacional, produzcan, importen o comercialicen bienes, o presten servicios, por lo cual reciban una contraprestación pecuniaria que satisfaga su intercambio.

Artículo 4. Los fines del presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley serán materializados a través del Sistema Nacional Integrado de Costos y Precios. Tales fines son los siguientes:

1. Establecer mecanismos de control previo a aquellas empresas cuyas ganancias son excesivas en proporción a las estructuras de costo de los bienes que producen o comercializan, o de los servicios que prestan.
2. Identificar los agentes económicos que, por la contraprestación de servicios, o ventas de productos, fijan precios excesivos.

3. La fijación de criterios justos de intercambio.
4. Propiciar la implementación de precios justos a través de mecanismos que permitan sincerar costos y gastos.
5. Promover el desarrollo de prácticas administrativas con criterio de equidad y justicia social.
6. Incrementar la eficiencia económica como factor determinante en la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades humanas.
7. Continuar elevando el nivel de vida del pueblo venezolano.
8. Favorecer la inserción de la economía nacional en el área regional e internacional, promoviendo y favoreciendo la integración latinoamericana y caribeña, defendiendo los intereses económicos y sociales de la nación.
9. Proveer las herramientas para la captación de información que sirva a la formulación de criterios técnicos que permitan hacer efectivas las reclamaciones de los consumidores ante las conductas especulativas y otras conductas irregulares que menoscaben sus derechos en el acceso a bienes y servicios.

Artículo 10. Los sujetos a los cuales resulte aplicable el presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley, deberán inscribirse y mantener sus datos actualizados en el Registro Nacional de Precios de Bienes y Servicios, el cual estará a cargo de la Superintendencia Nacional de Costos y Precios.

El Vicepresidente o Vicepresidente Ejecutivo o Ejecutiva de la República, mediante Resolución, podrá establecer la obligatoriedad de demostrar la inscripción ante el Registro Nacional de Precios de Bienes y Servicios a los efectos de la realización de determinados trámites administrativos, o la obtención de autorizaciones o beneficios por parte del Ejecutivo Nacional.

Los Ministros y Ministras del Poder Popular también podrán establecer la obligación señalada en el aparte anterior, respecto de las gestiones y trámites bajo su competencia, o atribuidos a los entes adscritos a su Despacho.

Artículo 11. La Superintendencia Nacional de Costos y Precios dictará las normas mediante las cuales se establezca el régimen del Registro Nacional de Precios de Bienes y Servicios, relativas a su creación, organización, funcionamiento, condiciones, requisitos, deberes, procedimiento, procesamiento y uso de la información y, en general, todos los aspectos que resulten necesarios para la obtención y administración de la información por el mencionado Registro.

El reglamento Interno de la Superintendencia Nacional de Costos y Precios establecerá las unidades administrativas o funcionales a cuyo cargo se encuentre la inscripción de los interesados y las interesadas en el Registro Nacional de Precios de Bienes y Servicios, así como las unidades que conocerán, respectivamente, de los recursos de reconsideración y jerárquicos.

Artículo 12. Contra la negativa de inscripción por parte del Registro Nacional de Precios de Bienes y Servicios, el interesado, dentro de los veinte (20) días hábiles siguientes, podrá interponer, a su elección, el Recurso de Reconsideración, o el Recurso Jerárquico.

El Recurso de Reconsideración será interpuesto ante el funcionario que emitiera la negativa de inscripción y deberá ser resuelto por dicho funcionario dentro del lapso de quince (15) días hábiles siguientes al de su interposición.

El Recurso Jerárquico será interpuesto ante el funcionario o unidad indicada en el Reglamento Interno de la Superintendencia Nacional de Costos y Precios, y será resuelto dentro del lapso de veinticinco (25) días hábiles siguientes al de su interposición.

Cuando el reglamento interno de la Superintendencia Nacional de Costos y Precios no indicare a cual unidad o funcionario corresponde el conocimiento del Recurso Jerárquico, éste corresponderá al Superintendente Nacional de Costos y Precios.

Artículo 13. La Superintendencia Nacional de Costos y Precios podrá establecer la categorización de bienes y servicios, o de sujetos, atendiendo a los criterios técnicos que estime convenientes, pudiendo establecer distintos regímenes para bienes y servicios regulados, controlados o no sujetos, en función del carácter estratégico de los mismos y en beneficio y protección de los ciudadanos y ciudadanas que acceden a ellos. Para los sujetos de las distintas categorías determinadas en aplicación del presente artículo, la Superintendencia Nacional de Costos y Precios podrá disponer distintos requisitos, condiciones, deberes o mecanismos de control, en función de las características propias de los bienes o servicios, del sector que los produce o comercializa, o de las personas que acceden a ellos.

Artículo 16. Se tendrán por determinados o modificados los precios que componen el Sistema Nacional Integrado de Costos y Precios:

1. Cuando el sujeto los hubiere determinado previo a la vigencia del presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley, informándolos oportunamente a la Superintendencia Nacional de Costos y Precios, sin que dicho órgano hubiere efectuado la modificación de oficio del mismo. Salvo que se tratase de bienes o servicios sometidos a regulación de precios por el Ejecutivo Nacional.
2. Cuando hubieren sido establecidos mediante acto dictado por los órganos o entes competentes, cuando se trate de bienes o servicios sometidos a regulación de precios por el Ejecutivo Nacional.
3. Cuando la Superintendencia Nacional de Costos y Precios, sobre la base de la información aportada por los sujetos del presente Decreto

Ley y de conformidad con lo dispuesto en el mismo sobre el particular, proceda a determinar el precio justo del bien o servicio, o efectúe su modificación, de oficio, o a solicitud del interesado.

La Superintendencia Nacional de Costos y Precios podrá establecer a cargo de los sujetos de regulación mediante el presente Decreto Ley la obligación de colocar en sus listas de precios, o en el mareaje de los productos, una leyenda que indique que los precios han sido registrados, determinados o modificados de conformidad con el presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley

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

1. Información suministrada por los administrados, bien a requerimiento del órgano actuante, o recabada de otros órganos de la Administración Pública que la tuvieren a disposición. Dicha información debe estar conforme a sus estructuras de costos directos, indirectos, gastos generales, de administración, de distribución y venta, cuando procedan, así como la utilidad esperada con base a las expectativas y riesgos asumidos.
2. Elementos que, por su vinculación con el caso sometido a consideración para determinación del precio justo de determinado bien o servicio, hagan mérito para presumirse válidos para la determinación de los aspectos que conforman el precio, o el costo que lo compone.

Artículo 18. La Superintendencia Nacional de Costos y Precios podrá establecer lineamientos para la planificación y determinación de los parámetros de referencia para la determinación de precios justos. Dichos lineamientos pueden tener

carácter general, sectorial, particular, o ser categorizados según las condiciones vinculantes o similares entre grupos de sujetos.

Dichos lineamientos deberán ser notificados previamente a los sujetos, de manera personal, si se trata de lineamientos particulares, o mediante publicación en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, cuando se trate de lineamientos aplicables a sectores o categorías de sujetos.

Los lineamientos establecidos conforme lo señalado en el presente artículo servirán a los efectos del cálculo del precio justo de los bienes y servicios a los cuales se refieran, así como para la desagregación de los respectivos costos o componentes del precio.

Artículo 19. Los costos y gastos informados al Sistema Automatizado de Administración de Precios no podrán exceder a los registrados contablemente.

A efectos de la aplicación del presente artículo, la Superintendencia nacional de Costos y Precios creará los modelos o formularios que estime conveniente, estableciendo en los mismos el nivel de desglose de información necesaria para la mejor administración de los datos suministrados y el cumplimiento de las funciones otorgadas por el presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley.

Artículo 20. La determinación o modificación de precios, de conformidad con lo establecido en el presente capítulo, se efectuará mediante modelo de análisis estadístico seleccionado por la Superintendencia Nacional de Costos y Precios considerando la data registrada en el Sistema Automatizado de Administración de Precios.

