UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE – CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA

ANALISIS DE LOS RIESGOS ECONOMICOS Y SUS INCIDENCIAS EN LAS VENTAS DE INVERSIONES EL SALMON, C.A (ISALCA), ZONA INDUSTRIAL DE CARUPANO, ESTADO SUCRE PARA EL PERIODO 2.017.

REALIZADO POR:

Br. Caris Gamboa

Br. Francys Gamero

Lcdo. Manuel García

Trabajo de grado modalidad curso especial de grado presentado como requisito parcial para optar el título de licenciado en contaduría pública.

Carúpano, Marzo del 2017.

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE – CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA

ANALISIS DE LOS RIESGOS ECONOMICOS Y SUS INCIDENCIAS EN LAS VENTAS DE INVERSIONES EL SALMON, C.A (ISALCA), ZONA INDUSTRIAL DE CARUPANO, ESTADO SUCRE PARA EL PERIODO 2.017.

Acta de Aprobación

Realizado Por:

Br. Caris Gamboa

Br. Francys Gamero

Lcdo. Manuel García

Trabajo de Grado **aprobado** en nombre de la Universidad de Oriente, por el siguiente jurado calificador, en la ciudad de Carúpano, a los dieciséis (10) días del mes de Marzo del 2.017

Jurado Asesor
Msc. Leonardo España
C.I: 11.438.928
Carúpano, Marzo del 2.017.

INDICE GENERAL

DEDICATORIA ..... **i**
AGRDECIMIENTO ..... **iv**
LISTA DE GRAFICAS ..... **vii**
RESUMEN ..... **xi**
INTRODUCCIÓN **1**
CAPÍTULO I **3**
EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES. **3**
1.1 Planteamiento del Problema: 3
1.2 Objetivos de la Investigación. 9
1.2.1 Objetivo General: 9
1.2.2 Objetivos Específicos: 9
1.3 Justificación: 9
1.4 Delimitación: 10
CAPÍTULO II **11**
MARCO TEORÍCO **11**
2.1 Antecedentes de la investigación: 11
2.1.1 En el ámbito Internacional: 12
2.1.2 En el ámbito nacional: 14
2.1.3 En el ámbito regional: 15
2.2 Bases Teóricas 17
2.2.1 Teoría del Riesgo: 18
2.2.2 Teoría del mercado 20
2.2.3 Teoría del marketing. 21
2.3 Bases Conceptuales 22
2.3.1 Riesgo: 22
2.3.2 Mercado: 25
2.4 Marketing: 28

2.4.1 Políticas de Marketing: 29
2.4.2 Estructura del plan de marketing: 29
2.4.3 Marketing Publicitario: 30
2.5 Bases legales 31
2.5.1 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. 31
2.5.2 Código de Comercio: 31
2.5.3 Ley de Impuesto al Valor Agregado: 32
2.5.4 Ley de Impuesto Sobre La Renta: 32
2.5.5 Ordenanzas De Impuestos Sobre Actividad Económica De Industria, Comercio o De Índole Similar. 35
2.5.6 Ordenanza de Impuestos sobre Inmuebles Urbanos 39
2.5.7 Ordenanza de Impuesto sobre Publicidad Comercial 40
2.6 Operacionalización de Sistema de Variables 41
2.7 Definición de términos básicos. 42
CAPÍTULO III 45
MARCO METODOLÓGICO 45
3.1 Nivel de Investigación: 45
3.2 Diseño De La Investigación 46
3.3 Población. 47
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos: 48
3.4.1 La observación. 48
3.4.2 La entrevista. 48
3.4.3 El Cuestionario. 49
3.4.4 Validación del Instrumento 50
3.4.5 Técnica de procesamiento y análisis de datos 50
CAPÍTULO IV 51
PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS 51
4.1 Aspecto generales de la empresa inversiones el salmón, C.A (ISALCA) 51
4.1.1 Reseña Histórica 51

4.1.2 Misión 52
4.1.3 Visión: 53
4.1.4 Objetivos General 53
4.1.5 Importancia 53
4.1.6 Tipos de Producto que ofrece la empresa. 54
CONCLUSIONES 90
RECOMENDACIONES 91
BIBLIOGRAFIA. 92
ANEXOS 95
HOJA DE METADATOS 119

DEDICATORIA

A Dios Todopoderoso por permitirme la vida y guiarme, darme la fuerza y la valentía necesaria para salir adelante sin desmayar en ningún momento y así lograr todos los objetivos que me he propuesto.

A mis padres: Freddy Gamboa y María de Gamboa, por brindarme su amor de padres y darme su apoyo incondicional los quiero.

A mis abuelos: José Ugas y Carmen de Ugas por enseñarme los valores y la educación para llegar hacer lo que hoy en día soy gracias los adoro.

Al amor de mi vida mi pequeño hijo: Daniel Eduardo Bello Gamboa, por ser la persona más importante en mi vida y ser el motor fundamental para lograr mis objetivos te amo hijo.

A mi esposo: Jesús Daniel Bello, por brindarme su apoyo y amor incondicional gracias amor.

A mis tías: Norys, Olivia, Mercedes, Wiston, Mauricio, Carlos, José Raúl, Abelardo, Jesús Ramón, por darme todo su amor y apoyo incondicional los quiero.

A mis hermanas María Laura, Nieves, Vhanessa, Dulce, por ser las personas importantes para mí las quiero y a mis amores: Andrés, Oliver, Anghelo, Mauro y Aranza por llenar mis días de alegría los quiero.

A mi primo adorado: Ángel Eduardo Lugo Ugas, aunque no te encuentres físicamente porque nuestro señor todopoderoso te llamo a su lado pero siempre estarás en mi mente y en mi corazón te amare siempre.

Caris V Gamboa Ugas

DEDICATORIA

La culminación de este trabajo de grado es sin duda otro logro de muchos que con el favor de dios realizare en mi vida, por esta razón se lo dedico principalmente a mi dios y a la virgen del valle con mi fe hacia ellos encontré las fuerzas necesarias para no dejar de seguir luchando.

A mis padres Paulina Rodríguez y Carlos Gamero, por enseñarme a lograr con esfuerzo y constancia las metas que nos proponemos en la vida.

Les dedico en especial a mis dos tesoros Frayder Velásquez y Frederick Gallardo, los cuales fueron el motor para impulsarme a lograr las metas planteadas .A mi esposo Humberto Gallardo que con paciencia y amor me brindó su apoyo n toda esta trayectoria de mi carrera universitaria gracias mi amor.

A mis dos hermanos Juan Carlos y Rosalba y a mi tía Dilia Gamero que de una u otro forma me han acompañado y han sido fuente de inspiración los quiero gracias.

Francys del V Gamero R.

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo de investigación a toda la comunidad Universitaria de nuestro hermoso estado Sucre, a mis amigos, a las nuevas generaciones que están por llegar a nuestra casa de estudio, a mi familia, en especial a mi madre, a mis hijos para que les sirva de apoyo moral e intelectual para la fijación de sus metas y logros de sus objetivos; a todos de corazón espero les sea de buen provecho y aprecio los conocimientos plasmados acá para ustedes.

Manuel del J. García M.

AGRDECIMIENTO

A dios todopoderoso y a mi virgen del valle por haberme dado Sabiduría, Salud, Entendimiento, Fuerza y Bendiciones para poder culminar mi carrera profesional. A mis padres Freddy Gamboa y María de Gamboa, por su apoyo incondicional, amor, esfuerzo y comprensión. A mis abuelos José Ugas y Carmen de Ugas, por darme su amor incondicional y apoyo en todo momento a lo largo de mi vida.

A mi gran amor Daniel Eduardo Bello Gamboa, por ser la personita más importante en mi vida y ser el motor para seguir adelante te amo hijo. A mi esposo amado Jesús Bello, por su paciencia y dedicación para hacer realidad mi sueño y por estar siempre a mi lado te amo amor. A mis hermanas Nieves, María Laura, Vhanessa y Dulce que de una u otra manera me han apoyado siempre.

Al Msc. Leonardo España, por sus enseñanzas impartidas y otorgamiento de sus conocimientos gracias profesor.

A la Empresa Inversiones El Salmón, C.A (ISALCA), por habernos brindado su apoyo y colaboración para la realización de trabajo de investigación.

A la Universidad de Oriente y a sus profesores que lo conforman, por abrir las puertas hacia el conocimiento que contribuyen a la generación profesional. A mis compañeros de tesis Francys Gamero y Manuel García, por su apoyo incondicional, esfuerzo y dedicación para culminar con éxito este proceso de nuestra carrera.

Caris V Gamboa U.

AGRADECIMIENTO

Primeramente a Dios y a la Virgen del Valle, por brindarme la fortaleza necesaria para lograr mis objetivos planteados. A mi madre Paulina Rodríguez por darme la dicha de vivir permitiéndome conocer las cosas buenas y malas en la vida. A mi padre Carlos Gamero que directa o indirectamente estuvo a mi lado. A mis hermanos Juan Carlos y Rosalba, Vanessa y Jesús, aunque no estás físicamente conmigo siempre estuviste presente en mi corazón.

A mis hijos Frayder Velásquez y Frederick Gallardo, los quiero mucho mis niños. A mi amado Humberto Gallardo, mi compañero fiel incondicional por aguantarme tanto descuido te amo mucho amor. En especial a mi abuelo Juan Rodríguez (Paito) gracias viejito. A mis tíos, primos, sobrinos que de una u otra forma formaron parte de esta experiencia maravillosa.

Gracias a la Universidad de Oriente, por abrirnos las puertas hacia el conocimiento. A mis estimados profesores por enseñarme muchas lecciones que estoy segura serán de gran utilidad en mi vida gracias.

Al Msc. Leonardo España por servirnos de ejemplo como perfil del profesional que soñamos llevar a ser en el futuro, gracias profesor.

A la gran familia de Inversiones El Salmon, C.A (ISALCA) por brindarnos la oportunidad de desarrollar nuestro trabajo de investigación en su empresa

Y por último a mis grandes valiosos compañeros de clases por todas esas vivencias compartir en el transcurso de la carrera, pero especialmente a Caris Gamboa Y Manuel García compañeros de tesis gracias por permitirme desarrollar al lado de ustedes esta experiencia tan gratificante.

Francys del V Gamero R.

AGRADECIMIENTO

Primeramente a Dios sobre todas las cosas y a la Virgen del Valle, por darme la capacidad intelectual y corporal, para llegar por segunda vez a esta meta planteada hace seis años. A todos los que han estado a mi lado a lo largo de estos años, en esta dura batalla de aprendizaje y adquisición de nuevos conocimientos.

A mi pareja Yanirá Méndez, por su apoyo moral e intelectual. A mi gran casa de estudio, la Universidad de Oriente (UDO), por abrirnos las puertas hacia el conocimiento. A mis amigos profesores y colegas por las nuevas enseñanzas impartidas.

A nuestro tutor, el Msc. Leonardo España por ser más que un juez, un amigo más en apoyo al logro de la meta propuesta en su etapa final. A la gran familia de Inversiones El Salmon, C.A (ISALCA) por brindarnos la oportunidad de desarrollar nuestro trabajo de investigación en su empresa. Y por último a mis grandes compañeras de equipo por soportarme estos últimos meses; Caris Gamboa Y Francys Gamero

Manuel del J. García M.

LISTA DE GRAFICAS

GRAFICO N° 01 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas; de acuerdo a su opinión acerca de la actividad de la empresa frente a los riesgos financieros. 56
GRAFICO N° 02 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas en cuanto cómo es el flujo de efectivo de la empresa. 57
GRAFICO N° 03 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas de acuerdo a las consideración sobre las política financieras de la empresa frente a posibles riesgos económicos. 58
GRAFICO N° 04 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas referente a las inversiones de la empresa. 59
GRAFICO N° 05 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas respecto al Cumplimiento de la empresa con sus compromisos de pago a corto plazo. 60
GRAFICO N° 06 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas en cuanto a la calidad de los clientes que posee la empresa. 61
GRAFICO N° 07 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas referente a los canales de distribución existentes. 62
GRAFICO N° 08 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas en cuanto a su punto de vista como son las ofertas de su producto en el mercado. 63
GRAFICO N° 09 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas según su opinión respecto a la demanda de los producto en el mercado. 64

GRAFICO N° 10 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas ¿Cómo es la recuperación de las inversiones de la empresa? 65
GRAFICO N° 11 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas referente a cómo es el cumplimiento de los compromisos de los clientes..... 66
GRAFICO N° 12 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas de acuerdo al comportamiento del mercado cambiario. 67
GRAFICO N° 13 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas respecto a la competencia de los productos en el mercado. 68
GRAFICO N° 14 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas ante la situación actual del país y el poder adquisitivo de la empresa. 69
GRAFICO N° 15 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas de acuerdo a la oferta y demanda del respecto a la competencia del producto..... 70
GRAFICO N° 16 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas referente a el esquema de la estructura de costo de los productos terminados. 71
GRAFICO N° 17 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas en cuanto a los niveles de inventario de la empresa. 72
GRAFICO N° 18 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas ¿Cómo son las políticas de *Marketing* actuales de la empresa para el logro de los objetivos?..... 73
GRAFICO N° 19 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas De acuerdo a las políticas publicitarias de la empresa. 74
GRAFICO N° 20 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén,

Compras y ventas respecto a su opinión a los niveles de inventario y los tiempos de colocación de los productos. 75
GRAFICO N° 21 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas respecto a la opinión de cómo está la empresa financieramente. .. 76
GRAFICO N° 22 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas respecto a las políticas utilizadas por la empresa para diagnosticar y evaluar los posibles riesgos económicos. 77
GRAFICO N° 23 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas de acuerdo a el gusto de los consumidores con y los productos en el mercado. 78
GRAFICO N° 24 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas respecto a las oportunidades de competencia en el mercado para los productos de la empresa. 79
GRAFICO N° 25 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas en cuanto a cómo son los beneficios de los financiamientos externos. 80
GRAFICO N° 26 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas relativo a el impacto de las políticas cambiarias en la producción de la empresa. 81
GRAFICO N° 27 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas en cuanto si el sistema cambiario beneficia a la empresa para la adquisición de la materia prima importada. 82
GRAFICO N° 28 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas relativo a las variaciones cambiarias de la moneda nacional con relación a la extranjera. 83
GRAFICO N° 29 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas referente a los canales para la adquisición de divisas para cumplir con los compromisos de importaciones. 84

GRAFICO N° 30 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas relativo a las políticas fiscales para empresa. 85
GRAFICO N° 31 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas concerniente a la realidad actual de la empresa y el cumplimientos de sus compromisos. 86
GRAFICO N° 32 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas concerniente a la comparación de los productos colocados en el mercado con otros productos similares. 87
GRAFICO N° 33 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas relativo a los canales de comercialización que posee la empresa. 88
GRAFICO N° 34 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas concerniente a el pecio de venta de los productos. 89

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA

ANALISIS DE LOS RIESGOS ECONOMICOS Y SUS INCIDENCIAS EN LAS VENTAS DE INVERSIONES EL SALMON, C.A (ISALCA), ZONA INDUSTRIAL DE CARUPANO, ESTADO SUCRE PARA EL PERIODO 2.017.