Artículo 21. En los casos que el interesado manifieste se desacuerdo con el precio determinado por la Superintendencia Nacional de Costos y Precios de conformidad con el presente Capítulo, podrá presentar su solicitud de evaluación de

ajuste en la oportunidad, condiciones, y cumplidos los requisitos, que establezca la Superintendencia Nacional de Costos y Precios.

Artículo 22. Cuando alguno de los sujetos regulados por el presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley deba incorporar nuevos bienes o servicios, en adición a aquellos que hubiere informado previamente a la Superintendencia Nacional de Costos y Precios, deberá seguir el procedimiento establecido en el presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley para la determinación del precio justo del bien o servicio, previo a su oferta.

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

La creación, organización, regulación, administración y gestión del Sistema Automatizado de Administración de Precios corresponderá a la Superintendencia Nacional de Costos y Precios.

El Sistema Automatizado de Administración de Precios deberá ser actualizado con la tecnología más avanzada y eficiente, en función de óptimos resultados, para lo cual el Estado deberá propender los recursos necesarios.

El sistema mantendrá permanentemente planes de estudio para el mejoramiento y actualización del talento humano que integran el Sistema Nacional Integrado de Costos y Precios.

Artículo 39. El Sistema Automatizado de Administración de Precios deberá contar con un portal web, en el cual esté disponible toda la información de los órganos y entes del Sistema Nacional Integrado de Costos y Precios, así como el Registro de los sujetos del presente Decreto Ley.

Así mismo, el portal Web deberá tener contenidos inherentes a la materia de costos y de precios, a la vez de ser un medio interactivo idóneo para la educación de la sociedad en materia de regulación.

CAPITULO III

3. MARCO METODOLOGICO

3.1 Tipo y Diseño de Investigación:

La investigación es de carácter documental descriptiva, sin recurrir a procesos experimentales y tomando como base principalmente las fuentes escritas.

Según **Alfonso (1.995)** Señala *“La investigación documental es un procedimiento científico, un proceso sistemático de indagación, recolección, organización, análisis e interpretación de información o datos en torno a un determinado tema. Al igual que otros tipos de investigación, este conduce a la construcción de conocimientos”*.

Según **Sampieri (1.998)** *“los estudios descriptivo buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Mide y evalúa diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómenos a investigar”*.

En esta parte se debe indicar el tipo de investigación, el cual debe ser definido y justificado por el investigador, luego se debe indicar el nivel de estudio considerado para su desarrollo. Igualmente, se debe definir y justificar el diseño de investigación; este representa la estrategia que se ha de cumplir para desarrollar la investigación, contiene de una manera estructural y funcional cada etapa del proceso, el cual depende del tipo de investigación.

Según **Hernández, José (2009)** La investigación Documental como una variante de la investigación científica, cuyo objetivo fundamental es el análisis de diferentes fenómenos (de orden históricos, psicológicos, sociológicos, etc.), utiliza

técnicas muy precisas, de la Documentación existente, que directa o indirectamente, aporte la información.

Según los objetivos del estudio propuesto y las disciplinas en las cuales se ubique su temática, los trabajos de investigación documental pueden ser:

- Estudio de desarrollo teórico: presentación de nuevas teorías, conceptualizaciones o modelos interpretativos originales del autor, a partir del análisis crítico de la información empírica y teorías existentes.
- Revisiones críticas del estado del conocimiento: integración, organización y evaluación de la información teórica y empírica existente sobre un problema, focalizando ya sea en el progreso de la investigación actual y posibles vías para solución, en el análisis de la consistencia interna y externas de las teorías y conceptualizaciones para señalar sus fallas o demostrar la superioridad de una sobre otra, o en ambos aspectos.
- Estudios de educación comparada: análisis de semejanzas, diferencias y tendencias sobre características o problemas de la educación en el contexto de realidades socioculturales, geográficas o históricas diversas, con fundamento en información publicada.
- Estudios de investigación histórica, literaria, geográfica, matemática u otros propios de las especialidades de los subprogramas, que cumplan con las características señaladas en el numeral anterior.

Según el manual de metodología y proyecto de investigación elaborado por el abogado **Cruz Saballo Carias**, la investigación documental su objetivo fundamental es el análisis de diferentes fenómenos (de orden histórico, psicológico, etc.) de la realidad a través de la indagación exhaustiva, sistemática y rigurosa, utilizando técnicas muy precisas de la documentación existente, que directa o indirectamente aporte información atinente al fenómeno que estudiamos. Cuando la fuente principal de información son documentos y cuando el interés del investigador es analizarlos

como hechos en sí mismo (fuentes primarias) o como documentos que nos brindan información sobre otros hechos (fuentes secundarias), se está en presencia de una investigación documental.

Además de la división en fuentes primarias y secundarias, en la actualidad, gracias al creciente avance tecnológico, los documentos o fuentes documentales pueden ubicarse en tres grandes clases: impresas, audiovisuales y electrónicas. La investigación documental se puede realizar a nivel exploratorio, descriptivo o explicativo y se clasifica en:

- a) **Monográfica:** consiste en el desarrollo amplio y profundo de un tema en específico. Su resultado es un informe comúnmente llamado monografía.

- b) **Estudios de medición de variables independientes a partir de datos secundarios:** Se fundamenta en la utilización de documentos de cifras o datos numéricos obtenidos y procesados anteriormente por organismos oficiales, archivos, instituciones públicas o privadas, etc. A partir del análisis de estos datos secundarios se pueden elaborar importantes conclusiones relacionadas con el comportamiento o estado actual de variables demográficas, sociales o económicas.

- c) **Correlacionar a partir de datos secundarios:** se basa en la consulta de documentos de cifras o datos cuantitativos, pero una vez que se identifican los valores de las variables en estudio, se procede a determinar la correlación entre estas. En este caso, el investigador no es quien mide las variables, de allí el carácter secundario de los datos.

Etapas sugeridas para una investigación documental

- 1) Búsqueda y exploración de fuentes: impresas y electrónicas (internet).
- 2) Lectura inicial de los documentos disponibles.
- 3) Elaboración del esquema preliminar o tentativo.
- 4) Recolección de datos mediante lectura evaluativa, fichaje y resumen.
- 5) Análisis e interpretación de la información recolectada en función del esquema preliminar.
- 6) Formulación del esquema definitivo y desarrollo de los capítulos.
- 7) Redacción de la introducción y conclusiones.
- 8) Revisión y presentación del informe final.

CAPITULO IV

SEÑALAR LOS DEBERES Y SANCIONES QUE DEBEN CUMPLIR LAS EMPRESAS VENEZOLANAS SEGÚN LAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE COSTOS Y PRECIOS JUSTOS.

Con la aplicación de esta ley se pretende establecer una regulación en los precios impuestos por las empresas, así como los mecanismos de administración y control, necesarios para mantener la estabilidad de precios y propiciar el acceso a los bienes y servicios a toda la población en igualdad de condiciones, es por esto que es de gran importancia conocer cuál es el rango de competencia fundamental de la Ley de Costos y Precios Justos.

Sujetos de aplicación de la Ley de Costos y Precios Justos

Es necesario hacer conocimiento de los sujetos pasivos a los cuales les será de aplicación esta ley, esto se encuentra reflejado en el Artículo 3 de la misma, la cual indica que estos serán:

- Personas Naturales o Jurídicas.
- De derecho público o Privado.
- Nacionales o extranjeros.

Que desempeñen sus actividades económicas dentro del territorio nacional, que incurran en procesos productivos e importación o comercialización de bienes y que reciban una contraprestación pecuniaria por el desempeño de estas.

Deberes a cumplir según la competencia de la Ley de Costos y Precios Justos

Los deberes fundamentales hacer cumplido por los sujetos pasivos, son los siguientes en base a las disposiciones establecidas en la ley:

- Los sujetos pasivos deberán inscribirse en el Registro Nacional de Precios de Bienes y servicios, esto con la finalidad de brindar la información competente y suficiente de su estructura de costos y gastos incurridos, estos datos deberán mantenerse actualizados constantemente dentro de este registro, y el mismo estará a cargo de la Superintendencia Nacional de Costos y Precios; hay que tomar en cuenta que tanto el Vicepresidente o Ministros del Poder popular podrán establecer la obligatoriedad de demostrar la inscripción para determinados trámites administrativos o la obtención de autorizaciones por parte del estado venezolano.
- Informar a la Superintendencia Nacional de Costos y Precios las modificaciones de estructuras de costos o de precios de los productos o servicios que comercializa el sujeto, esto con la finalidad de que la SUNACOP en su función de ente regulador logre visualizar si el precio que se desea imponer a ese producto es adecuado.
- Suministrar información suficiente y fidedigna a la Superintendencia de Costos y Precios.

Conocimiento de la Superintendencia Nacional de Costos y Precios

La Superintendencia Nacional de Costos y Precios funcionara en calidad de órgano rector y tendrá como función principal la determinación de precios y costos de bienes y servicios en todo el territorio nacional, es por esto que el mismo podrá tener atribuciones como la determinación o modificación de precios, lineamientos para la

planificación e imposición de los parámetros de referencia para la determinar los precios justos.

La SUNACOP podrá determinar o modificar los precios cuando se de alguno de los siguientes literales:

1. Cuando el sujeto los hubiere determinado previo a la vigencia de la Ley, informando oportunamente a la Superintendencia Nacional de Costos y Precios, sin que dicho órgano hubiere efectuado la modificación de oficio del mismo. Salvo que se tratase de bienes o servicios sometidos a regulación de precios por el Ejecutivo Nacional.
2. Cuando hubieren sido establecidos mediante acto dictado por los órganos o entes competentes, cuando se trate de bienes o servicios sometidos a regulación de precios por el Ejecutivo Nacional.
3. Cuando la Superintendencia Nacional de Costos y Precios, sobre la base de la información aportada por los sujetos de la presente Ley y de conformidad con lo dispuesto en el mismo sobre el particular, proceda a determinar el precio justo del bien o servicio, o efectúe su modificación, de oficio, o a solicitud del interesado.

Para realizar la determinación de precios de un producto o servicio este podrá fundamentarse en:

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

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

La Superintendencia Nacional de Costos y Precios tendrá la potestad de establecer lineamientos para planificar y determinar los precios de un producto, bien o servicio; ya que la aplicación de esta Ley es de carácter nacional, es por esto que dichos lineamientos podrán ser generales, sectoriales o particulares según sea el caso.

Dependiendo de las características para la aplicación de los lineamientos establecidos, previa a la ejecución de las mismas a los sujetos, estos deberán ser notificados de forma personal si así fuese necesario, o mediante publicación por gaceta oficial.

Toda empresa incurre en costos y gastos para la obtención de un producto bien o servicio, ya que esta ley te indica que todo debe ser registrado por el sistema establecido por la Superintendencia Nacional de Costos y Precios, lo mismo debe coincidir con lo que la empresa lleve en su contabilidad, es importante saber que la SUNDECOP podrá establecer bajo qué sistema o modelo estadístico estudiara la data registrada.

Si los sujetos no llegasen a estar de acuerdo con el precio establecido por la SUNDECOP, los mismos podrán presentar una solicitud de evaluación de ajuste de oportunidad y condiciones, esto siempre tomando los requisitos que establezca la superintendencia.

Siempre que un sujeto incurra en la producción de un nuevo producto, bien o servicio deberá informar a la Superintendencia Nacional de Costos y Precios, y seguir

el protocolo regular que indica la ley, para que así se pueda establecer un precio justo a su producto.

Sanciones aplicadas por el incumplimiento de los deberes establecidos en la Ley de Costos y Precios Justos.

Las infracciones se cometen cuando se genera el incumplimiento de la ley, es por esto que las infracciones son aquellas cometidas por las personas naturales o jurídicas que supongan el incumplimiento de las obligaciones establecidas en esta Ley, su Reglamento y normas dictadas por la Superintendencia, de conformidad con lo dispuesto en la misma.

En materia de determinación y control de precios, las sanciones a las infracciones previstas en esta Ley se aplicarán con preferencia a las contenidas en otras leyes.

Cuando de los procedimientos de inspección y fiscalización ejecutados por la Superintendencia Nacional de Costos y Precios surgieren indicios de la comisión de infracciones o delitos sancionados de conformidad con otros instrumentos normativos, las actuaciones deberán ser remitidas al órgano o ente competente en razón de la materia, a los fines de su conocimiento y resolución.

Las sanciones aplicadas por el incumplimiento de la ley se darán en el siguiente orden y dependiendo de la situación en la que se presente:

a) Multa, la cual será calculada sobre la base de determinado número de salarios mínimos urbanos vigentes para el momento de la comisión de la infracción.

b) Inhabilitación temporal del ejercicio del comercio, la actividad o profesión.

c) Cierre temporal de almacenes, depósitos o establecimientos.

En el caso de la imposición de la sanción de cierre temporal, el tiempo en que se mantenga la medida, el infractor continuará pagando los salarios a las trabajadoras o trabajadores y demás obligaciones laborales y de la seguridad social.

Dependiendo de la gravedad de la infracción se le aplicaran multas de 15 o 30 salarios mínimos urbanos, según se den los casos presentados a continuación:

Sanciones con multa de quince (15) salarios mínimos urbanos los sujetos que cometan las siguientes infracciones:

1. No inscribirse en el Registro Nacional de Precios de Bienes y Servicios o inscribirse fuera de los plazos establecidos.
2. No informar a la Superintendencia Nacional de Costos y Precios las modificaciones de estructuras de costo o de precios de los productos o servicios que comercializa el sujeto.
3. No permitir u obstaculizar la actuación de los funcionarios competentes de las Superintendencia Nacional de Costos y Precios, o no prestar la colaboración necesaria para el cumplimiento de sus atribuciones, durante los procedimientos de inspección y fiscalización.
4. No suministrar información o suministrar información falsa o insuficiente a la Superintendencia, o no remitir la información requerida en el tiempo estipulado.
5. No comparecer sin causa justificada a las citaciones que les hiciera la Superintendencia.
6. No cumplir las órdenes o instrucciones emanadas de la Superintendencia, o cumplirlas fuera del plazo establecido para ello.

Quien reincida una primera vez en alguna de las infracciones previstas en el presente artículo, se le aplicará el doble de la sanción.

Quien reincida por segunda vez en alguna de las infracciones previstas anteriormente se le aplicará, además, la sanción de clausura temporal de almacenes, depósitos o establecimientos, hasta por un plazo de noventa (90) días, atendiendo a la gravedad del incumplimiento.

La reincidencia por más de dos veces será sancionada, además, con la inhabilitación temporal del ejercicio del comercio, la actividad o profesión, hasta por un plazo de diez (10) años, atendiendo a la gravedad del incumplimiento.

Serán sancionadas con multa de quince (15) a treinta (30) salarios mínimos urbanos, más el cien por ciento (100%) del monto total de productos comercializados o servicios prestados, quien aumente el precio de un bien o servicio sin la autorización de la Superintendencia Nacional de Costos y Precios, en los casos que así se requiera.

La multa se incrementará hasta un cincuenta por ciento (50%) en caso de reincidencia.

Cuando un mismo sujeto sea sancionado en más de dos ocasiones por la infracción establecida en el presente artículo, se le aplicará la sanción de inhabilitación temporal del ejercicio del comercio, la actividad o profesión, hasta por un plazo de diez (10) años.

Serán sancionados con ocupación temporal del almacén, depósito o establecimiento, hasta por noventa (90) días, más multa de diez (10) salarios mínimos urbanos a cincuenta (50) salarios mínimos urbanos, quienes vendan bienes o presten servicios por precios superiores a los que hubieren informado a la Superintendencia

Nacional de Costos y Precios, o los que hubiere determinado dicha Superintendencia de conformidad con lo dispuesto en el presente Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley, su reglamento, y la normativa dictada al efecto.

La reincidencia en la infracción establecida en el presente artículo será sancionada, además, con la clausura temporal de los almacenes, depósitos o establecimientos del sujeto infractor, y la inhabilitación temporal del ejercicio del comercio, la actividad o profesión, en caso de la reiteración de dicha reincidencia.