Autores:
Br. Caris Gamboa
Br. Francys Gamero
Lcdo. Manuel García
Tutor: Msc. Leonardo España

RESUMEN

En la actualidad las empresas de producción en Venezuela se han visto afectadas por diversos factores ocasionados por las políticas en el sector cambiario, a los incrementos en la tasa de inflación y a los riesgos a los cuales se enfrenta el sistema productivo del país, es por eso que se hace necesario el estudio de los riegos que puedan afectar la actividad económicas de las empresas productiva , tomando como objeto de estudio la empresa inversiones el salmón C.A (ISALCA), la cual se dedica a la fabricación de enlatados y comercialización de productos marinos (sardina, jurel, pepitonas y atún) por lo tanto el objetivo general de esta investigación es Analizar los riesgos económicos y sus incidencias en las ventas de inversiones el salmón C.A (ISALCA), durante el periodo 2017. La metodología utilizada es documental y de campo ya que se revisó tesis, artículos y trabajos relacionados con la investigación y se obtuvo información directamente en la institución específicamente en el departamento de gerencia general y todos aquellos relacionados con este, y un nivel descriptivo. En esta investigación se determinó algunas carencias en la colocación del producto en el mercado y a su vez que la empresa cuenta con las herramientas para elaborar políticas para el manejo de los riegos asociado a su actividad económica aun cuando tiene poco conocimiento de tales riesgos, así mismo se recomendó mejorar y anticipar información a sus empleados con el fin de optimizar la producción y manejo del producto.

Palabras clave: Riesgo Económico, Marketing, clientes, ventas, organización.

INTRODUCCIÓN

Un entendimiento amplio de los riesgos económicos permite a las empresas establecer una efectiva planificación que le permita crear las condiciones adecuadas para enfrentar los posibles resultados adversos y las consecuencias de sus inversiones a corto, mediano y largo plazo en la búsqueda de mantenerse a la altura de los cambios tecnológicos, financieros a los que se someten las organizaciones a diario.

En tal sentido el riesgo económico hace referencia a la incertidumbre producida de las inversiones, políticas, normas y procedimientos; fiscales, financieros y comerciales, generadores de cambios en la situación económica del sector en el que opera cualquier empresa, no escapando a estos la empresa Inversiones El Salmón, C.A, (ISALCA), que es una empresa de área alimentaria, procesadora y enlatadora de especies marinas. Ubicada en la zona industrial de Carúpano, Estado – Sucre, la cual tiene como visión enlatar productos con alta calidad, capaces de competir en cualquier mercado, así como consolidarse como empresa altamente productiva y con los mejores estándares de calidad. Por estas razones se sustenta la presente investigación en el ámbito de los riesgos económicos y sus incidencias desde varias perspectivas en las ventas como principal fuente generadora de ingresos de la empresa Inversiones el Salmón, (ISALCA); estructurada dicha investigación de la manera siguiente:

En el Capítulo I: Se presentan el planteamiento del problema, el objetivo general, los objetivos específicos, la justificación y delimitación de la investigación.

En el Capítulo II: se expone el fundamento teórico; antecedente y las bases conceptuales, así como las legales que sustentas la investigación.

En el Capítulo III, Esta referido al marco metodológico, donde se describe la modalidad metodológica en la cual se apoyo la investigación donde se plantea un

estudio descriptivo, de campo y documental; para obteniendo de la información. A través de entrevistas no estructuradas, la observación directa, y la aplicación de un cuestionario al personal administrativo, complementada con la revisión documental, al igual que la ejecución de operacionalizacion de variable.

En el Capítulo IV, está representado por los aspectos generales de la empresa Inversiones El Salmón, C.A (ISALCA) a demás de la tabulación, análisis y presentación de los resultados obtenidos, así como las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I
EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES.

1.1 Planteamiento del Problema:

En las primeras décadas del siglo XXI las empresas evolucionaron y expandieron sus alcances en la competitividad en los mercados económicos, mejorando sus políticas de *Marketing.* el cual lo podemos definir según *McCarthy*, (1964) "el resultado de la actividad de las empresas que dirige el flujo de bienes y servicios desde el productor al consumidor o usuario, con la pretensión de satisfacer a los consumidores y permitir alcanzar los objetivos de las empresas" (http://infodesdemibl.blogstot.com/) Partiendo de esta aseveración y analizando su desglose, es necesario reconocer todas y cada una de las distintas políticas comerciales, conceptualizada en el mismo llevando implícitamente todo esto al conocimiento amplio y necesario de las normas y procedimientos ,con la finalidad de aplicar en el desarrollo de los distintos canales de *Marketing* utilizados por la empresa como herramientas en su lucha dentro de la competitividad de mercado; reuniendo una serie de elementos engranados sistemáticamente pudiendo estos verse afectados por factores comerciales y financieros lo cuales no logran desprenderse tan fácilmente del proceso de comercialización. Entendiendo como proceso sistemático, a la suma de las partes de un todo, sincronizadas para poder funcionar efectivamente.

En este sentido son estos procesos, elementos y factores transformadores de gran relevancia; puesto que los impactos económicos son considerados como las repercusiones y beneficios económicos obtenidos por una empresa de sus inversiones a futuros. Generando estas inversiones, expectativas internas y externas que afectan a la organización, estando ellas entrelazadas o interrelacionadas con niveles de vulnerabilidad existentes en las mismas, así como las posibles debilidades, pueden transformarse en riesgos, entendiéndose esto según **(**Juan Mascareñas año2001) "un

elemento de inestabilidad en las inversiones, que no son más que apuestas de futuro en entornos con mayor o menor incertidumbre”**(**[**http://es.wikipedia.org/wiki/riesgo-enpresarial**](http://es.wikipedia.org/wiki/riesgo-enpresarial)**).** Por lo antes expuesto en el concepto mencionado podemos afirmar estar en presencia de riesgos económicos, los cuales pueden ser identificables financieramente mediante los estudios pertinentes, ligados íntimamente éstos a los procesos de *marketing* definidos en los párrafos anteriores.

Es por ello que se hace necesario desglosar cada uno de los posibles riesgos asociados a los riesgos económicos, dentro los cuales podemos mencionar primeramente a los riesgos financieros: **(**Juan Mascareñas año2001) **“**También conocido como riesgo de crédito o de insolvencia. Hace referencia a las incertidumbres en operaciones financieras derivadas de la volatilidad de los mercados financieros y de crédito (http//www.euroresidentes.com). Esta aseveración nos lleva a identificarlos como todo y cada uno de aquellos niveles solvencia monetaria que posee la organización para la toma de decisiones en sus inversiones; lo cual no es más que la capacidad o disponibilidad de efectivo a invertir en un momento determinado.

En segundo lugar también es identificable el riesgo cambiario los cuales: (Aida di Genaro 2014) “Se deriva del desconocimiento del precio de una divisa para realizar una transacción. Concretamente, el riesgo de tipo de cambio se plasma por movimientos en el tipo de cambio en sentido contrario al esperado”(Riesgosentipos de cambiouft2014.blogspot.com) Este concepto explica de manera concentradas las razones o implicaciones que pueden afectar las inversiones o comercialización de productos basados en el tipo de cambio monetario existente dentro de la nación de acuerdo al tipo de moneda con la cual se ejecute dichas transacción es, es por esta razón que es muy importante su estudio y análisis dentro de los riesgos económicos antes mencionados.

En tercer lugar también podemos mencionar los riesgos de insolvencia o de cobro definidos como la**: (**José Arbey Maldonado 2009**)** “Incertidumbre de percibir la

contraprestación acordada. Derivado de la posibilidad de incumplimiento de las obligaciones por parte del emisor"(actualícese.com/opinión/los-riesgos-económicos-en-las-empresas), estos riesgos no son más que aquellas expectativas de cobro que posea la empresa hacia sus clientes de acuerdo a las políticas crediticias preestablecidas por la organización y que son la herramientas que le permitirá a esta recuperar los créditos otorgados en el menor tiempo posible y que de la efectividad de la aplicación de estas políticas dependen dichos niveles de incertidumbre al cobro de insolventes.

En cuarto lugar tenemos los riesgos inflacionarios como: (Prof. Raúl Ávila Forero 2016) "consecuencia de la pérdida de poder adquisitivo que se genera por aumentos de la inflación" (agencia de noticias.unal.edu.com). Este riesgo que definimos y mencionamos es de vital importancia dentro de los posibles riesgos económicos a los cuales hemos hecho referencia, mediante su análisis y relación con los anteriores podemos plasmar de manera clara y analítica sus incidencias en cualquier comercialización de productos manufacturados destinados a satisfacer las necesidades, por cuanto es este riesgo nos ayuda a tener una visión del aumento o disminución del poder adquisitivo de nuestros clientes y de esta manera tener una idea sensata para las proyecciones futuras de las ventas.

En quinto lugar podemos mencionar el riesgo de liquidez el cual;(Finanzas y Economía) "se produce cuando una entidad a corto plazo no tiene recursos suficientes para atender sus pagos" (yirepa.es/liquidez) esto va íntimamente ligado a las políticas empresariales de cobro, a los tiempos de recuperación de las inversiones, las ventas, entre otros factores de mercado que puedan afectar directamente el flujo de efectivo de la empresa. Dejando saber que la liquidez empresarial es muy distinta a solvencia comercial de la empresa la cual mencionamos anteriormente.

En sexto lugar tenemos el riesgo legal el cual puede ser según (Maribel Peña 2011) “La pérdida en procesos legales o sentencias adversas debido a la no exigibilidad de acuerdos contractuales”(maribelpd.blogspot.com) este va referido a todo el marco legal de la empresa, el cual debe estar bien plantado y fortalecido para respondes en los casos que sean necesario por demandas, procesos tributarios, cambiarios, firma de acuerdos inspecciones fiscales, inversiones y cualquier otro aspecto legal que sea de la competencia de la empresa.

Por último tenemos el riesgo de mercado el cual está íntimamente ligado a todos los anteriores y a los conceptos de *marketing* descritos en los primeros párrafos de este planteamiento, por cuanto este dependerá de todas y cada una de las políticas empresariales, costos de producción, canales de comercialización, canales de distribución, ubicación geográfica, calidad de los clientes, recuperación de la inversión, liquidez, ventas, gustos de los consumidores y competidores existentes en el mismo ramo. Por tal razón por todos estos riesgo que hemos mencionados que nace la inquietud de analizar y estudiar dentro ttodo este sistema de comercialización emprendido por la organización los riesgos como variables dependientes del mercadeo comercial.

De esta manera, Venezuela en los últimos años debido a los cambios de políticas económicas y del sector cambiario; se ha visto afectada económica y financieramente por todos y cada uno de los elementos de incertidumbre que pueden generar estos cambios en una nación, llevando esto a que todas y cada una de las organizaciones existente en el país ya sean financieras, comerciales, manufactureras no escapen a posibles entornos de riesgos existentes en los mercado. Destacando dentro de este grupo las empresas del sector pesquero dedicadas a l envasado, conservación y comercialización de productos del mar.

tal como es el caso de Inversiones el Salmon (ISALCA), ubicada en la zona industrial de Carùpano; dedicada a la comercialización de productos enlatados del

mar por más de 20 años de servicio y competitividad en este ramo con otras empresas de la zona; que igual deben enfrentar los mismos retos económicos y financieros; lo cual nos lleva a planificar un estudio amplio de todas y cada una de los posibles alcances generados en esta materia comercial y tomando en cuenta todo lo expuesto en los párrafos anteriores procederemos a indagar, profundizar y manejar información sobre las diferentes teorías planteadas dentro de este ámbito que nos facilite un conocimiento amplio y claro sobre las consecuencias de los riesgos económicos y las distintas contradicciones de los mismos.

Es por todos estos elementos expuestos que se consideran a los riesgos económicos como posibles inconvenientes en la comercialización e inversiones de la organización a corto, mediano y largo plazo, los cuales pueden afectar los niveles de las ventas, entendiéndose a las mismas como: (*American Marketing Asociation 2001 citado por Iván Thompson)* "el proceso personal o impersonal por el que el vendedor comprueba, activa y satisface las necesidades del comprador para el mutuo y continuo beneficio de ambos."*(https://www.promonegocios.neta)*; en este sentido las posibles incertidumbres formadas de las ventas se convierten en elementos de conflicto financieros difíciles de visualizar o contextualizar; dentro del sistema contable de la institución, lo cual pudiésemos decir son elementos intangibles y de relevancia en la obtención de beneficios producidos de las negociaciones en los mercados.

Por esta razón se hace necesario el estudio detallado de los posibles riesgos existentes en la cadena de comercialización de inversiones el salmón C.A; lo cual nos permitirá obtener los conocimientos amplios contables de estos elementos como activos intangibles influyentes en los aumentos o disminuciones de los desequilibrios financieros o fuga de ganancias inimaginables producto del desconocimiento de estas variables impidiendo u obstaculizando dentro de la empresa nuevas estrategias financieras y contables beneficiosas a las inversiones futuras; llevándonos a visualizar y a estudiar los riesgos como un gran problema económico que se pueda

presentar dentro de la organización, tratándolos de manera clara y objetiva a fin de minimizar sus impactos futuros perceptible en la administración financiera de la empresa.