Los usuarios o usuarias que denuncien, notifiquen y comprueben haber pagado con exceso a los precios establecidos podrán, una vez ejercidas las actuaciones respectivas, exigir al infractor la devolución del monto pagado en exceso. El infractor está obligado a la devolución de la diferencias sin perjuicio de su responsabilidad civil, penal y administrativa que correspondiere.

Factores que las empresas deben tomar en cuenta para la aplicación de la Ley de Costos y Precios Justos.

- La ley no establece ninguna metodología para determinar cuándo una ganancia es excesiva.
- La ley otorga facultad de regulación de precios de aquellos bienes y servicios que la Superintendencia de Costos y Precios considere posean márgenes de ganancias excesivas. La facultad de regular el precio a cualquier bien o servicio existe, de acuerdo con esta.
- Toda empresa debe acudir ante el Registro Nacional de Bienes y Servicios.
- La Ley prevé que se deben notificar los precios de los productos o servicios vigentes, así como notificar cualquier modificación de precios a futuro.

- La Ley señala tres tipos de precios: los fijados libremente antes de la entrada en vigencia de la ley, los fijados por el Gobierno en sus diversas regulaciones y los que fije la Superintendencia Nacional de Costos y Precios.
- La ley establece que los costos y gastos informados no podrán exceder los registrados contablemente.
- La ley indica que debe entregarse una estructura de costos por productos, lo que plantea el reto para las empresas en la asignación de costos de sus productos.

CAPITULO V
IDENTIFICAR SI LA LEY DE COSTOS Y PRECIOS JUSTOS
DETERMINARÁ EL MARGEN DE GANANCIA A OBTENER POR LAS
EMPRESAS.

Margen de Ganancia

Es la utilidad, provecho o beneficio de orden económico obtenido por una empresa en el curso de sus operaciones. La palabra también sirve para designar, en un sentido más concreto, la diferencia entre el precio al que se vende un producto y el costo del mismo. La Ganancia es el objetivo básico de toda empresa, por lo tanto, con la combinación óptima de factores productivos esta busca reducir sus costos lo más posible, atrayendo así a los demandantes de los bienes o servicios que este produce para vender los mismos al mayor precio obtenible.

El margen de ganancia expresa el monto de las utilidades que se obtienen por cada unidad monetaria de ventas. Este indicador mide la eficiencia operativa de la empresa, por cuanto todo incremento en su resultado señala la capacidad de la empresa para aumentar su rendimiento, dado un nivel estable de ventas. En períodos de inflación el volumen de ventas puede verse incrementado, aunque el volumen físico permanezca sin variación alguna. En consecuencia, el costo de la mercancía vendida también se incrementará, pero en menor proporción al aumento de las ventas.

La búsqueda de la ganancia resulta decisiva en el crecimiento de la economía ella obliga a las empresas a buscar la mayor rentabilidad posible, incorporando incesantemente los adelantos tecnológicos disponibles y tratando de hacer uso de todas las economías de escala existentes, para situarse así en la frontera de eficiencia de la producción; ella permite, por otra parte, que nuevo capital de riesgo se incorpore al mercado, pues la demanda latente de los consumidores estimula la generación de bienes y servicios que, cuando satisfacen tal demanda, producen una ganancia a la

Empresa. Del mismo modo, la ausencia de ganancias o una disminución recurrente de las mismas permite orientar la labor de las empresas hacia las áreas que tienen mayor interés para los consumidores: la empresa que no se adapta a la demanda se ve primero marginada y luego expulsada del mercado, pues la ausencia de ganancias obliga a la misma a retirarse frente a la competencia o a emprender nuevas y diferentes actividades.

Es posible calcular distintos márgenes dependiendo de los costos que se imputan al producto, los cuales pueden ser:

- El **margen bruto** es la diferencia entre el precio de venta (sin IVA) de un bien o servicio y el precio de compra de ese mismo producto. Este margen bruto, que suele ser unitario, es un margen de beneficio antes de impuestos. Se expresa en unidades monetarias/unidad vendida.
- El **margen neto** es el margen de beneficio después de los impuestos; esto es, el margen bruto unitario menos los impuestos repercutibles en ese producto. También se expresa en unidades monetarias/unidad vendida.

La utilidad del ejercicio, es lo que la empresa gana en un periodo determinado que por lo general es de un año. Bien sabemos que las empresas tienen ingresos, pero también tienen gastos y costos. Y la diferencia entre los ingresos y los costos y gastos, es lo que llamamos utilidad.

A grandes rasgos podemos decir que:

$$\text{Utilidad} = \text{Ingresos} - \text{Costos} - \text{Gastos.}$$

Para ser un poco más precisos, una pequeña estructura de un estado de resultados, que es el estado financiero que permite determinar la utilidad:

Ingresos
(-) Costo de venta
= Utilidad en ventas
(-) Gastos operacionales
= Utilidad operacional
(+) Ingresos no operacionales
(-) Gastos no operacionales
= Utilidad antes de impuestos
(-) Impuestos
= Utilidad a distribuir

De la utilidad resultante se deben restar los impuestos y la reserva legal, y el resultado final es la utilidad que se debe distribuir a los socios.

Antes no se tenía alguna fórmula para determinar el margen de utilidad, este se determina de alguna manera a discreción de la compañía. Algunas establecen un 10, 15 ó 20% de ganancia. Pero una de las oportunidades que brinda la aplicación de la Ley es que se puede hacer una buena estructura de costos que permita saber realmente establecer cuanto es el margen de utilidad porque algunas empresas ni siquiera lo saben; lo determinan de manera empírica y cuando el producto está en el mercado la ganancia, inclusive, es menos.

Las empresas deben crear una lista de costos de producción y precios de venta al público, en la actualidad los empresarios se están formando para que puedan hacer un estudio más serio, distribuir sus costos, así logren entregar a la superintendencia sus listas de costos y sus listas de precios finales en función de la realidad de las empresas, con explicaciones claras, con la finalidad de evitar multas, sanciones y optimizar los procesos empresariales.

La clave para optimizar el proceso y cumplir con la ley de Costos y Precios Justos es conocer la empresa y de esa forma parte el saber cómo es su estructura de costos. A veces las personas que están en el más alto nivel no la conocen a detalle y eso debe saberse porque si no, genera dudas y la superintendencia evaluará los costos reflejados en la lista y, según las bandas de precios (mínimo y máximo) que establezcan, se determinará el precio final.

Casi la mitad de los ingresos de las empresas se destina al pago de impuestos, de deberes laborales y a los aportes obligatorios que poco a poco han comprometido las finanzas del sector privado.

En la actualidad en Venezuela las empresas cuentan con una serie de responsabilidades en cuanto al pago de distintos impuestos, esto le genera a las mismas una carga más al cierre del ejercicio fiscal, en este punto vemos sumamente comprometido el nivel de ganancia a obtener por dicha empresa y estas deben adaptarse así a lo percibido anualmente. Es de gran importancia hacer mención a los impuestos que establecen las leyes en el país, en las que deben incurrir dentro de su periodo fiscal:

- Impuesto por Actividades Económicas.
- Aporte patronal para vivienda de los trabajadores.
- Aporte al Sistema de seguridad social.
- Aporte al Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista.
- Impuesto establecido por la Ley Orgánica de Ciencias, Tecnología e Innovación.
- Impuesto establecido por la Ley Orgánica Contra el Tráfico Ilícito y el Consumo de Sustancias Estupefacentes y Psicotrópicas.

- Impuesto establecido por la Ley Orgánica del Deporte, Actividad Física y Educación Física, entre otros.

El definir como base los ingresos brutos resulta regresivo, pues no toma en cuenta adecuadamente la capacidad contributiva de las empresas. Además, el impacto resulta grande, pues no dependen de las utilidades que registran los empresarios, y resultan peligrosos para en tiempos de menores ganancias.

"No es conveniente seguir alimentando en nuestro sistema tributario contribuciones que recaigan sobre los ingresos brutos, ya que cada vez más se va a ir rompiendo la noción de progresividad hacia la cual debe tender dicho sistema".