En virtud del conocimiento pre-adquirido en nuestra materia de estudio consideramos a el riesgo económico como una variable representativa ligada íntimamente a las diversas confrontaciones en el mercado donde entran juego la compra -venta, la oferta -demanda, los gustos, los precios, la variedad, la presentación y sobre todo el renombre de la marca; algunos de estos elementos con características intangibles como ya hemos esgrimido anteriormente; entendiendo intangible como: (PLOTKIN IRVING 2001) los activo no físicos que permiten a una empresa, obtener beneficios mayores de los esperado, según (www.eumed.net/rev/tlatmoani/05/vtd.htm) permitiéndonos este concepto tener un claridad cognoscitiva de dichos activos, orientándonos de esta manera a plantear y evidenciar la existencia observable de un problema que permite preguntarse:

- ¿Cuáles es el impacto de los riesgos económicos en las ventas de Inversiones El Salmon, C.A (ISALCA)?

–¿Cuáles son los riesgos económicos que se generan de las ventas?

–¿Cuáles son los posibles factores implícitos en las ventas?

–¿Qué políticas empresariales permiten identificar los riesgos en las ventas?

–¿Cómo se pueden visualizar las incidencias de los riesgos de mercado en las ventas?

1.2 Objetivos de la Investigación.

1.2.1 Objetivo General:

Analizar los riesgos económicos y sus incidencias en las ventas de inversiones el salmón C.A (ISALCA); durante el periodo 2016.

1.2.2 Objetivos Específicos:

- Describir los posibles riesgos que generan las ventas de los productos terminados de inversiones el salmón C.A (ISALCA).
- Identificar los factores implícitos asociados a las ventas de los productos terminados de inversiones el salmón C.A (ISALCA).
- Determinar las políticas existentes dentro de la organización para analizar los riesgos en las ventas de los productos terminados de inversiones el salmón C.A (ISALCA).
- Diagnosticar las consecuencias originadas de los riesgos económicos en las ventas de los productos terminados de Inversiones "El salmón, C.A" (ISALCA).

1.3 Justificación:

¨Rojas Soriano (2006) citado por Tomás Fontaines (2012) sostiene que ‟ justificar es sustentar mediante argumentos convincentes tomados de fuentes empíricas, teóricas, históricas, así como las necesidades institucionales y sociales" (p.99). Por lo antes expuesto se sustenta la realización de esta investigación, por cuanto existe información clara y detallada como la expuesta en el concepto citado, que guarda relacionad con la necesidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en nuestra máxima casa de estudio durante la preparación académica, para llevar a cabo la realización del examen de los riesgos económicos y

su incidencia en las ventas de “Inversiones El Salmon, C.A” (ISALCA), que en su carácter industrial ofrece las condiciones idóneas para realizar el análisis respectivo que nos permitirá cumplir con el requisito primordial para optar al título de licenciado en contaduría pública.

Este análisis de riesgos económicos realizados a la organización, son necesarios tomarlos en consideración debido a la incidencia implícita de estos en el proceso de la comercialización, así como también en el crecimiento y desarrollo económico de la empresa como tal. Dicho análisis a los riesgos, proporcionara a la gerencia pautas o bien basamentos sólidos a la hora de tomar decisiones relacionadas con el empleo de uno u otro canal de mercadeo.

Ahora bien, para el análisis de los riesgos, es preciso considerar los factores implícitos asociados con las ventas; así como también las políticas existentes para evaluar dichos riesgos, con lo obtención de estos antecedentes, permitirá al investigado identificar los canales de mercadeo utilizados por la empresa, así como otros elementos relacionados con los canales de comercialización y que puedan suministrar datos para la conformación de las bases necesarias para una optima toma de decisiones.

1.4 Delimitación:

Delimitar es ubicación en tiempo y espacio la investigación a desarrollar, (Fidias Arias 2006). Afirma que ‟ La delimitación del problema significa indicar con precisión en la interrogante formulada; el espacio, el tiempo o periodo que será considerado en la investigación”, (p.42). En tal sentido la presente investigación se desarrollara en la empresa Inversiones el Salmon, C.A (ISALCA); ubicada en la zona industrial, carretera nacional hacia Cumana, a unos 15 minutos de Carùpano estado Sucre.

CAPÍTULO II
MARCO TEORÍCO

En este segmento nos encontraremos con todo el referencial teórico el cual tiene como propósito de dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permitan abordar el problema del trabajo, así como mostrar en forma breve y objetiva todos los aspectos conceptuales necesarios, en este sentido, Arias F (2014) lo define como: "Como el comprendió de una serie de elementos conceptuales que sirven de base para la indagación por realizar" (p13).

De esta manera, Consiste en la recopilación de ideas, posturas de autores, conceptos y definiciones que sirven de base para el mejor manejo y conocimiento del tema de la investigación por realizar.

La perspectiva teórica que sustenta ésta investigación enmarca un problema determinado al cual debe establecerse ciertos parámetros teóricos desde diferentes variables o puntos de vistas, los aspectos que conforman dicha investigación son los siguientes: antecedentes de investigación, bases teóricas, bases legales y glosario de términos.

2.1 Antecedentes de la investigación:

Esta sección se refiere a los trabajos de investigación anteriores, es decir a tesis y trabajos de grado, trabajos de ascensos, entre otros, en los que se haya manifestado estas temáticas, los cuales sirvieron de apoyo para el buen desenvolvimiento de la investigación, tomando como referencia aspectos como los riesgos económicos y su incidencias en las ventas en el mundo empresarial venezolano.

Por otra parte, es importante destacar que cada una de las investigaciones realizadas en materia de riesgos forma parte del marco de referencia y contribuyeron

a identificar el tema de investigación con el área de estudio. Según la (Universidad Pedagógica Experimental Libertador, UPEL 2011) “las referencias a este tipo de fuentes se refiere a tres clases de documentos impresos: textos completos no publicados, resúmenes publicados y resúmenes no publicados” (p.91).

Así mismo los antecedentes se presentaran de forma descendente, además, van a ser mostrados de la siguiente manera: en primer lugar, se hará mención a aquellos trabajos de índole general, posteriormente se harán notar las investigaciones fundamentales y pertinentes que se asocien con el proyecto.

2.1.1 En el ámbito Internacional:

En el ámbito internacional se encuentran publicaciones que contiene aspecto relevante sobre el tema de riesgo logrando dar una especial atención al país donde han sido desarrollada tales investigaciones entre ellas tenemos:

2.1.1.1 Mireya Lizette Tipantuña Narváez. Evaluación y prevención de riesgos financieros en la fundación de ayuda micro empresarial FUNDAMIC, Ecuador 2013.

En la actualidad las instituciones se enfrentan a un sin números de eventos que pueden afectar en la consecución optima de los objetivos planteados inicialmente dentro de la entidad, por lo cual una adecuada gestión de riesgo es de vital importancia para el desarrollo de actividades que implican un alto nivel de incertidumbre. La gestión de riesgo constituye una herramienta que no solo permite evitar riesgos sino que también permite visualizar potenciales y oportunidades que pueden ser aprovechadas por las diferentes instituciones.

En conclusión lo planteado por este trabajo viene a permitir la metodología para identificar los posibles riesgos y oportunidades de manera clara y precisa para

que una empresa obtenga beneficios en un ambiente controlado, es decir, tener mayor control de la fortaleza y debilidades.

2.1.1.2 Manuel Rodríguez López, Carlos Piñeiro Sánchez, Pablo de Llano Monelos 2.013. En su trabajo titulado: Mapas de Riesgos: Identificación y Gestión de Riesgos, Universidad La Coruña, España.

Basada en los distintos sistemas de información, que pretende identificar las actividades o procesos sujetos a riesgo, cuantificar la probabilidad de estos eventos y medir el daño potencial asociado a su ocurrencia. Un mapa de esta naturaleza proporciona tres valiosas contribuciones a un gestor: proporciona información integrada sobre la exposición global de la empresa, sintetiza el valor económico total de los riesgos asumidos en cada momento, y facilita la exploración de esas fuentes de riesgo. El mapa se instrumenta en un panel gráfico interactivo, a modo de cuadro de mando, que enfatiza las anomalías o desviaciones y permite que el usuario navegue a lo largo de los indicadores en diferentes niveles de desagregación.

En lo que respecta a la problemática financiera de una empresa, el mapa ayuda a realizar un seguimiento de las vulnerabilidades clave tales como aumentos en los niveles de morosidad o en la exposición a una categoría concreta de clientes y, en este sentido, puede facilitar el desarrollo de estrategias concretas para prevenir el fracaso financiero.

En conclusión este trabajo propone un meta modelo de las fuentes del riesgo en empresas no financieras, y un mapa diseñado específicamente para supervisar los procesos clave que conducen a los eventos de insolvencia y fracaso financiero, así como la identificación de los posibles riesgo ocasionados por el mal financiamiento de algunas empresas.

2.1.2 En el ámbito nacional:

2.1.2.1 García Suarez Arlenis. En su artículo titulado: Un estudio teórico sobre la gestión de riesgo financiero en las empresas.

La actividad de toda empresa, sea financiera o no, está enmarcada en un entorno donde coexisten factores de toda índole: económicos, político, ecológicos, jurídicos, sociológicos, entre otros. De la capacidad de adaptación de la empresa a los cambios dependerán no solo los beneficios si no también su existencia como empresa.

Estas organizaciones empresariales basan su actividad; en la obtención de ganancias, el crecimiento de mercado, el desarrollo exitoso de negociaciones, la negociación, la ejecución de inversiones, la prestación de servicios público y el desempeño de una función gubernamental. Pero para lograr estos objetivos hay un mundo excesivamente competitivo, existen aspecto fundamentales que hay que controlar, por ejemplo, satisfacer la necesidades de los cliente, anticipar y actuar entre los movimiento de la competencia, investigar y desarrollar opciones más eficiente, brindar productos y servicios de la mayor calidad posible, entre otros.

Pero un punto fundamental que debe tener en cuenta las organizaciones, es la supervivencia en caso de pérdida catastrófica provocada por accidentes, negligencias, falta de profesionalismos o cualquier otro causal de pérdida o efecto dañoso que amanecen con interrumpir las operaciones de la organización, para su crecimiento o reducir sus utilidades. Todo lo anterior se resume en la gestión del riesgo en las empresas, en la cual se enmarcara el desarrollo de la presente investigación la cual tiene como objetivos: presentar los fundamentos teóricos y conceptuales de la gestión del riesgo basados en experiencias nacionales e internacionales así como analizar la necesidad de realizar la gestión de riesgo en la entidades empresariales.

2.1.3 En el ámbito regional:

2.1.3.1 Glenda Magaly García Hernández, Freddy Ernesto Montoya Zepeda, Delmys Rafaela Ramírez. En su trabajo titulado: ¨Planeación De Auditoría De Estados Financieros Basado En Riesgos, Como Herramienta Al Auditor Externo Para Una Adecuada Ejecución Y Obtención De Evidencia Suficiente En Las Empresas Dedicadas A La Importación De Cereales Ubicadas En Los Departamentos De San Salvador, La Libertad Y Santa Ana¨ Julio 2.015 .

El propósito de una auditoría basada en riesgos consiste: en que el auditor conozca, entienda el negocio y el entorno de la entidad, para que luego identifique y evalué los riesgos a los cuales se encuentra expuesta la empresa, mismos que pueden generar conflictos para el logro de los objetivos y metas establecidos por la administración.

La gestión del riesgo se puede definir como: el proceso de toma de decisiones en un ambiente de incertidumbre sobre una acción que va a suceder y sobre las consecuencias que existirán si esta acción ocurre. Los procesos aduaneros son operados desde tres ámbitos de acción: el servicio aduanero público, las empresas o individuos que son dueños de las mercancías que ingresan al país, y las empresas o profesionales que brindan procesos logísticos, como consecuencia de la operación del servicio aduanero, se producen al menos cuatro tipos de resultados o productos: la recaudación de impuestos por cada mercancía que ingresa, la autorización o prohibición del ingresos de las mismas al país, según se trate de mercancías de libre ingreso o de importación prohibida, la generación de información útil sobre el flujo comercial, el inicio de acciones que puedan conducir a la acción de imposición de sanciones legales.

La investigación está enfocada en una planificación de auditoría financiera basada en riesgos para las entidades que se dedican a la importación de cereales en el país, incluye un caso práctico donde se propone un memorándum de planificación que permita al auditor realizar su examen al sector antes mencionado. Surge con el propósito de ser utilizado para asegurar el buen funcionamiento y cumplimento por parte de la entidad de los controles, procedimientos y actividades relacionadas con el proceso aduanero, a través de cual se pretende que, permita identificar al auditor los principales riesgos, amenazas y vulnerabilidades que puedan afectar el logro de los objetivos del sector importador de cereales.

Por este motivo, el presente documento surge de la necesidad de material bibliográfico que oriente sobre la planificación del trabajo, la ejecución, seguimiento e implementación de la auditoría basada en riesgos, como pauta de control, en este sector específico; para la obtención razonable de la información y para el desarrollo de las actividades de manera más eficaz y eficiente del equipo responsable, siendo éste el principal beneficiario con este documento.

El trabajo de campo fue desarrollado con el apoyo de empresas del sector importador de cereales de los departamentos de La Libertad, Santa Ana y San Salvador y los contadores públicos autorizados. La investigación fue hipotética deductiva, utilizando para la misma v instrumentos y técnicas para la recolección de datos, de los cuales se realizó un análisis de resultados lo cual finalizo en un diagnóstico general. En el instrumento de evaluación se analizó cada pregunta y sus respectivas respuestas para conocer la importancia de presentar un modelo que sirva al auditor externo; y así dicha información sirviera de base para plasmar el caso práctico, que es la propuesta desarrollada. Esta encuesta sirvió como guía para dar respuesta a la hipótesis planteada.

De acuerdo a los resultados, se concluye que los auditores no poseen un modelo de desarrollo de una auditoría externa basada en riesgos para las empresas importadoras de cereales, una de las recomendaciones más significativas es que la presentación del caso práctico contribuirá para el desarrollo del trabajo profesional de los auditores.

2.2 Bases Teóricas

En este segmento se basa en un sistema teórico-conceptual que permite abordar el problema asumiendo teorías y puntos de vista que enriquecen la idea del investigador para dar una mejor percepción de los contenidos abordados en el desarrollo del estudio. Según (Fidias Arias 2006) Las bases teóricas "implican un desarrollo amplio de conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado para sustentar o explicar el problema planteado" (p.107), tal como se intenta lograr en el presente estudio.

En la actualidad muchos de los negocios son dirigidos por personas que se han basado en la intuición y los resultados no son meramente favorable, situación por la cual muchos de ellos no le han dado la debida importancia del riesgo, siendo éste un tema central dentro de una organización.

Todo actividad humana conlleva a un riesgo, según (la real academia española), este se define como "Una contingencia o proximidad de un daño, estar expuesto a perderse o no verificarse" (www.del.rae.es/?id=Wt8Tami). Es decir el riesgo se puede definir como la probabilidad de que ocurra un evento incierto que puede definir como la probabilidad de que ocurra un evento incierto que puede perjudicarnos.

En tal sentido existen distintas herramientas que miden el riesgo entre las cuales podemos encontrar la teoría de riesgo, la cual es una rama de la teoría de probabilidad, siendo su objetivo principal evaluar el mismo con fin de minimizarlo.

El riesgo como ya hemos mencionado supone un hecho externo al sujeto económico, que puede acontecer o no en algún momento determinado. Por lo que el riesgo puede ser contemplado como elemento de incertidumbre que puede afectar a la actividad empresarial, pudiendo ser motivado por causas externas o internas a la empresa.

Dentro de la causa externa referentes a nuestro tema de investigación, encontramos el riesgo de mercado, cambiario, fiscal y el riesgo jurídico los cuales son difícilmente de controlar. Mientras que las causas internas que son consecuencia de la propia actividad desarrollada por la empresa, se encuentra el riesgo de liquidez, solvencia o de cobro y financiero

En tal sentido presentamos a continuación un desglose resumido de las teorías que sustentan lo planteado en el primer capítulo respecto al problema en investigación.

2.2.1 Teoría del Riesgo:

El riesgo es una consecuencia de la incertidumbre, producto de la inseguridad ante el futuro. La vida sería tediosa y monótona si la humanidad supiera lo que va a ocurrir el día de mañana. En ese sentido, el concepto de riesgo ha ido tomando relevancia gradualmente conforme el hombre ha ido considerando más factores en la toma de sus decisiones.

En tal sentido el concepto de riesgo se empieza a propagar después de la Edad Media (siglo XIII) dado que, en años anteriores, la incertidumbre era un vacío llenado por Dios, donde la fatalidad o la muerte dependían para la gente de un tiempo circular, el cual estaba directamente conectado a la naturaleza. Una vez cuando aparecen los intercambios comerciales se origina la necesidad de medir el tiempo, la

distancia y el valor del dinero en el tiempo (tasas de interés).y se crea una visión del tiempo según el mercado.

Pero no es sino en el siglo XVII gracias al aporte de muchos filósofos – matemáticos europeos. Conforme la física, matemática y filosofía iban desarrollándose, que permiten cambiar la perspectiva de este pasando a ser un concepto subjetivo y abstracto, a ser objetivo y medible, por los métodos de cálculo que han ido surgiendo, tales como la, teoría de la probabilidad, teoría de Markowitz, Scholes, geometría fractal, entre otras, reconociendo a la teoría del riesgo como rama de la teoría de la probabilidad.

Por lo cual podemos mencionar dentro de los precursores de la teoría de la probabilidad a Girolamo Cadano (1501–1576), aficionado a los juegos de azar quien en 1565, escribió el Libro de los Juegos de Azar, en el cual se introdujo la idea de asignar p=1 ó p=0 a un determinado evento desconocido. Asimismo, desarrolló algunos cálculos de probabilidades simples. Galileo Galilei (1564- 1642) también se dedicó a resolver problemas sobre dados, en su obra Sobre Puntuación en Tiradas de Dados. Su principal aporte fue la creación de la teoría de la medida de errores. Sin embargo, el gran paso hacia la teoría de la probabilidad lo dieron Blaise Pascal (1623-1662) y Pierre Fermat (1601-1665).

De estas teorías surge el análisis y evaluación de riesgo tomando relevancia gracias a los trabajos de Harry M. Markowitz, economista estadounidense, cuyo principal aporte fue la conocida Teoría de Markowitz, de la cual se deriva la frontera eficiente de un conjunto de carteras que obtienen el retorno más alto respecto a un determinado nivel de riesgo. Además, planteó la Teoría de Equilibrio de Mercado de Capitales que sostiene que se podría reducir el riesgo de una cartera al diversificar el rango de activos. De igual forma más adelante, Myron S. Scholes, economista canadiense, elaboraría un método para la valorización de opciones financieras conocido como la ecuación de Black Scholes.

Partiendo de las bases evolutivas del riesgo, hasta la actualidad una vez consultadas distintas bibliografías se puede sostener que el riesgo mantiene sus orígenes basados en la incertidumbre futura de ocurrencia a un hecho desconocido aplicado a los riesgos económicos

2.2.2 Teoría del mercado

El mercado es el producto de la necesidad del hombre primitivo de intercambiar algunas mercancías y productos que no le eran imprescindibles, por otros que le eran necesarios y que estaban en posesión de otros grupos humanos. Esto como alternativa a la guerra y el robo que se cree existió entre las primeras poblaciones humanas, (principalmente nómadas en detrimento de las poblaciones sedentarias y agrícolas). Se ejerció primeramente mediante el trueque (intercambio directo de un producto por otro), y posteriormente introduciendo el uso de valores monetarios, (piedras de colores, conchas, piedras preciosas, trozos de metal, semillas como el cacao, etc.), hasta el surgimiento propiamente de la moneda, lo que facilitó las transacciones.

Desde las primeras civilizaciones se crearon centros específicos para desempeñar el comercio, para la realización de las transacciones y los intercambios comerciales, siendo estos establecimientos, plazas o edificaciones que se establecieron ya bajo la supervisión de las autoridades estatales y en algunos casos de autoridades religiosas.

Fueron evolucionando a través de los siglos instituyéndose leyes y reglas para quien ejercía el comercio, así como la creación e institución de unidades de medida para tal fin, creándose así varios tipos de medidas, de las cuales algunas aún se utilizan.

En la actualidad algunos mercados (edificios o plazas), se especializan en algunos tipos de productos, como es el caso de los mercados especializados en frutas

y verduras, carnes, pescados, antigüedades, electrodomésticos, computadoras, mascotas, herramientas, así como el llamado mercado de valores o bolsa de valores, en donde se comercializan diversas acciones de productos y empresas, y el mercado monetario el cual se ejerce tanto encasas de cambio, bancos y en algunos otros lugares.

Además de esto en la actualidad al consumidor se le puede denominar como Mercado; este "mercado" consta de todos aquellos que tienen una necesidad específica, y que teniendo la disponibilidad necesaria para adquirir un determinado producto o servicio, así como poder adquisitivo suficiente para adquirir el bien o el producto deseado.

El mercado tiene un comportamiento complejo que se rige por la oferta y la demanda, así como por otros factores que pueden inferir en el alza o caída de los precios de los diversos productos.

2.2.3 Teoría del marketing.

La teoría del marketing la cual sostiene de asuntos relativos a la producción, la fabricación, y la eficacia. Así enfocada para sus inicios la década de 1950, emergiendo posteriormente una segunda etapa, la etapa de la orientación a las ventas. Convirtiéndose estas una preocupación para las empresa en vender lo que producían. A principios de la década de 1970, emergió una tercera etapa, la de *orientación al marketing* cuando las empresas se dieron cuenta de que los deseos y necesidades del consumidor conducían todo el proceso. Todo este proceso unido en una disciplina ha generado múltiples teorías de las cuales nos sostendremos en nuestra investigación en la planteada por Philip Kotler a partir de los años 70, siendo miembro insigne de la American Marketing Asociation.

En este sentido establece que el fin último del marketing es entender cómo las empresas y los consumidores se comunican entre ellos e intentan resolver sus necesidades en el mercado producto de la realización de actividades empresariales que dirigen el flujo de bienes y servicios desde el productor al consumidor o usuario.

2.3 Bases Conceptuales

2.3.1 Riesgo:

Según Álvaro Soldano expresa: Es el producto de la probabilidad de la ocurrencia de un evento considerando (potencial de la amenaza referido a una región y periodo determinados de tiempo). Por las consecuencias esperadas por la vulnerabilidad o las amenazas por separados, no representan factores de riesgos pero si se juntan, se convierten en un riesgo, óseas, en la probabilidad de que ocurra un desastre**.**

2.3.1.1 Característica del Riesgo:

La existencia de un objeto expuesto a sufrir un daño o pérdida, determinado por: la propiedad y su uso, la salud o la capacidad de generar ingresos de una persona, y la responsabilidad ante terceros.

La presencia de la causa o causas posibles que ocasionan el daño o la perdida al objeto, que pueden ser de origen natural, como los terremotos; de origen humano, como los robos; y de origen económico, los cambios sociales.

El perjuicio o pérdida resultante que sufre el objeto que ocurre la causa, el cual generalmente se mide en términos económicos, como ser el costo de la pérdida de un Inmueble debido a un incendio, o el generado por una hospitalización.

En conclusión existen hechos que no constituyen riesgos y por lo tanto son inasegurables estos son los hechos ciertos, salvo la muerte, y los físicamente imposibles.

2.3.1.2 Tipos de Riesgo:

- **Riesgo financiero:** se refiere a la probabilidad de ocurrencia de un evento que tenga consecuencias financieras negativas para una organización. El concepto debe entenderse en sentido amplio, incluyendo la posibilidad de que los resultados financieros sean mayores o menores de los esperados.

Según Julián Pérez Porto y María Merino:

‟ Refiere a las chances de que el resultado de una operación vinculada a las finanzas no sea el previsto. A mayor riesgo financiero, mayores posibilidades de que el resultado sea diferente al esperado”.

- **Riesgo cambiario:** es el fenómeno que implica el que un agente económico coloque parte de sus activos en una moneda, o instrumento financiero denominado en moneda diferente de la cual utiliza este agente como base para sus operaciones cotidianas. Según (Rodríguez, 2012). ‘‘Las variaciones en los tipos de cambio de la moneda local frente al dólar o al euro pueden ser causa de pérdidas, o de ganancias, considerables para el inversor extranjero. El riesgo de cambio a corto plazo puede ser fácilmente cubierto con los mecanismos disponibles en el sistema financiero pero a largo plazo, que es el horizonte en el que opera la inversión directa, los seguros de cambio no son eficientes"(p. 118)

- **Riesgo de insolvencia o de cobro:** es la posibilidad de que la entidad emisora del instrumento de deuda no pueda hacer frente a los pagos de la misma (obligación o préstamo) llegando a una situación de quiebra. Según (la Economiapedia Financiera expresa)”Es como se conoce a la probabilidad y capacidad de que unos acreedores

puedan afrontar sus créditos en un tiempo determinado a su vencimiento" (emicopedia.com). El riesgo de insolvencia tiene en cuenta la situación económico-financiera y circunstancias de un acreedor en un momento determinado, ya sea por la situación de su tesorería, capacidad de obtención de recursos, beneficios obtenidos o volumen de deuda, sin embargo, el riesgo de insolvencia puede variar en el tiempo de acuerdo a su circunstancia.

- **Riesgo inflacionario:** Hace referencia a la incertidumbre que la existencia de la inflación provoca sobre esta tasa de rendimiento real de una inversión. El riesgo para el inversor viene dado por la variación del poder adquisitivo de los flujos de cajas generados por el proyecto, que surge a diferir la tasa de inflación esperada de la realmente producida. Según (Catacora (2000) " Es el incremento porcentual de los precios de una cesta de bienes y servicios representativa de una economía, entre dos periodo determinado" (www.scielo.org.ve). Es un fenómeno económico que genera diversas consecuencias, como la pérdida del poder adquisitivo de la moneda o del signo monetario representativo de una economía.

Según (Fernández 2002) citado por (Norelis Colmenares 2013) expresa que "La inflación como un fenómeno de alza pronunciada, continua, generalizada y desordenada de los precios de bienes y servicios que trae como consecuencia una perdida sensible del poder adquisitivo de la unidad monetaria del país"(200.35.84.131/portal/bases/Marc/texto/3401-13-07387.pdf) indica además que solamente el cambio en los niveles generales de precio deben ser tomados como inflación, y no el cambio producido a nivel especifico de un bien o servicio. Según el autor la inflación puede ser considerada como una enfermedad de la economía cuya causa principal es la existencia de muchos circulantes en poder del público y poca producción de bienes y servicios.

- **Riesgo de liquidez:** Hace referencia a la incertidumbre asociada al rendimiento de la inversión debida a la dificultad potencial en hacer líquido el activo

poseído. Cuanto mayor dificultad se encuentre en vender activos, sin tener que ofrecer una rebaja sustancial en su precio, mayor será el grado de riesgo de liquidez que conlleve.

Según la (Universidad Inter Americana para el desarrollo) "este refiere a la incapacidad de conseguir obligaciones de flujos de efectivo necesarios, lo cual puede forzar a una liquidación anticipada, transformando en consecuencia las pérdidas en "papel" en pérdidas realizadas" (moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/).

- **Riesgo legal:** Proviene de la legislación que afecta a los contratos mercantiles o financieros realizados. Es decir, que el ordenamiento jurídico nacional e internacional, en su caso, ofrezca la seguridad necesaria de que los contratos se ajustan a derechos, son validos y que se pueden hacer cumplir. Evidentemente, las pérdidas al incumplimiento de la legislación también se contemplan dentro de la definición de dicho riesgo.

Según: Se presenta cuando una contraparte no tiene la autoridad legal o regulatoria para realizar una transacción.

2.3.2 Mercado:

Es un proceso social y administrativo que promueve el intercambio de los productos de valor con sus semejanzas en función con las empresas que están orientadas a la identificación y satisfacción de las necesidades y los deseos del ser humano.

También podemos decir que el mercado es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos para alcanzar los objetivos dentro de una organización, mediante los cuales se identifica existentes en el mercado para satisfacer de la mejor manera posible el intercambio de bienes y servicios de valor para los clientes a cambio de una utilidad o beneficio.

Según:(Patricio Bonta y Mario Farber), en su libro sobre Marketing y Publicidad lo definen como: “El mercado es donde confluye la oferta y la demanda. En este sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto”. (www.promonegocios.net)

2.3.2.1 Tipos de mercados

- **Competencia perfecta:**

Es una representación idealizada de los mercados de bienes y servicios en la que la interacción reciproca de la oferta y la demanda determina el precio. Aquí existen muchos compradores y vendedores, de forma que ninguna parte ejerce influencia decisiva sobre el precio.