La presión tributaria en Venezuela va a ser tan alta que puede llegar materializarse un escenario de confiscación por la suma de distintos tributos. Adicionalmente, la Ley de Costos y Precios Justos se estima regulará las ganancias de las empresas a través de la determinación de un esquema de bandas para los precios de los productos básicos.

La Ley de Costos y Precios Justos permitirá al Ejecutivo nacional inmiscuirse en los márgenes de ganancias de las empresas, por primera vez se está viendo un instrumento que permitiría meterse en la evaluación de costos e, incluso, de ganancias del empresario en el proceso de formación de precios, lo cual es muy delicado si no se maneja con responsabilidad.

La razón fundamental del Ejecutivo para promulgar ese instrumento, ya que hasta la fecha las autoridades disponían de un extenso marco regulatorio que permitía atacar la especulación o el acaparamiento. Mucho de lo que se plantea como objetivos dentro de la exposición de motivos de la ley se podían cumplir a través de la ley del INDEPABIS.

Asimismo, la ley del Indepabis también daba facultades al Ejecutivo para intervenir en la fijación de precios, pero no en las ganancias y costos de las empresas. Por tal razón, el recién promulgado instrumento jurídico "cruza horizontal y transversalmente toda la actividad económica" y que debe aplicarse con "responsabilidad" para evitar que la economía nacional sufra mayores distorsiones.

En efecto, el numeral 10 del artículo 31 del texto legal establece que la Superintendencia de Costos y Precios Justos podrá *"emitir criterios sobre la utilización de métodos de gastos, de utilidades, así como de las capacidades instaladas y depuración de costos"*.

La Ley deja profundas dudas sobre los criterios que se emplearán para la formación de los precios y alertó que en una economía como la venezolana esa es una tarea riesgosa. En una economía volátil, signada por la inflación, es muy difícil determinar qué es un precio justo y qué es una ganancia excesiva y hasta dónde es viable una empresa en donde el sector oficial pueda determinar en cuánto vas a vender los productos y cuánto puedes o no ganar.

Efectos económicos de la aplicación de la ley

- Si la Ley de Costos y Precios Justos se aplica y se cumple de acuerdo a lo establecido en su articulado, la misma va a trabar los precios dentro del mercado.
- Puede crear una escasez en el mercado en la medida en que los precios de los productos bienes o servicios afecten la rentabilidad.
- Los márgenes de ganancias a obtener por las empresas dentro de su ejercicio económico pueden bajar sustancialmente, desanimando la inversión.

- Desestimula la competencia dentro del mercado.
- Las empresas pueden incurrir en procesos donde se podrá degradar la calidad del producto por falta de competencia.
- Las empresas se verán en la necesidad de negociar con la SUNDECOP, con el objeto de justificar su estructura de costos y que la misma sea aceptada.

Es de gran importancia mencionar que en la actualidad siendo Venezuela un país con altos niveles de inflación, la mayoría de las empresas deben incurrir en distintos costos indirectos que muchas veces no son reflejados dentro de la estructura de costos y gastos que se da dentro del proceso productivo, esto para así poder ofrecer al consumidor productos de calidad, si esta ley va a incidir directamente en el establecimiento de los precios de productos, bienes y servicio, esto afectara a los empresarios de forma negativa, ya que incurrirán en una disminución en el margen de ganancia a obtener, y esto a su vez generara un efecto negativo en su producción, los materiales empleados, entre otras cosas.

Si actualmente en el mercado se encuentra gran cantidad de empresas y estas serán reguladas por la SUNDECOP, estaremos en la presencia de un mercado donde existirá la escasez de productos, ya que al limitar el precio, las empresas deberán incurrir en mantener una baja producción, esto afectara al consumidor directamente ya que se observara un mercado donde existirá poca oferta, y mucha demanda.

El director de la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Caracas señaló que la "magnificación" de algunos de los aspectos, contenidos en otras leyes, hace que el recién promulgado instrumento legal limite el principio de libertad económica y el derecho a la propiedad, consagrado en la Constitución.

La Confederación Venezolana de Industriales (Conindustria) manifestó que la única forma de controlar el alza de precios es con mayor producción y competitividad entre las empresas.

Carlos Larrazábal, presidente de Conindustria, manifestó que *“El gremio de los industriales considera, incluso, acudir a las instancias legales por considerar que la nueva ley viola los derechos económicos, establecidos en la Carta Magna”*.

CAPITULO VI

ESTUDIAR EL EFECTO QUE PUEDE TENER LA LEY DE COSTOS Y PRECIOS JUSTOS EN LA RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA.

Para saber el efecto que pueda tener la Ley de Costos y Precios Justos en la aplicación del Impuesto Sobre la Renta es importante, conocer y entender cuál es la aplicabilidad de dicho impuesto tanto en las personas naturales como en las empresas.

Origen del Impuesto Sobre la Renta

El Impuesto Sobre la Renta empezó a regir después de la edad media, a fines del siglo XVIII y no antes de dicha era, como el de sucesiones y el de aduanas, cuando se estableció en Inglaterra como un impuesto extraordinario y provisional destinado a cubrir necesidades excepcionales.

Después se fue extendiendo a otros países de Europa, tales como Alemania y Francia, y a Estados Unidos de Norteamérica y a los países latinoamericanos, aplicándose no en forma transitoria sino permanente; pero a partir de las dos primeras décadas del presente siglo.

Casi siempre empezó bajo las formas del impuesto cedular o del mixto, para irse luego modificando para convertir su aplicación al sistema global, sobre todo en los países desarrollados o en vías de desarrollo.

Impuesto Sobre la Renta en Venezuela

El sistema tributario venezolano ha ido evolucionando y madurando paulatinamente, para así lograr la integración entre las características de los tributos que lo conforman y las particularidades y necesidades económicas del país. Es por

ello, que las disposiciones legales que regulan los tributos que conforman el sistema tributario venezolano, han sido modificadas y reformadas en la medida que las condiciones económicas de Venezuela lo ameriten, como consecuencia de hacer frente a las necesidades públicas, que son aquéllas que nacen de la vida colectiva y se satisfacen o se intentan satisfacer mediante la actuación del Estado, tales como: defensa y resguardo de la soberanía del país, salud, educación, crecimiento, desarrollo, etc. con el fin último de lograr el beneficio colectivo.

Uno de los tributos que ha sido objeto de diversas modificaciones, es el Impuesto sobre la Renta, cuyo objetivo es gravar la renta o el enriquecimiento percibido por los contribuyentes, con ocasión de las diversas actividades que estos puedan ejercer.

Sujetos de aplicación del Impuesto Sobre de la Renta

Sujeto activo

Según el artículo 156 de la Constitución de la Republica Bolivariana de Venezuela es de la competencia del Poder Público Nacional:

Según Ordinal 12: La creación, organización, recaudación, administración y control de los impuestos sobre la renta, sobre sucesiones, donaciones y demás ramos conexos, el capital, la producción, el valor agregado, los hidrocarburos y minas; de los gravámenes a la importación y exportación de bienes y servicios; de los impuestos que recaigan sobre el consumo de licores, alcoholes y demás especies alcohólicas, cigarrillos y demás manufacturas del tabaco; y de los demás impuestos, tasas y rentas no atribuidas a los Estados y Municipios por esta Constitución o por la ley.