- **Monopolio:**

Es aquel mercado en el que existe un solo oferente que tiene plena capacidad para determinar el precio. El empresario competitivo toma el precio como un dato y adapta su comportamiento a las condiciones del mercado. El empresario monopolista desempeña un papel determinante en la fijación del precio. El Estado limita el poder de mercado monopolista mediante la legislación antimonopolio; elaborando leyes y reglamentaciones destinadas a fomentar la competencia en la economía prohibiendo todo lo que puede acarrear algún tipo de ineficiencia en el mercado, limitando las estructuras de mercado permitidas. En estos casos despliega todos sus efectos antes de que se produzca finalmente el monopolio, puesto que se trata de evitar que finalmente se desarrolle una estructura ineficiente.

- **Oligopolio:**

Es una forma de mercado en la cual éste es dominado por un pequeño número de vendedores. Debido a que hay pocos participantes en este tipo de mercado, cada

oligopolio está al tanto de las acciones de los otros. Las decisiones de una empresa, afecta o influencia las decisiones de las otras. Por medio de su posición ejercen un poder de mercado provocando que los precios sean más altos y la producción sea inferior.

- **Mercado mayorista:**

Son en los que se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes, a precios mayores y caprichosamente elevados.

- **Mercado Minorista:**

Llamados también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores.

- **Mercados de Productos de consumo.**

El mercado de consumo es aquel que se conforma por la oferta y la demanda de productos y servicios que son adquiridos por las personas.

- **Mercados empresariales:**

El mercado empresarial está conformado por organizaciones jurídicas, es decir, entidades gubernamentales, compañías comerciales, industrias y diversas empresas, así como algunas sociedades o instituciones.

2.3.2.2 Características del mercado.

- **Ley de oferta y demanda**:

Es la razón por la cual se relacionan la oferta y la demanda provocando los cambios de precios en los productos, ya que si hay una demanda de un determinado

producto superior a la oferta del mismo, el producto en cuestión tiende a elevar su precio, pero también se da el caso inverso, cuando un producto es muy ofertado ya sea por sobreproducción interna o por la introducción de productos externos o un producto mejor, el precio del producto tiende a bajar.

- **Comportamiento de mercado:**

Como las actividades del individuo orientadas a la adquisición y uso de bienes y/o servicios, incluyendo los procesos de decisión que preceden y determinan esas actividades. Acciones que el consumidor lleva a cabo en la búsqueda, compra, uso y evaluación de productos que espera servirán para satisfacer sus necesidades.

2.4 Marketing:

Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

Según la (American Marketing Asociation AMA), la mercadotecnia: ‟ Es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general” (https://www.promonegocios.net).

Según (El Dr. Philip Kotler) define la mercadotecnia: “Como la ciencia y el arte de explorar, crear y entregar valor para satisfacer las necesidades de un mercado objetivo por un beneficio”.(https://www.promonegocios.net) La mercadotecnia identifica las necesidades insatisfechas y deseos. Se define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el potencial de ganancias. Señala qué segmentos la compañía es capaz de servir mejor y diseña y promueve los productos y servicios adecuados.

2.4.1 Políticas de Marketing:

Son las herramientas que utiliza la empresa para implantar las estrategias de marketing y alcanzar los objetivos establecidos.

Pueden ser de 4 tipos:

2.4.1.1 Política de producto:

Cualquier bien, servicio, persona, idea, lugar o institución que se ofrece al mercado para sí adquisición siempre que satisfaga necesidades.

2.4.1.2 Política de precio:

Valor de intercambio del producto, determinado por la satisfacción derivada de la compra y el uso o consumo que se haga del mismo.

2.4.1.3 Política de distribución:

Elemento de marketing que trabaja para asegurar que el producto llegue al cliente en condiciones satisfactorias.

2.4.1.4 Política de comunicación:

Difundir un mensaje para que cale en el público objetivo.

2.4.2 Estructura del plan de marketing:

- **Resumen Ejecutivo:**

Este resumen ejecutivo se realiza al finalizar la totalidad del plan, se sitúa al principio del informe para facilitar a los destinatarios, comité dirección, inversores,

propiedad de la empresa… una lectura diagonal del mismo y una visión global resumida de su contenido.

- **Análisis interno** de los procesos comerciales y del producto/servicio
- **Análisis externo**: Mercado, cliente, competencia y coyuntura
- **Determinación de la oportunidad de mercado**
- **Decisiones estratégicas comerciales y de marketing**
- **Tácticas del "Marketing Mix"**

2.4.3 Marketing Publicitario:

Consiste en la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, comprado en cualquiera de los medios de comunicación por empresas lucrativas, organizaciones no lucrativas, agencias del estado y los individuos que intentan informar y/o persuadir a los miembros de un mercado meta en particular o a audiencias acerca de sus productos, servicios, organizaciones o ideas.

Según (Philip Kotler**)** define publicidad: "como una comunicación no personal y onerosa de promoción de ideas, bienes o servicios, que lleva a cabo un patrocinador identificado". (https://www.promonegocios.net).

Una definición amplia de marketing publicitario se puede plantear como:

> "La publicidad: una comunicación no personal, pagada por un patrocinador claramente identificado, que promueve ideas, organizaciones o productos. Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas)." Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, (Stanton, Walker y Etzel www.promonegocios.net/)

2.5 Bases legales

2.5.1 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela es de donde se derivan todas las otras leyes y códigos. Tomando en cuenta que en el capítulo VII nos habla de todos de los Derechos Económicos nos dice:

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.

Las personas pueden dedicarse a cualquier actividad económica de su preferencia, siempre y cuando sea de lícito comercio. Y para ello el Estado promoverá su participación, organizando la distribución de las riquezas y la libertad de acción a nivel nacional.

2.5.2 Código de Comercio:

Artículo 18: El registro se hará en un libro de papel de hilo, empastado y foliado, que no podrá ponerse en uso sin una nota fechada y firmada en el primer folio, suscrita por el juez y su Secretario o por el Registrador Mercantil, en los lugares donde los haya, en la que conste el número de folios que tiene el libro. Los asientos se harán numerados, según la fecha en que ocurran y serán suscritos por el Secretario del Tribunal o jefe de la Oficina y por el interesado a cuya solicitud se haga el registro.

Se llevará en otro libro empastado un índice alfabético de los documentos contenidos en el registro, a medida que se fueren registrando, con anotación del número que les corresponda y del folio en que se hallan. Todos los nombres de los interesados que se expresen en el documento que se registre, se anotarán en el índice en la letra correspondiente al apellido.

En este artículo se refleja el carácter obligatorio que tiene el comerciante de llevar un control en los libros contables preestablecidos y las normativas legales que deben tener estos libros para que el registro contable sea llevado de acuerdo a las leyes vigentes.

2.5.3 Ley de Impuesto al Valor Agregado:

Artículo 1°.- Están obligadas al pago del impuesto al valor agregado establecido en esta Ley, las personas físicas y las morales que, en territorio nacional, realicen los actos o actividades siguientes:

I.- Enajenen bienes.
II.- Presten servicios independientes.
III.- Otorguen el uso o goce temporal de bienes.
IV.- Importen bienes o servicios.

En este sentido, toda persona jurídica que realicen ventas, presten servicios independientes, gocen de los bienes o servicios está obligada al pago del Impuesto al Valor Agregado.

2.5.4 Ley de Impuesto Sobre La Renta:

Artículo 6. Un enriquecimiento proviene de actividades económicas realizadas en la República Bolivariana de Venezuela, cuando alguna de las causas que lo origina

ocurra dentro del territorio nacional, ya se refieran esas causas a la explotación del suelo o del subsuelo, a la formación, traslado, cambio o cesión del uso o goce de bienes muebles o inmuebles corporales o incorporales o a los servicios prestados por personas domiciliadas, residentes o transeúntes en la República Bolivariana de Venezuela y los que se obtengan por asistencia técnica o servicios tecnológicos utilizados en el país.

Son rentas causadas en la República Bolivariana de Venezuela, entre otras, las siguientes:

a. Las regalías, los derechos por el uso de marcas y otras prestaciones análogas derivadas de la explotación en la República Bolivariana de Venezuela de la propiedad industrial o intelectual.

b. Los enriquecimientos obtenidos por medio de establecimiento permanente o base fija situados en territorio venezolano.

c. Las contraprestaciones por toda clase de servicios, créditos o cualquiera otra prestación de trabajo o capital realizada, aprovechada o utilizada en la República Bolivariana de Venezuela.

d. Los enriquecimientos derivados de la producción y distribución de películas y similares para el cine y la televisión.

e. Los enriquecimientos provenientes del envío de mercancías en consignación desde el exterior.

f. Los enriquecimientos de las empresas de seguros y reaseguros no domiciliadas y sin establecimiento permanente en el país.

g. Los enriquecimientos derivados de bienes inmuebles situados en la República Bolivariana de Venezuela, o de los derechos y gravámenes establecidos sobre los mismos.

h. Los rendimientos de valores mobiliarios, emitidos por sociedades constituidas o domiciliadas en la República Bolivariana de Venezuela, o por sociedades extranjeras con establecimiento permanente en la República Bolivariana de Venezuela, dinero, bienes, derechos u otros activos mobiliarios invertidos o situados en la República Bolivariana de Venezuela. Igualmente se consideran de fuente territorial los rendimientos de los derivados de dichos valores mobiliarios, con excepción de los ADR, GDR, ADS y GDS.

i. Los rendimientos de toda clase de elementos patrimoniales ubicados en la República Bolivariana de Venezuela.

Los enriquecimientos son el producto de diversas actividades que se generan de las actividades económicas de nuestra nación. Sin embargo, independientemente de la causa que los provea tienen sus controles e impuestos en materia legal y tributaria.

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, 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 final obtenida de la venta o prestación de algún servicio se determina restando los ingresos brutos obtenidos y los costos de los productos o servicios prestados.

Artículo 47. Los ingresos provenientes de la concesión del uso y la explotación de nombres de fábricas, comercios, servicios, denominaciones comerciales, emblemas, membretes, símbolos, lemas y demás distintivos que se utilicen para identificar productos, servicios o actividades económicas o destinados a destacar propiedades o características de los mismos, son susceptibles de admitir los costos y las deducciones permitidos por la ley, salvo que se paguen en forma de regalía a beneficiarios no domiciliados en el país.

Toda persona jurídica que maneje ingresos provenientes de la concesión de nombres, emblemas, símbolos, comercios, servicios, para identificar su establecimiento, es aptos para cumplir con los costos y deducciones que la ley tiene previstos para esto.

2.5.5 Ordenanzas De Impuestos Sobre Actividad Económica De Industria, Comercio o De Índole Similar.

Artículo 1. La presente Ordenanza establece los requisitos y procedimientos que deben cumplir las personas naturales y jurídicas que ejerzan actividades económicas de industria, comercio, financieras, de prestación de servicios o de índole similar, de manera eventual o ambulante con fines de lucro, residentes o no en el Municipio Bermúdez del Estado Sucre, sujetas al pago del impuesto sobre la actividad económica.

Artículo 3. A los efectos de esta Ordenanza se consideran sujetos pasivos los obligados al pago del impuesto sobre Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios o de Índole Similar, establecidas en esta Ordenanza, al cumplimiento de sus disposiciones, sea en calidad de Contribuyentes o responsables.

Artículo 4. A los fines de esta Ordenanza se considera que las Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios o de Índole Similar, son ejercidas en el

Municipio Bermúdez, cuando una de las operaciones o actos fundamentales que la determine ha ocurrido en o desde su jurisdicción. El hecho imponible del impuesto sobre la actividad económica es el ejercicio de la actividad Industrial, comercial, financiera o de servicio con fines de lucro.

Artículo 5. La base imponible que se tomará para la determinación y liquidación del impuesto sobre Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios o de Índole Similar, serán los ingresos brutos percibidos del Ejercicio Civil anterior representado por cada una de las actividades u operaciones ejercidas en o desde la jurisdicción del Municipio Bermúdez.

Artículo 22. Los contribuyentes sujetos al pago de los impuestos establecidos en esta Ordenanza presentarán a la Administración Tributaria Municipal, entre el 2 de Enero al 15 de Febrero de cada año, la declaración jurada definitiva, por duplicado, del monto de sus ventas o ingresos brutos obtenidos en cada uno de los ramos que explotan, por las actividades realizadas en el período comprendido entre el 1º de Enero y 31 de Diciembre del año anterior a la declaración.

Artículo 23. La Administración Tributaria Municipal, asumirá como Declaración Anticipada el siguiente mecanismo: El monto del impuesto a cancelar en el Primer Trimestre de cada año, será igual al monto del Cuarto Trimestre del año anterior, 44 considerándose el mismo como un anticipo del monto definitivo, el cual deberá ser cancelado dentro del período establecido en el artículo 30, fundamentado en la base de los ingresos brutos percibidos en el año anterior al gravado, que ya han sido debidamente presentados en la Declaración de Ingresos Brutos de cada contribuyente del año inmediato anterior.

Artículo 29. El impuesto a pagar por los contribuyentes de Actividades Económicas, de Industria, Comercio, Servicios o de Índole Similar consiste en una cantidad proporcional a los ingresos brutos obtenidos en cada ejercicio económico

por las personas naturales o jurídicas con ocasión del ejercicio de actividades Comerciales, Industriales, Financieras o de Servicios o de índole similar, realizadas en forma habitual con intención lucrativa, en jurisdicción del Municipio Bermúdez, o en una cantidad fija como mínimo tributable, determinada sobre la base de los ingresos brutos percibidos. Todo conforme a lo especificado en el Clasificador de Actividades Económicas que como Anexo "A" es parte integrante de esta Ordenanza.

Artículo 30. El impuesto se liquidará por anualidades en el primer trimestre de cada año, de la siguiente forma:

Parágrafo Primero: El monto del impuesto a cancelar en el Primer Trimestre de cada año, será igual al monto del Cuarto Trimestre del año anterior, considerándose el mismo como un anticipo del monto definitivo, el cual deberá ser cancelado dentro del período establecido en el artículo 22 referente al plazo dispuesto para la presentación de la Declaración Jurada de Ingresos Brutos y en el supuesto de hecho de solicitar el contribuyente su solvencia en el referido período, debe ser cancelado el primer trimestre de forma inmediata, con la excepción de aquellos contribuyentes que deban cancelar el mínimo tributable de conformidad con lo dispuesto en los artículos 29 y 45 34 de la presente Ordenanza, que se le exigirá la solvencia al 31 de diciembre del año inmediato anterior.

Artículo 39. Los períodos normales de pago de impuestos sobre Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios o de Índole Similar, serán de treinta (30) días continuos contados a partir de la fecha en que comienza cada trimestre, con exención del Primer Trimestre de cada año que deberá ser cancelado dentro del período establecido en el Artículo 22 referente al plazo dispuesto para la presentación de la Declaración Jurada de Ingresos Brutos, se abrirá un segundo período durante el cual los contribuyentes deberán pagar sus obligaciones en la Oficina Receptora de Fondos Municipales, con un recargo del ocho por ciento (8%) sobre el monto adeudado. Artículo 40. En caso de que el contribuyente pague el total de los

impuestos sobre Actividades Económicas liquidados, dentro de los primeros treinta (30) días del segundo Trimestre del Ejercicio Fiscal correspondiente, gozará de una rebaja del diez por ciento (10%) del monto del mismo.

Artículo 52. Serán sancionados los contribuyentes que:

a) Iniciaren o ejercieren actividades generadoras del impuesto, sin haber obtenido Licencia de impuestos sobre Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios o de Índole Similar, con multa cuyo monto oscilará entre un veinte por ciento (20%) a un cincuenta por ciento (50%) del monto del impuesto que le hubiere correspondido cancelar por todo el tiempo que hubiese estado funcionando, en esta situación, en este Municipio. Si transcurrieran sesenta (60) días continuos desde la fecha de la imposición de la sanción a que 46 se refiere este artículo, sin que el contribuyente haya obtenido la Licencia de Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios o de Índole Similar, la Administración Tributaria Municipal ordenará el cierre inmediato del establecimiento comercial hasta que se obtenga la Licencia respectiva.

b) Dejaren de presentar dentro de los plazos previstos, la declaración jurada de ingresos brutos de su establecimiento, negocio o actividad, con multa del quince por ciento (15%) del último impuesto determinado si la presentare dentro del mismo Ejercicio Fiscal, veinte por ciento (20%) el año siguiente y treinta por ciento (30%) después de dos (02) períodos.

c) Dejaren o se negaren a presentar los libros o documentos necesarios para la verificación y/o fiscalización de los ingresos declarados, dentro del plazo establecido en la respectiva acta de requerimiento, con multa representativa del veinte por ciento (20%) de la cantidad que le hubiere correspondido pagar por los impuestos sobre Actividades Económicas Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios o de Índole Similar, en el ejercicio en que se cometió la infracción.

d) Presentaren la declaración con omisiones y/o datos falsos de sus ventas o ingresos brutos, con multa equivalente al veinte por ciento (20%) de la cantidad que le hubiere correspondido pagar por el tributo de Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios o de Índole Similar, en el ejercicio en que se cometió la infracción.

Los agentes de retención o percepción a que se refiere el Artículo 44 de esta Ordenanza, que no retuvieren o percibieren los correspondientes tributos, serán sancionados sin perjuicio de la responsabilidad civil y penal correspondiente, con multa equivalente al cien por ciento (100%) de la cantidad del tributo dejado de retener.

Iniciaren o ejercieren actividades generadoras del impuesto, sin haber obtenido Licencia de impuestos sobre Actividades Económicas de Industria, Comercio, Servicios o de Índole Similar en este Municipio y cuando de conformidad con informe debidamente motivado emanado de la Gerencia de Planeamiento y Desarrollo Urbano no es conforme su uso o zonificación, en este caso la Administración Tributaria Municipal ordenará la clausura definitiva del establecimiento hasta que obtengan su reubicación.

2.5.6 Ordenanza de Impuestos sobre Inmuebles Urbanos

Artículo 1. La presente Ordenanza tiene por objeto establecer el Impuesto sobre Inmuebles Urbanos y regular su aplicación en la jurisdicción del Municipio Bermúdez del Estado Sucre de conformidad con lo previsto en el Ordinal 2º del Artículo 179 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en concordancia con lo dispuesto en la Ley Orgánica del Poder Público Municipal en su Titulo V, Capitulo V, Sección III, Ingresos Tributarios de los Municipios, Subsección Primera: Impuestos sobre Inmuebles Urbanos.

Artículo 3. Serán gravados con este impuesto los Inmuebles Urbanos ubicados en la jurisdicción del Municipio Bermúdez del Estado Sucre, entendiéndose por tal, todos aquellos inmuebles ubicados en áreas acondicionadas para la realización de actividades urbanas o en áreas susceptibles a ser acondicionadas en forma inmediata para la realización de estas actividades.

Artículo 5. El hecho imponible del impuesto a que se contrae esta Ordenanza, grava a toda persona que detente derechos de propiedad u otros derechos reales sobre bienes inmuebles ubicados en áreas urbanas del Municipio o los beneficiarios de concesiones administrativas sobre los mismos bienes

2.5.7 Ordenanza de Impuesto sobre Publicidad Comercial

Artículo 1. La Publicidad Comercial instalada, transmitida o distribuida en la jurisdicción del Municipio Bermúdez del Estado Sucre, queda sometida al pago del impuesto y a las disposiciones establecidas en esta Ordenanza.

Artículo 2. A los efectos de esta Ordenanza se entiende por Publicidad Comercial todo anuncio o mensaje difundido por cualquier medio destinado a dar a conocer, promover, informar o divulgar productos, espectáculos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles y similares, con el fin de atraer, de forma directa o indirecta, a consumidores, compradores o usuarios de los mismos.

2.6 Operacionalización de Sistema de Variables

OBJETIVO GENERAL: ANALIZAR LOS RIESGOS ECONÓMICOS Y SUS INCIDENCIAS EN LAS VENTAS DE INVERSIONES EL SALMÓN C.A (ISALCA); DURANTE EL PERIODO 2016.					
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	**VARIABLES**	**DIMENSIÓN**	**INDICADORES**	**SUB-INDICADORES**	**ÍTEMS**
Describir Los Posibles Riesgos Que Generan Las Ventas De Los Productos Terminados De Inversiones El Salmón C.A (ISALCA).	Riesgos Económicos	Financiero	Actividad De La Empresa Tamaño De La Organización Políticas Financieras		
			Inversiones	Nivel De Endeudamiento	
		Cambiario	Paridad Cambiaria Solvencia Monetaria Políticas Cambiarias Variaciones Cambiarias		
		Liquidez	Costos De Producción Recuperación De La Inversión Capacidad De Pago A Corto Plazo		
Determinar Las Políticas Existentes Dentro De La Organización Para Analizar Los Riesgos En Las Ventas De Los Productos Terminados De Inversiones El Salmón C.A (ISALCA).		Insolvencia De Cobro	Políticas Crediticias	Calidad De Clientes Frecuencia De Cobros	
		Legal	Cambios En Las Políticas Fiscales		
		Inflacionario	Capacidad Del Poder Adquisitivo	Oferta Demanda	
		De Mercado	Políticas De *Marketing*	Canales De Distribución Competencia Calidad Del Producto Gusto De Los Consumidores	
Identificar Los Factores Implícitos Asociados A Las Ventas De Los Productos Terminados De Inversiones El Salmón C.A (ISALCA).	Ventas	Producción	Políticas De Producción Calidad Del Producto Tipo De Producto Costos De Producción Inventarios	Comportamiento Del Mercado Cambiario	
Diagnosticarlas Consecuencias Originadas De Los Riesgos En Las Ventas De Los Productos Terminados De Inversiones El Salmón C.A (ISALCA)		*Marketing*	Canales De Comercialización Políticas Publicitarias Precio De Venta Tiempo De Colocación De Productos	Gusto De Los Consumidores	

2.7 Definición de términos básicos.

Asesor: Es un profesional que ofrece servicio de asesoramiento y gestión en diversos temas en los que son especialistas, a cambio de unos honorarios, y también le ofrecen a las pequeñas empresas la posibilidad de acceder a los servicios de asesoría sin tener que contar con un departamento propio.

Cliente: Es la persona empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria producto o servicio que necesita o desea para sí mismo, por medio de una transacción financiera (Dinero) u otros medios de pago.

Análisis: Es un conjunto profundo de un sujeto, objeto o situación con el fin de conocer sus fundamentos, sus bases y motivos de sus surgimiento creación o causas originarias.

Producto: Es una serie de beneficios percibidos que van a satisfacer las necesidades del consumidor.

Consumo: es la acción y efecto de consumir o gastar, bien sean productos, bienes o servicios, como por ejemplo la energía, entendiendo por consumir como el hecho de utilizar estos productos y servicios para satisfacer necesidades primarias y secundarias.

Consumidor: es una persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades.

Almacén: Es un término muy popular en nuestro idioma, que ostenta un uso frecuente y que además es aplicado en varios contextos.

Competencia: Es la disputa o contienda entre dos o más que aspiran tener la misma cosa, ofreciendo el mismo producto o servicio y poniendo en práctica conocimientos y habilidades con lo que se cuentan.

Competitividad: Es la capacidad que se tienen de competir, libre, leal y capaz de producir bienes y servicios que superen expectativas del consumidor, basado en innovación y tecnología, ya sea de productos, servicios que se encuentren en constante cambio, reconociendo las necesidades del consumidor y teniendo siempre un plan de acción, ante los cambios que se presentes.

Probabilidad: Es entendida como la posibilidad de ocurrencia de un evento determinado bajo condiciones especificas, expresada en términos porcentuales.

Mercado: Es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos.

Canales de distribución: Es el conducto que cada empresa escoge para llevar sus productos al consumidor de la forma más completa, eficiente y económica posible.

Canales de comercialización: Es adecuado para pequeñas y medianas empresas que se encuentran ubicadas.

Políticas: Es una actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos.

Oferta: Es una propuesta que se realiza con la promesa de ejecutar o dar algo.

Demanda: se define como la total cuantía y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por más consumidores (demanda total o de mercado).

Análisis del riesgo: es el estudio de las causas de las posibles amenazas, y los daños y consecuencias que éstas puedan producir Identificar los peligros.

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico es una herramienta necesaria en toda investigación para definir el desarrollo de la misma; debido a que brinda una serie de técnicas que conducirán a los objetivos propuestos en la investigación. Aquí se presenta la metodología que permitió desarrollar el presente Trabajo Especial de Grado. Se muestran aspectos como: Diseño o tipo de investigación, nivel de investigación, población objeto de estudio, instrumento de recolección de datos y el procedimiento para la recolección y análisis de los datos.

3.1 Nivel de Investigación:

La investigación es de nivel descriptivo, debido a que se describe la información recopilada, se analiza e interpreta, detallando los factores que influyen en el proceso investigativo, los basamentos teóricos y legales que soportan el estudio.

En este sentido (Bernal C.2000), señala: ‟ La investigación descriptiva es aquella que comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual de los hechos, así mismo la composición o proceso de los fenómenos los cuales recogen a través de la tabulación o gráficas” (p.111)

Según, Sabino C. (2002) refiriéndose al tema de la investigación descriptiva, señala: ‟ Su preocupación primordial radica en describir algunas características de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto su estructura o comportamiento, de esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada”. (p. 43)

Según (Arias, Fidias G. 2006.). "Es aquella que consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. (P.24)

Según (Áreas Fidias G. 2006) "por cuanto determina el grado de relación o incidencia que tiene una variable sobre la otra" (p.25) En este caso la incidencia que tienen los riesgos económicos en las ventas de inversiones El Salmo C.A (ISALCA)**.** Durante El Periodo 2.016.

3.2 Diseño De La Investigación

El estudio se considera una investigación Documental y de Campo. Es documental debido a que se utilizaron como basamentos textos bibliográficos tales como: tesis, guías, leyes, ordenanzas y además un medio de información tan importante como es el Internet en el cual se encuentra diversidad de informaciones.

Según Bernal C. (2000) " La investigación Documental consiste en un análisis de la formación escrita sobre un determinado tema con, el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema que es objeto de estudio" (p. 111).

Es de campo, ya que se obtuvo la información directamente de la realidad, dirigiéndose hasta el lugar de los hechos, la empresa Inversiones "El Salmón, C.A" (ISALCA) donde se realizaron entrevistas, además se observó y se aplicó el instrumento, lo cual garantiza un mayor nivel de confianza en los datos obtenidos. En tal sentido (Sabino, C. 2002), define a la investigación campo como: "los métodos a emplear cuando los datos de interés se recogen en forma directa de la realidad, mediante el trabajo concreto del investigador y su equipo" (p. 64).

La investigación de campo es un análisis sistemático de problemas con el propósito de descubrirlo, explicar sus causas y efectos, entender su naturaleza y factores constituyentes o producir su concurrencia. Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad. En este sentido (Arias, Fidias G. 2006) define la investigación de campo como: "La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurre los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes" (p.31).

Son estos datos primarios a los que hace referencia el autor los que nos llevaran a la consecución de nuestros objetivos específicos y estos a su vez a nuestro objetivo general, sin dejar de mencionar que dentro de esta investigación también podemos encontrarnos datos de segunda fuente o bibliográficos que nos permitan complementar las posibles fallas que se puedan detectar durante la investigación, así como también sustentar la realización del marco teórico.

3.3 Población.

La población objeto de estudio la constituye la parte administrativa de la empresa adscrita a la oficina de la Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y Ventas, de la Empresa Inversiones el Salmon C.A (ISALCA), contando con 27 empleados distribuidos en 5 departamentos en el área de administración. A tal efecto no se utilizo muestras, trabajando directamente con toda la población.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

Las técnicas e instrumentos de recolección de datos (Sabino 1996)" "son todos aquellos recursos de los cuales se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información" (p. 34)

La investigación contó con datos primarios y secundarios. (Sabino 1995) "Los datos primarios son aquellos que se obtienen directamente a partir de la realidad misma, sin sufrir ningún proceso de elaboración previa". " Los datos secundarios, por otra parte, son registros escritos que proceden también de un contacto con la práctica, pero que ya han sido recogidos, y muchas veces procesados, por otros investigadores conocido como revisión documental". (p.158)

El conjunto de técnicas e instrumentos que se emplearon con el propósito de cumplir con los objetivos planteados en esta investigación permitió la obtención de información importante para poder desarrollar la investigación y conocer los Riesgos económicos y sus incidencias en las ventas de Inversiones El Salmón, C.A, (ISALCA), ubicada en la zona industrial de Carùpano, Estado – Sucre

3.4.1 La observación.

(Hurtado y Toro 1.997), sostienen que: "La observación es la primera forma de contacto o de relación directa con la realidad o con objetivos que se va a estudiar" (p.). En el presente caso se realizo una observación directa, ya que se sostuvo conversación previa para la aplicación del instrumento, a través de la cual se obtuvo diversas opiniones por parte del personal administrativo.