Sujeto pasivo

Salvo disposición en contrario de la ley del I.S.L.R., el sujeto pasivo es toda persona natural o jurídica, residente o domiciliada en Venezuela, la cual pagarán impuestos sobre sus rentas de cualquier origen, sea que la causa o la fuente de ingresos esté situada dentro del país o fuera de él. También las personas naturales o jurídicas no residentes o no domiciliadas en Venezuela estarán sujetas al impuesto establecido en la ley del I.S.L.R., dicho de otra forma están sometidos al Impuesto Sobre la Renta los siguientes:

- Las personas naturales
- Las compañías anónimas y las sociedades de responsabilidad limitada;
- Las sociedades en nombre colectivo, en comandita simple, las comunidades, así como cualesquiera otras sociedades de personas, incluidas las irregularidades o de hecho.
- Los titulares de enriquecimientos provenientes de actividades de hidrocarburos y conexas, tales como la refinación y el transporte, sus regalistas y quienes obtengan enriquecimientos derivados de la exportación de minerales, de hidrocarburos o de sus derivados.
- Las asociaciones, fundaciones, corporaciones y demás entidades jurídicas o económicas no citadas en los literales anteriores.
- Los establecimientos permanentes, centros o bases fijas situados en el territorio nacional.
- Las herencias yacentes se considerarán contribuyentes asimilados a las personas naturales; y las sociedades de responsabilidad limitada, en comandita por acciones y las civiles e irregulares o de hecho que revistan la forma de compañía anónima, de sociedad de responsabilidad limitada o de sociedad en comandita pro acciones, se considerarán contribuyentes asimilados a las compañías anónimas

Estos sujetos se dividen en dos grupos:

Personas Naturales y Asimilados

Los cuales están obligados a declarar y pagar, todas las personas naturales y herencias yacentes asimiladas a estas, que hayan obtenido durante el ejercicio económico un enriquecimiento neto anual superior a mil unidades tributarias (1.000 U.T.) o ingresos superiores a mil quinientas unidades tributarias (1.500 U.T.).

De igual manera están obligados las personas naturales que han obtenido ingresos brutos superiores a dos mil seiscientos veinticinco unidades tributarias (2.625 U.T.), los cuales se deriven únicamente de las actividades agrícolas, pecuarias, pesqueras o piscícolas a nivel primario, salvo lo dispuesto en el Decreto de Exoneración N° 838 del 31/05/2000.

Las personas naturales que tengan base fija en el territorio nacional, están obligadas a presentar declaración definitiva conforme a los enriquecimientos obtenidos dentro y fuera del país atribuible a dicha base fija, en caso de las personas naturales no residentes, están obligados al cumplimiento de este deber formal cualquiera que sea el monto de sus enriquecimientos.

Personas Jurídicas y Asimilados

Al igual que las personas naturales, las personas jurídicas incluyendo a las que se dedican a actividades mineras y de hidrocarburos, están obligadas a presentar declaración definitiva por los enriquecimientos netos o pérdidas que obtengan durante el ejercicio, estos son:

- Compañías Anónimas.
- Sociedades de Responsabilidad Limitada.
- Sociedades en Nombre Colectivo o en Comandita Simple.
- Sociedades de Personas, Irregulares o de Hecho.
- Comunidades.

- Titulares de Enriquecimientos por actividades de Hidrocarburos y Conexas.
- Asociaciones, Fundaciones y Corporaciones.
- Establecimientos permanentes, centros o bases fijas.
- Empresas Propiedad de la Nación, los Estados y los Municipios.

Determinación de los ingresos brutos globales y disponibles

Los ingresos brutos pueden definirse como los beneficios económicos que obtiene una persona natural o jurídica por cualquier actividad que realice, sin tomar en consideración los costos o deducciones en que haya incurrido para obtener dichos ingresos.

El ingreso bruto global esta, de acuerdo a lo establecido en la Ley de I.S.L.R., está constituido por todas las rentas obtenidas por el contribuyente en el ejercicio de cualquiera de estas actividades:

- Venta de bienes y servicios; con excepción de los provenientes de la enajenación de la vivienda principal, caso en el cual deberá tomarse en consideración lo previsto en el artículo 17 de la ley y artículo 194 del reglamento.
- Arrendamiento.
- Los proventos regulares o accidentales, producidos por el trabajo, bien sea relación de dependencia, o por el libre ejercicio de profesiones no mercantiles.
- Los provenientes de regalías y participaciones análogas.

Para la determinación de las rentas extranjeras, se aplicará el tipo de cambio promedio del ejercicio fiscal en el país, conforme a la metodología usada por el Banco Central de Venezuela.

En los casos de ventas de inmuebles a créditos, los ingresos brutos estarán constituidos por el monto de la cantidad percibida en el ejercicio gravable por tales conceptos.

La oportunidad en la cual un enriquecimiento se considera disponible para su beneficiario, no sólo interesa a los fines de cumplir con uno de los requisitos esenciales para que un ingreso sea gravable, sino también influirá sobre la oportunidad en la cual se considerarán deducibles los gastos imputables a dicho ingreso, debido a que los ingresos y gastos deberán estar pagados a los fines de admitir su deducibilidad.

Determinación del enriquecimiento neto

La Ley de I.S.L.R establece que los ingresos brutos percibidos por el contribuyente, durante el ejercicio gravable, están conformados por el monto de venta de bienes y servicios en general, así como lo percibido por concepto de cualquier actividad económica.

Para determinar el enriquecimiento neto gravable por el impuesto sobre la renta, se tomará la totalidad de los ingresos brutos percibidos por el contribuyente y se le restará los costos provenientes de los productos enajenados y de los servicios prestados dentro del país, entre los cuales la ley cita:

- El costo de la adquisición de los bienes destinados a ser revendidos o transformados en el país así como el costo de los materiales y de otros bienes destinados a la producción de la renta;
- Las comisiones usuales, siempre y cuando las mismas no correspondan a cantidades fijas, sino a porcentajes normales, calculados sobre el precio de la mercancía, que sean cobradas exclusivamente por la realización de gestiones relativas a la adquisición o compra de bienes;

- Los gastos inherentes a transporte y seguro de los bienes invertidos en la producción de la renta.
- Estos costos mencionados anteriormente se lo restamos al ingreso bruto y luego el contribuyente procederá a este monto obtenido, deducir los gastos o egresos (deducciones) realizados por éste durante el ejercicio gravable.

ENRIQUECIMIENTO NETO GRAVABLE = INGRESOS BRUTOS – (COSTO + DEDUCCIONES)

Efectos de la regulación

Tomando en cuenta que el Impuesto Sobre la Renta Grava la utilidad, al presentarse mayores costos y menos rentabilidad en las empresas, es muy claro que el impuesto a pagar será menor. En la medida en que se limite la ganancia de las empresas, en esa misma medida será la disminución de la recaudación del ISLR.

La nueva regulación no toma en cuenta la incidencia que tienen los impuestos en la estructura de costos de los bienes. En el caso específico de una gran cantidad de bienes que están sometidos a una imposición específica al consumo (regulación de precios), hay que tomar en cuenta que el grueso de esos bienes están sometidos a una incidencia impositiva determinante, llegando en algunos casos a más de 50% del efecto real del precio final de esos bienes.

El gobierno nacional aplicó la regulación de 19 rubros de productos en sus distintas presentaciones; en la tabla que se presenta a continuación se podrá percibir que en la regulación de esos productos se observa que los mismo presenta una disminución en sus precios algunos siendo más considerables que otros:

PRODUCTOS REGULADOS (PRECIOS NUEVOS Y VIEJOS)

Fuente: <http://noticiaaldia.com/2012/02/desde-el-1-de-abril-612-productos-costaran-menos-lista-de-precios-viejos-nuevos/>

Producto	Tamaño	Precio Promedio	Precio Regulado	Porcentaje de disminución
COLORO	1 LT	BS. 15.37	BS. 14.50	6%
PAÑALES MEDIANOS	48 UNID	BS. 123.00	BS. 95.20	23%
LAVAPLATOS	500 CC	BS. 20.50	BS. 19.28	6%
JUGO PASTEURIZADO	900 CC	BS. 14.00	BS. 11.33	19%
PAPAL HIGIENICO	4 UNID	BS. 17.80	BS. 15.90	11%
JABON DE PANELA	250 GRS	BS. 7.00	BS. 6.46	8%
DETERGENTE	900 GRS	BS. 24.80	BS. 18.52	25%
JABON DE BAÑO	130 GRS	BS. 8.80	BS. 6.73	24%
DESODORANTE	50 GRS	BS. 17.90	BS. 14.70	18%
DESINFECTANTE	1 LT	BS. 13.50	BS. 11.63	14%
CREMA DENTAL	100 CC	BS. 17.12	BS. 15.26	11%
COMPOTA	113 CC	BS. 4.70	BS. 4.50	4%
CHAMPU	400 M	BS. 42.83	BS. 32.28	25%
CERA PARA PISOS	900 M	BS. 20.54	BS. 15.70	24%
AGUA MINERAL	5 LT	BS. 23.00	BS. 17.89	22%
MAQUINA DE AFEITAR	2 UNID	BS. 31.33	BS. 23.88	24%
TOALLAS SANITARIAS	12 UNID	BS. 20.80	BS. 15.50	25%
ENJUAGUE PARA EL CABELLO	400 ML	BS. 41.40	BS. 32.69	21%
SUAVIZANTE PARA ROPA	1 LT	BS. 25.70	BS. 24.50	5%

En esta tabla se observa que en la regulación de los precios de estos rubros específicos, todos los precios fueron disminuidos, ninguno fue aumentado, esto nos permite determinar que efectivamente las empresas se verán afectadas en cuanto a sus ingresos, ya que por la rebaja de precios estos no podrán percibir las mismas ganancias para un nuevo ejercicio económico.