3.4.2 La entrevista.

La recolección de datos se realizó a través de la técnica de la entrevista no estructurada y cuestionarios, esto permitió obtener en forma directa y precisa la

información de la población seleccionada. La entrevista es definida por (Sánchez y Guarisma 1990) como: "Un procedimiento de la investigación social y se caracteriza en que el encuestador solicita información a otra persona para obtener datos sobre un problema determinado". (p.) Se aplicó al personal administrativo conformado por la Gerencia General y el Departamento de Recursos humano de la empresa.

3.4.3 El Cuestionario.

El instrumento conocido como cuestionario (ver anexo), realizado en función de una serie de preguntas hechas al personal que labora en la empresa Inversiones El Salmón, C.A, (ISALCA).

Según (Arias 2006) dice que el cuestionario: "Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato de papel contentivo de una serie de preguntas" (p.74) se le denomina cuestionario auto administrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestado. Este instrumento fue diseñado a través de una serie de preguntas, aplicado al personal de la empresa Inversiones El Salmón, C.A, (ISALCA) para saber el conocimiento que poseen los riesgos económicos y sus incidencias en las ventas.

Dicho instrumento fue aplicado a los cinco departamentos dependientes de la Gerencia General, el mismo está estructurado por treinta y cuatro preguntas en un cuadro a escala Liker, con el propósito de obtener la información necesaria para la sustentación de la investigación, tomando en cuenta que el cuestionario está orientado a la recolección de datos específicos respecto al tema de estudio.

3.4.4 Validación del Instrumento

Se elaboro un formato con treinta y cuatro preguntas estructuradas a escala Liker, con varios ítems, para la obtención de la información necesaria que permitió el desarrollo de la investigación. El material elaborado fue estudiado y evaluado mediante el respectivo instrumento de evaluación presentado a continuación de este párrafo, por especialistas versados en la materia, con la finalidad de que el mismo fuera lo más objetivo posible para la veracidad de los datos obtenidos.

3.4.5 Técnica de procesamiento y análisis de datos

El análisis de datos de esta información estará enmarcado dentro de dos puntos de vista. En primer lugar la presentación de los datos tabulados en valores absolutos y porcentuales recopilados en los instrumentos aplicados; en segundo lugar un análisis inferencial, mediante el cual se hace notar la relevancia de las opiniones emitidas por los encuestados y el nivel de importancia de cada una de ellas dentro del tópico investigativo.

Para tal efecto La técnica de análisis de datos representa la forma de cómo será procesada la información recolectada, esta se puede procesar de dos maneras: cualitativa o cuantitativa, en esta investigación se utilizará la forma cuantitativa. Según, (Hernández, Fernández y Baptista 2001). "Una vez que los datos se han codificado, transferido a una matriz y guardado en un archivo, el investigador procede a analizarlo. El análisis de datos se efectuará sobre la matriz de datos utilizando un programa de computadora". (p.342). En este sentido se utilizó la frecuencia absoluta y la frecuencia porcentual de los datos procediendo a ordenar y organizar la información obtenida mediante la utilización del cuestionario, aplicando el programa de computarizado Microsoft Excel, el cual permite crear tablas, graficas calcular y analizar datos; este tipo de software se denomina software de hoja de cálculo.

CAPÍTULO IV
PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS

Este capítulo de la investigación se centra en la presentación y análisis de los datos obtenidos por medio del instrumento diseñado para el estudio. En el análisis Cuantitativo se tomó en cuenta el análisis absoluto y porcentual porque responde a la naturaleza de la investigación y por ser de fácil interpretación. En éste se tomaron en cuenta las variables que se consideran primordiales para realizar el proceso de investigación y también los objetivos propuestos en la investigación.

Los datos obtenidos por medio del cuestionario tienen como objetivo interpretar la realidad que se percibe en cuanto al Riesgo Económico y sus Incidencias en las Ventas de la Empresa Inversiones El Salmon, CA. (ISALCA). Ubicada en la zona Industrial de Carúpano Estado sucre. Los siguientes cuadros muestran los resultados hallados en la investigación de campo.

4.1 Aspecto generales de la empresa inversiones el salmón, C.A (ISALCA)

4.1.1 Reseña Histórica

Inversiones El Salmón, C.A (ISALCA), se encuentra ubicada en la zona industrial de Carúpano, en el galpón N°24, del Sector Guiria de la playa, carretera nacional Carúpano – Cumaná, Estado Sucre.

Se constituyo legalmente como empresa el 26 de Mayo de 1.995, inaugurándose oficialmente el 31 de Octubre de 1.995.

ISALCA es una empresa del área alimentaria, procesadora y enlatadora de especies marinas, ávida de evolución e innovación científica y tecnológica para el desarrollo regional y nacional. Debido a ello, la labor que se inicio en Carùpano hace

diecisiete (17) años, recibe en estos momentos la influencia de un soplo renovador que propicia su afirmación industrial en Venezuela.

Esta empresa, posee convenio con el Ministerio del Poder Popular para la Alimentación a fin de abastecer con sus productos en toda la nación a la red Comercializadora de Mercado de Alimentos (MERCAL).

Inversiones El Salmon, C.A (ISALCA) juega un papel muy importante en el desarrollo social, económico y cultural de su área de influencia, y lo demuestra con responsabilidad y compromiso establecido con el país, convencida del impacto colectivo que aporta a la región por su condición de zona costera.

Actualmente Inversiones El Salmon, C.A (ISALCA), posee un personal conformado por dos (2) directivos, quince (15) empleados, ciento treinta y cuatro (134) obreros, un (1) contador y un (1) asesor jurídico. El número de obrero y empleados varía dependiendo de la necesidad o capacidad de producción que tenga la empresa en un momento determinado

4.1.2 Misión

La empresa Inversiones El Salmón, C.A (ISALCA), tiene como misión procesar y enlatar especies marinas, ávidas de evolución, de innovaciones tecnológicas dentro de un marco regido por la calidad y confiabilidad, de esta manera ofrece productos y servicios óptimos para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, a fines de promover el desarrollo económico y social del país.

El potencial pesquero de la región Nor-Oriental, le brinda a la comunidad todas aquellas oportunidades que persigue ISALCA como metas un desarrollo Comercial e Industrial eficiente.

4.1.3 Visión:

La Empresa Inversiones El Salmón, C.A (ISALCA), tiene como visión ampliar y diversificar su mercado nacional e internacional. Ser una empresa pionera y líder en la manufactura e industrialización de las especies marinas, estar a la vanguardia tecnológica y contar con un recurso humano calificado.

De esta manera lograr una producción eficiente, agilizando los procesos de trabajos y mejorando los tiempos de respuestas orientados al logro de la calidad en el servicio y satisfacción de sus clientes.

La empresa Inversiones El Salmón, C.A (ISALCA), como empresa de sector primario es fomentar un desarrollo Comercial e Industrial eficiente en todo el Municipio Bermúdez y con un gran compromiso por mantener los recursos naturales de Venezuela particularmente su biodiversidad marina con la sincera intención de utilizar estos recursos sabiamente y protegerlos para futuras generaciones.

4.1.4 Objetivos General

Desarrollar los principios establecidos en el marco constitucional referente al poder contribuir con la Soberanía Alimentaria, en cuanto a satisfacer el mercado con productos de calidad y a precios cónsonos con la realidad nacional, teniendo como norte incrementar la eficiencia de su productividad, posibilitando el empleo de mano de obra local y contribuyendo con la creación de fuentes de empleo a todos los niveles.

4.1.5 Importancia

ISALCA, consciente del papel que juega en el desarrollo económico, social y cultural en su área de influencia, lo que representa un serio compromiso con su región y el resto del país, y convencidos al mismo tiempo del impacto colectivo que

aporta a la región por su condición de área costera, su potencial pesquero, le brinda a la nación todas aquellas oportunidades que persiguen como meta, un desarrollo comercial e industrial eficiente.

4.1.6 Tipos de Producto que ofrece la empresa.

Actualmente inversiones el salmón, C.A. (ISALCA), está fabricando enlatados de sardinas, atún y pepitonas en diferentes formatos. Sus necesidades actuales de capital de trabajo son las equivalentes a la producción de conservas de sardinas bajo los formatos 170 y 400, enlatados de atún bajo los formatos 140 y 400, y enlatados de pepitonas bajo el formato 140. Los cuales describiremos a continuación:

El formato de sardina 170 (2.02*3.08), se presenta en un envase cilíndrico de hojalata cuyo diámetro es de 2.02 (5,05cm) y su altura es de 3.08 (9,5cm). En lo que respecta al peso, este es de 119gr, escurrida y de 170gr en peso neto. La lata contiene tres trozos de sardinas procesada (descamada, cortadas y eviscerada) y el liquido de cobertura, que puede ser: aceite, pasta de tomate o picante. Sin ningún aditivo químico. 111

En cuanto al formato de sardina 400 (4.01*3.06), se presenta igualmente en un envase cilíndrico de hojalata pero sus medidas son diferente, el diámetro es de 4.01 (10cm) y su altura es de 3.06 (6cm), el peso de este producto escurrido es de 280grs y su peso neto de 400grs. La lata contiene 8 trozos de sardina procesada y el líquido de cobertura, que puede ser: aceite o pasta de tomate. Sin ningún aditivo químico.

El formato de atún 140 (2.11*2.01), se presenta en un envase cilíndrico de hojalata cuyo diámetro es de 2.11 (6,8cm) y su altura es de 2.01 (6,2cm). En lo respecta al peso, este es de 98grs, escurridos y 140grs en peso neto. En el caso del atún 400grs, al igual que en la sardina este tiene un diámetro de 10cm y una altura de 6cm y su correspondiente peso escurrido es de 248grs y su peso es de 400grs.

La lata contiene trozos de lomo de atún, el cual esta previamente procesado (cortado, cocido, despielado y desmenuzado), además de el liquido de cobertura que puede ser en aceite, al natural o en soya. Sin ningún aditivo químico.

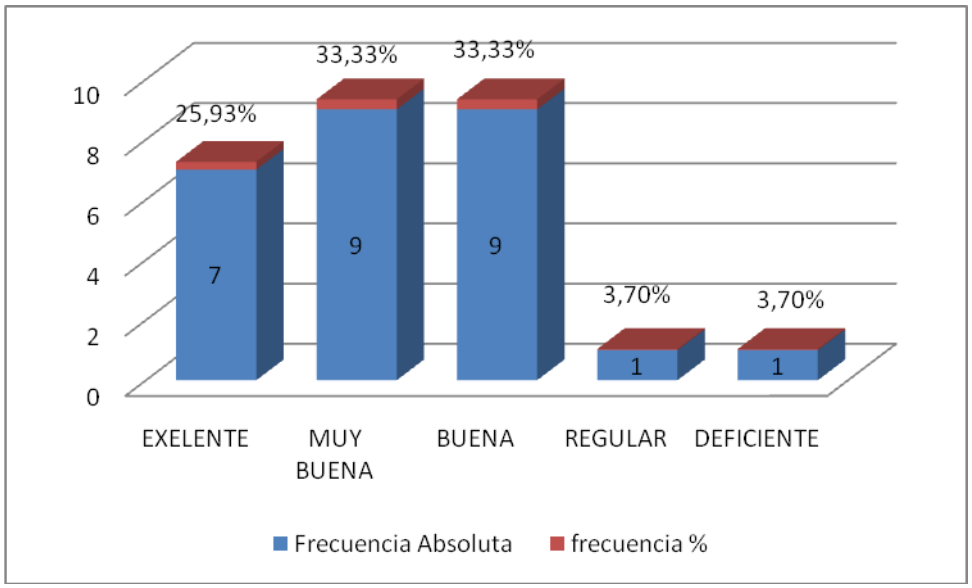
En cuanto al enlatado de pepitonas, este se presenta en un envase de hojalata de forma cilíndrica, cuya etiqueta se especifica, el peso neto y el peso escurrido. La pepitonas 140 (2.11*2.01) tiene un diámetro de 2.11 (6,8cm) y su altura es de 2.01 (6,2cm), su peso es de 56grs, escurrido y su peso neto es de 140grs.

La lata contiene de 5 a 6 pepitonas, las cuales están previamente procesadas (limpias y cocidas), además del liquido de cobertura que es aceite y picante. Sin ningún aditivo químico.

Los enlatados de sardina, atún y pepitonas fabricados por la empresa inversiones el salmón, C.A. (ISALCA), son sometidos a cuarentena, a fin de detectar alteraciones producidas por microorganismos o por cualquier otro agente biológico y cumple con los requisitos físicos-químicos que son ratificados en el departamento de control de calidad de la empresa.

Las industrias enlatadoras de especies marinas principalmente de sardinas y atún generan dentro de su proceso de producción un desperdicio, constituido por la cabeza, cola, vísceras, aletas, escamas, etc., el cual es vendido a empresa que utilizan este subproducto como materia prima para la elaboración de harina de pescado (utilizado en la industria de alimentos concentrados para animales).