Al ejecutar dicha regulación la Superintendencia Nacional de Costos y Precios le indico a las empresas de todas las cadenas de estos productos que deberán garantizar la disponibilidad de los mismos en todas sus presentaciones, y estarán en la obligación de marcar el precio máximo de venta al público en el empaque, para lo cual tendrán 45 días hábiles. Estos precios nuevos deben ser fijados a nivel de productor o importador, mayorista y para la venta al detal.

Según el documento establecido por la SUNDECOP, deja percibir los costos no reconocidos para la regulación de precios, los cuales fueron: descuentos logísticos y por promoción en tienda, ajuste de reversión, y pago del Impuesto Sobre la Renta. Tampoco se dio reconocimiento a los impactos financieros por retrasos de regalías y cobros de dividendos, por devaluación sobre dividendos no repatriados, pérdida cambiara en importación de materia prima y retraso en recuperación del Impuesto al Valor Agregado (IVA).

Los costos tomados en cuenta para la regulación de precios fueron:

- Materia Prima y empaque.
- Importación de productos terminados y otros.
- Gastos de publicidad y mercadeo.
- Gastos administrativos y de investigación.

El estudio que realizo la SUNDECOP para la imposición de estos precios fue tomando como base principal de estudio la estructura de costos de venta y el margen de ganancia, estos encontraron que a muchos de estos productos le cargan adicionalmente el Impuesto Sobre la Renta.

Si se limita la tasa de ganancia a obtener por una empresa, en teoría, se limitarán también los tributos que recibe el Fisco nacional por este concepto. Gran parte de la

inversión de las empresas se hace con utilidades no distribuidas. Si se limita la ganancia y por ende las utilidades, se limita también esa fuente de financiamiento.

Habría que esperar si el Gobierno regulará el margen de ganancia o valor de reposición. Pero en las actuales condiciones económicas del país, las ganancias quizás no sean tan altas como para afectar más los ingresos tributarios, es importante destacar que la SUNDECOP no establece claramente que se considera como una ganancia razonable, ya que las ganancias de una empresa deben garantizar que el capital de esta sea re-invertido, que la misma sea capaz de cubrir la remuneración de sus trabajadores y que pueda cumplir con el pago de sus impuestos.

Para poder percibir como la Ley de Costos y Precios Justos afectara al Impuesto sobre la renta presentamos un ejercicio hipotético donde se visualiza una empresa Inversiones 2001, C.A.; la misma es una empresa pequeña que se dedica a la venta de productos de limpieza e higiene personal, en dicho caso se presentara una estimación donde se apreciaría un ejercicio para el cierre del año fiscal 2011, y uno para el año fiscal 2012; esto nos permitirá visualizar como la misma se verá afectada por la regulación de precios, que a su vez repercutirá en sus ganancias, reflejándose esto en la utilidad o pérdida del ejercicio que su a vez afectara a la declaración por Impuesto Sobre la Renta.

INVERSIONES 2001, C.A.
DISTRIBUCION DE LA RENTA
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011

DESCRIPCION	RENTA NACIONAL	RENTA MUNDIAL
ACTIVOS	160.890,34	160.890,34
PASIVOS	(58.420,38)	(58.420,38)
PATRIMONIO	(102.469,96)	(102.469,96)
UTILIDAD O (PERDIDA) DEL EJERCICIO	-----	-----
INGRESOS	1.295.823,60	1.295.823,60
OTROS INGRESOS	308,75	308,75
COSTOS DE VENTAS	(795.306,00)	(795.306,00)
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y OPERACIONALES	(201.555,20)	(201.555,20)
	_____	_____
UTILIDAD O (PERDIDA) DEL EJERCICIO	299.271,15	299.271,15

(DATOS HISTORICOS SUMINISTRADOS POR LA EMPRESA INVERSIONES 2001, C.A.)

En este ejercicio visualizamos una utilidad del ejercicio al cierre del año 2011, después de proceder a realizar la declaración correspondiente y tomando en cuenta otros factores como el ajuste por inflación y otras partidas el monto a pagar por concepto de Impuesto Sobre la Renta de esta empresa fue de Bs. 75.340,00.

A continuación presentamos la proyección para el cierre fiscal del año 2012, haciendo la suposición que efectivamente los ingresos de esta empresa bajaron debido a la regulación de los precios.

INVERSIONES 2001, C.A.
DISTRIBUCION DE LA RENTA
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012

DESCRIPCION	RENTA NACIONAL	RENTA MUNDIAL
ACTIVOS	173.252,21	173.252,21
PASIVOS	(60.203,14)	(60.203,14)
PATRIMONIO	(113.049,07)	(113.049,07)
UTILIDAD O (PERDIDA) DEL EJERCICIO	-----	-----
INGRESOS	1.109.366,02	1.109.366,02
OTROS INGRESOS	1.200,15	1.200,15
COSTOS DE VENTAS	(801.225,12)	(801.225,12)
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y OPERACIONALES	(252.333,14)	(252.333,14)
	---	---
UTILIDAD O (PERDIDA) DEL EJERCICIO	57.007,93	57.007,93

En este ejercicio visualizamos una utilidad del ejercicio al cierre del año 2012, después de proceder a realizar la declaración correspondiente y tomando en cuenta otros factores como el ajuste por inflación y otras partidas el monto a pagar por concepto de Impuesto Sobre la Renta de esta empresa seria aproximadamente de Bs. 25.492,00.

Claramente al visualizar este ejercicio presentado se observa que La ley de costos y precios justos tendrá un efecto sobre el Impuesto sobre la renta, ya que los rubros que han sido regulados disminuyeron sus precios, no fueron en ningún momento aumentados, esto por ende generara una situación desfavorable por que se verá una disminución considerable de los ingresos, y ya que la inflación se mantiene en constante aumento el empresario deberá buscar formas para subsistir en el mercado, hay que tomar en cuenta que siempre se querrá realizar cambios significativos en cuanto a mejoras tecnológicas, re-inversión, aumento de personal, entre otros; al no tener los ingresos necesarios para poder realizar un buen desempeño en sus actividades, deberán incurrir en aplicar estrategias que podrían ser desventajosas para la economía venezolana, provocando así una mayor escasez de productos, desempleos y un control de precio constantes.

Predominará la renta petrolera

El ministro de Planificación y Finanzas, **Jorge Giordani (2011)**, “ha reiterado en sus últimas declaraciones la necesidad de incrementar los ingresos por concepto de renta interna y depender menos de la renta petrolera”.

No obstante, la recaudación por ISLR, se ha visto afectada cada vez por los altos índices de inflación, por la caída de la actividad económica, el cierre de un número significativo de empresas y la estatización de otras.

Cifras del propio despacho de las finanzas públicas revelan que para el año 2011 se espera que la recaudación total del ISLR como porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) sea de 2,77%. Una cifra que se coloca por debajo de los

resultados del ejercicio fiscal de 2009 y 2010 cuando cerró en 3,73% y 3,19%, respectivamente.

La inflación es producto de las elevadas tasas de ganancia, cosa que no es así por cierto. Lo correcto es incentivar la competencia. Esto produciría más empleo, aumentaría la oferta de productos y además aumentaría la base tributaria. Para compensar una caída en los ingresos tributarios, se corre el riesgo de que los gobiernos locales y regionales aumenten la alícuota que cobran por impuestos, específicamente los relacionados a las actividades económicas.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones:

- La Ley de Costos y Precios Justos permitirá regular, ordenar, controlar y verificar los precios dentro del mercado venezolano, esto creara un ambiente donde los empresarios se verán constantemente sometidos a inspecciones para hacer seguimiento a los costos y gastos incurridos, y que los mismos vayan acorde con el precio establecido.

- Se considera que esta Ley aparte de fomentar deberes y obligaciones que cumplir, también debería generar derechos a los empresarios, ya que estos son parte vital de la economía del país, y deberían ser apoyados para mejorar las actividades económicas que se generan en el estado venezolano.

- Tomando en cuenta todo el articulado contenido en la ley, se considera que la aplicación de esta en el país, puede afectar al Impuesto Sobre la Renta, ya que al determinar un precio justo de los productos y servicios, los mismo estarán generando una regulación en el margen de ganancia a obtener por las empresas; creando así un panorama donde el cierre del ejercicio fiscal se verá comprometido con el pago de este impuesto específico.

- Según las opiniones visualizadas por distintos medios de comunicación, se percibe que la aplicación de esta ley genera suma molestia dentro de las empresas y los consumidores, ya que se observa que un mercado con suma competencia, existe escasez de productos y servicios por falta de recursos y

- tomando en cuenta la inflación por la que pasa el país es inevitable que exista un alza constante en los precios, es por esto que no es provechoso, ya que si estandarizan los precios, los empresarios incurrirán en situaciones como: bajar la calidad de sus productos y servicios, incurrir en la eliminación de partidas específicas dentro de los renglones de costos y gastos; pudiendo esto generar desempleos dentro de la población.

7.2 Recomendaciones

- Recomendamos a la Superintendencia de costos y precios justos (SUNDECOP) tomar en cuenta los gastos y costos indirectos a los que los empresarios deben incurrir adicionalmente para la obtención de un producto específico.
- Que los empresarios cumplan con los deberes establecidos en la ley, brindando información real y suficiente a la SUNDECOP, para mejorar sus alternativas para generar así un margen de precio adecuado y que le permita a la empresa obtener una mayor productividad en su proceso.
- Que los empresarios logren mantener una interacción provechosa y constante con sus proveedores y consumidores, para así fomentar la integración de estos y lograr la satisfacción esperada para todos.
- Que las empresas continúe fomentando la cultura tributaria en el país, se recomienda a las mismas visualizar un panorama dentro del ejercicio fiscal, donde así mediante proyecciones y estimaciones se pueda estipular el margen de ganancia esperado y cumplir con la declaración correspondiente por concepto de Impuesto Sobre la Renta.

BIBLIOGRAFIAS

Ediciones Juan Garay. Ley de Impuesto Sobre la Renta Comentada, Caracas – Venezuela (2000), 223 págs.

Forun de editores, Legislación Económica, C.A. nueva Ley de impuesto Sobre la renta, Caracas- Venezuela, (1991), 471 págs.

<http://www.monografias.com/trabajos64/impuesto-renta/impuesto-renta3.shtml>

www.alopresidente.gob.ve/.../9412/?...leydecostosypreciosjustos.pdf

http://www.prensa-latina.cu/index.php?option=com_content&task=view&id=504462&Itemid=1

<http://www.notiactual.com/lista-de-precios-de-los-19-rubros-ajustados-por-la-sudecop-2/>

<http://www.notivargas.org/consumidores-satisfechos-por-ajecucion-de-precios-de-19-rubros-esenciales/>

<http://www.laprensademonagas.info/Articulo.aspx?s=3&aid=81521>

<http://www.el-nacional.com/noticia/34019/18/Aseguran-que-Ley-de-Costos-y-Precios-Justos-impacto-positivamente-para-disminuir-la-inflacion.html>

<http://www.entornointeligente.com/articulo/1259578/LEY-DE-COSTOS-Productos-regulados-pierden-espacios-en-los-anaqueles-07052012>

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO

TÍTULO	ANALISIS DE LA LEY DE COSTOS Y PRECIOS JUSTOS Y SU EFECTO EN LA DECLARACION DE IMPUESTO SOBRE LA RENTA EN LAS EMPRESAS VENEZOLANAS.
SUBTÍTULO	

AUTOR (ES):

APELLIDOS Y NOMBRES	CÓDIGO CULAC / E MAIL
GONZALEZ ALBEACA, NAYTSA DEL VALLE	CVLAC: 18.511.958 E MAIL: naxager_89@hotmail.com
VILLEGAS DROZD, FABIOLA CAROLINA	CVLAC: 19.168.894 E MAIL: fabiy_085@hotmail.com

PALÁBRAS O FRASES CLAVES:

Costos, Gastos, Precios, Ganancias.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ÀREA	SUBÀREA
Ciencias Administrativas	Contaduría Pública

RESUMEN (ABSTRACT):

La investigación tiene como objetivo general analizar la Ley de Costos y Precios justos y su efecto en la declaración de Impuesto Sobre la Renta en las empresas Venezolanas, este análisis estará basado en el efecto que impondrá la ley en la estructura de costos y gastos de cualquier empresa, el cambio que generara en el precio y el margen de ganancia a obtener. La investigación es de tipo documental, debido a que la mayoría de su contenido fue realizado a través de fuentes bibliográficas, asimismo, el nivel de investigación es de carácter descriptivo ya que se basa fundamentalmente en fuentes escritas. Una vez realizado el análisis se determinó que dicha ley permitirá regular, ordenar, controlar y verificar los precios dentro del mercado venezolano, generando un ambiente donde los empresarios se verán constantemente sometidos a inspecciones para hacer seguimiento a los costos y gastos incurridos, y que los mismos vayan acorde con el precio establecido.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

CONTRIBUIDORES:

APELLIDOS Y NOMBRES	ROL / CÓDIGO CVLAC / E_MAIL				
García, Guillermo.	ROL	CA	AS	TU	TU
	CVLAC:	V- 8.282.863			
	E_MAIL	guigar27@gmail.com			
	E_MAIL				
Reyes, Lourdes.	ROL	CA	AS	TU	TU
	CVLAC:	V- 8.286.033			
	E_MAIL	lourdesreyes@cantv.net			
	E_MAIL				

FECHA DE DISCUSIÓN Y APROBACIÓN:

2012 AÑO	04 MES	18 DÍA
--------------------	------------------	------------------

LENGUAJE. SPA

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

ARCHIVO (S):

NOMBRE DE ARCHIVO	TIPO MIME
TESIS. ANALISIS LEY DE COSTOS. DOCX	Application/msword

CARACTERES EN LOS NOMBRES DE LOS ARCHIVOS: A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z. a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z. 0 1 2 3 4 5 6 7
8 9.

ALCANCE

ESPACIAL: _____ (OPCIONAL)

TEMPORAL: _____ (OPCIONAL)

TÍTULO O GRADO ASOCIADO CON EL TRABAJO:

Licenciado en Contaduría Pública

NIVEL ASOCIADO CON EL TRABAJO:

Pregrado

ÁREA DE ESTUDIO:

Departamento de Contaduría

INSTITUCIÓN:

Universidad De Oriente Núcleo Anzoátegui.

METADATOS PARA TRABAJOS DE GRADO, TESIS Y ASCENSO:

DERECHOS

De acuerdo al artículo 41 del Reglamento de Trabajo de grado:

“Los trabajos de grado son de exclusiva propiedad de la Universidad,

y sólo podrán ser utilizados con otros fines con el consentimiento del

del Consejo del Núcleo respectivo, quien lo participara al Consejo

Universitario”

GONZALEZ, NAYTSA

AUTOR

VILLEGAS, FABIOLA

AUTOR

GARCIA, GUILLERMO

TUTOR

REYES, LOURDES

TUTOR

POR LA COMISION DE TRABAJO DE GRADO