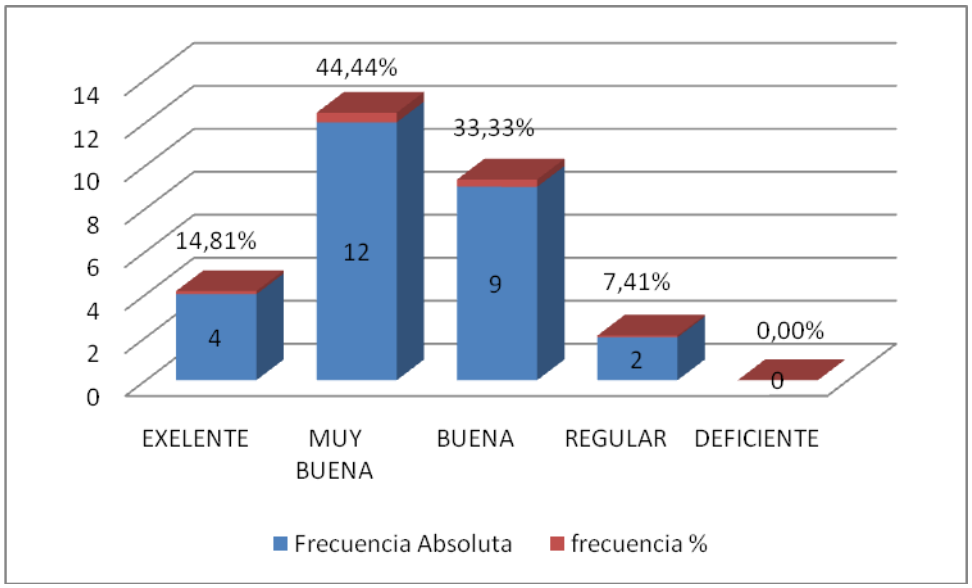
GRAFICO N° 01 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas; de acuerdo a su opinión acerca de la actividad de la empresa frente a los riesgos financieros.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

En esta grafica se evidencia que la población encuestada arrojo como resultado que un total del valor absoluto de las respuestas obtenidas, 18 (66,66%) personas manifestaron sus respuestas en las variables muy buena y buena y que 7 (25,93%) dijeron que son excelentes, un total restante de 2 (7,4%) manifestaron sus respuestas en la variables regulares y deficiente. En tal sentido por los resultados obtenidos se puede inferir basados en la concepción de riesgo financieros que plantea, la existencia de una cohesión de factores de toda índole: económicos, político, ecológicos, jurídicos, sociológicos, entre otros. Demostrando que actualmente la actividad frente a los posibles riesgos financieros es de muy alta eficiencia como se puede evidenciar en el mismo.

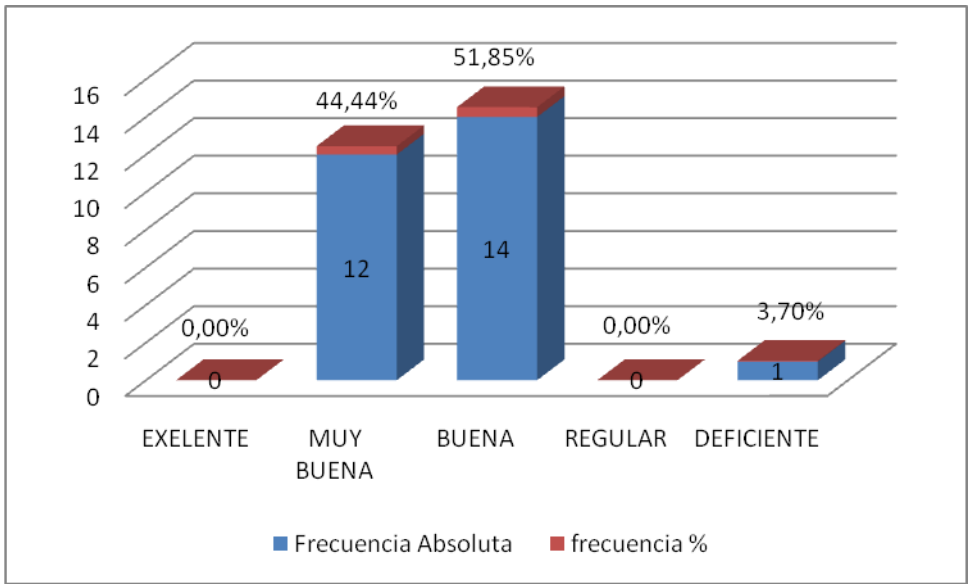
GRAFICO N° 02 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas en cuanto cómo es el flujo de efectivo de la empresa.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

El presente grafico demuestra que la población encuestada arrojo como resultados que un total del valor absoluto de las respuestas obtenidas, 18 personas (66,66%) manifestaron sus respuestas en las variables muy buena y buena; y que 7 personas (25,93%) dijeron que son excelentes, un total restante de 2 personas (7,40%) manifestaron su respuestas en la variables regular y deficientes. En tal sentido por los resultados obtenidos se puede concluir en contraste con el riesgo de liquidez que actualmente la actividad de la empresa frente a los posibles riesgos financieros es de muy alta eficiencia como se puede evidenciar en el grafico. Teniendo en cuenta que el instrumento aplicado arrojo que existen buenos procedimientos de cobro.

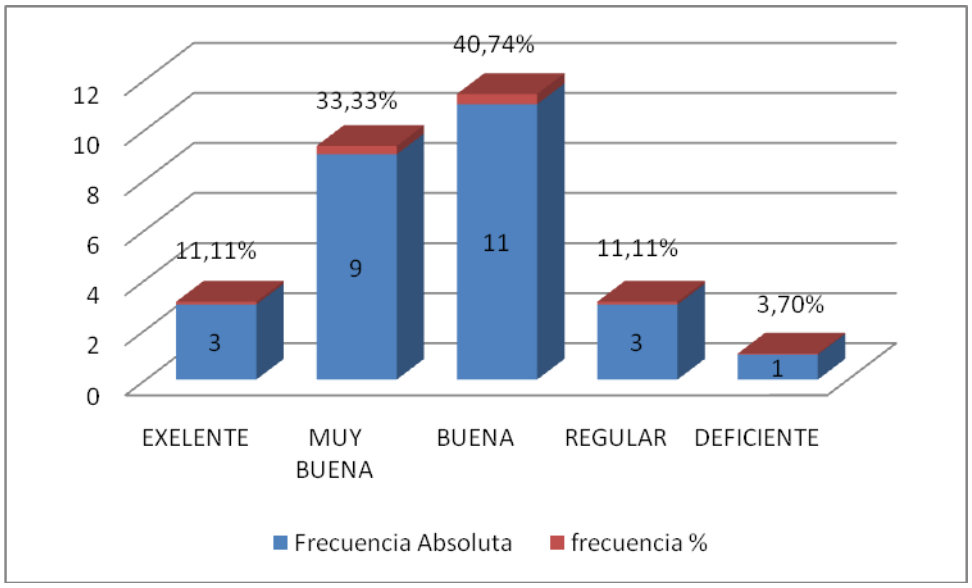
GRAFICO N° 03 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas de acuerdo a las consideración sobre las política financieras de la empresa frente a posibles riesgos económicos.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

En el grafico se plasma que la población encuestada arrojo como resultado que un total del valor absoluto de las respuestas obtenidas 12 personas (44.44%) manifestaron su respuesta en la variable muy buenas y que 14 personas (51,85%) dijeron que son buenas, un total de 1 persona (3.70%) manifestaron su respuesta que son deficientes. En tal sentido por los resultados obtenidos se puede derivar que actualmente las políticas financieras de la empresa frente a los posibles riesgos económicos posee una alta eficiencia de consideración en la planificación y prevención de los mismos.

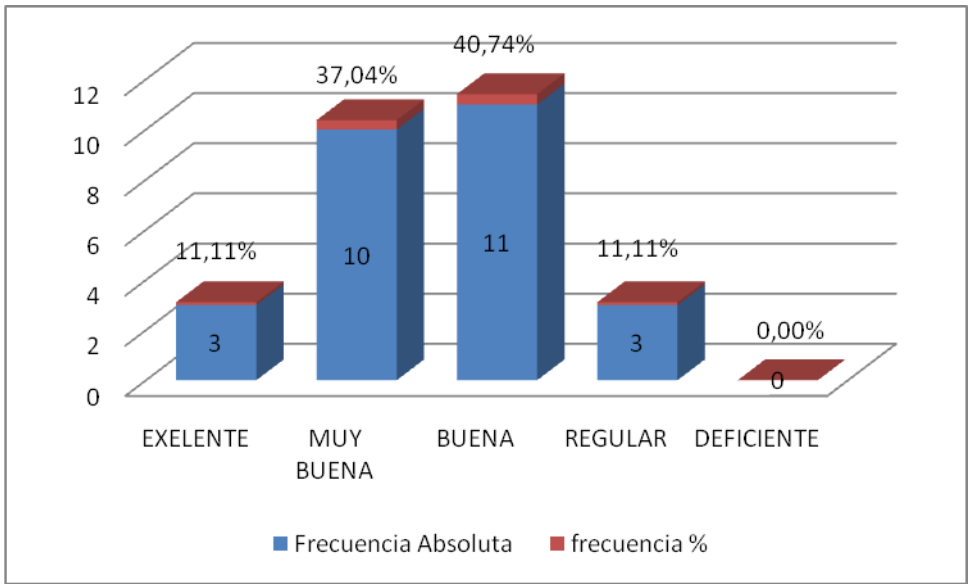
GRAFICO N° 04 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas referente a las inversiones de la empresa.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

Observando los datos aquí plasmado se puede demostrar que la población encuestada arrojo como resultado que un total del valor absoluto de las respuestas obtenidas 3 personas (11.11%) manifestaron su respuesta en la variable excelente y que 9 personas (33.33%) dijeron que son muy buenas, y que 11 personas (40,74%) manifestaron su respuesta en la variable buena, y que 3 personas (11.11%) manifestaron que su respuesta que son regulares, un total de 1 persona (3,70%) dijeron ser deficiente. Por tal razón los resultados obtenidos se puede deducir que actualmente las inversiones de la empresa posee una buena inversión. Demostrando que la empresa tiene una positiva planificación de acuerdo a lo que plantea la teoría del riesgo.

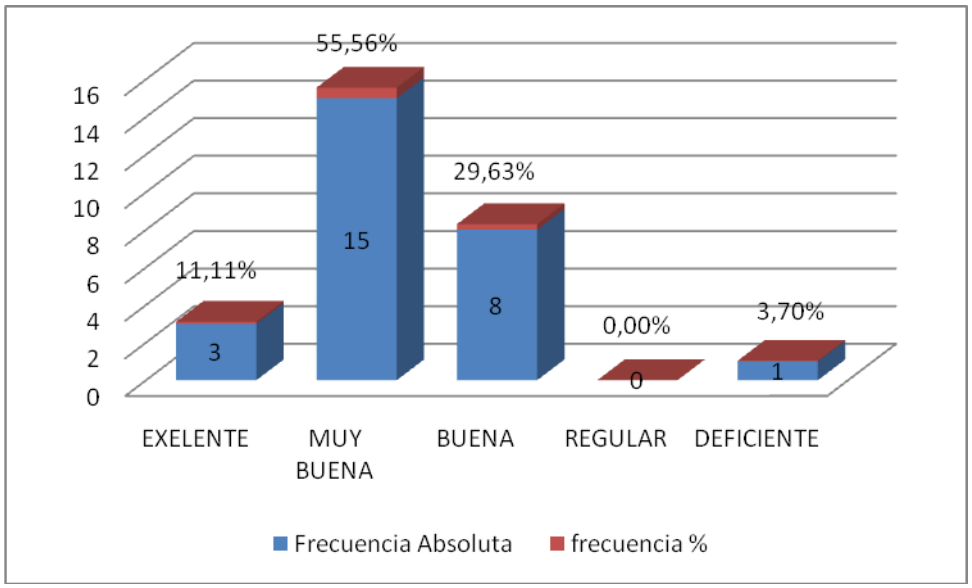
GRAFICO N° 05 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas respecto al Cumplimiento de la empresa con sus compromisos de pago a corto plazo.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

Observando los resultados obtenidos se evidencia que la población encuestada arrojo como resultado que un total del valor absoluto de las respuestas obtenidas 3 personas (11.11%) manifestaron su respuesta en la variable excelente y que 10 personas (37,04%) dijeron que son muy buena y que 11 personas (40,74%) manifestaron en su resultado en la variable buena, un total de 3 personas (11.11%) dijeron ser regulares. Por tal razón se puede inferir que actualmente el cumplimiento de la empresa frente a los compromisos de pago a corto plazo es bueno en contraste a lo que plantea la teoría de liquidez.

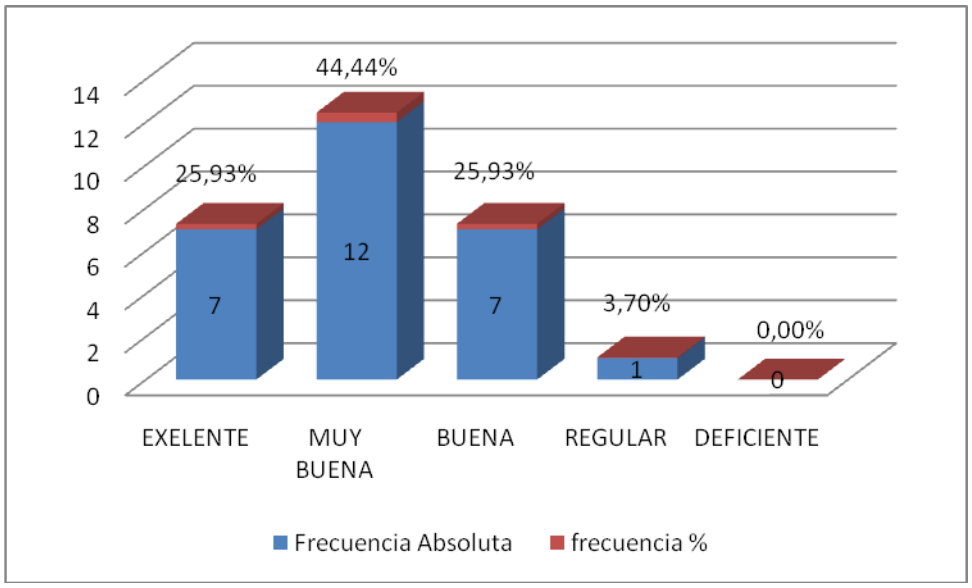
GRAFICO N° 06 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas en cuanto a la calidad de los clientes que posee la empresa.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

Se observa en los siguiente resultado que la población encuestada arrojo como que un total del valor absoluto de las respuestas obtenidas 3 personas (11.11%) manifestaron su respuestas en la variable regular y que 15 personas (55.56%) dijeron que son muy buena y que 8 personas (29,63%) manifestaron en su respuesta en la variable buena, un total de 1 personas (3.70%) manifestaron su respuesta en la variable deficiente. En tal sentido por los resultados obtenidos se puede inferir que actualmente la calidad de los clientes es muy buena la cual se encuentra sustentada en lo planteado en la teoría del marketing respecto a la calidad de clientes .

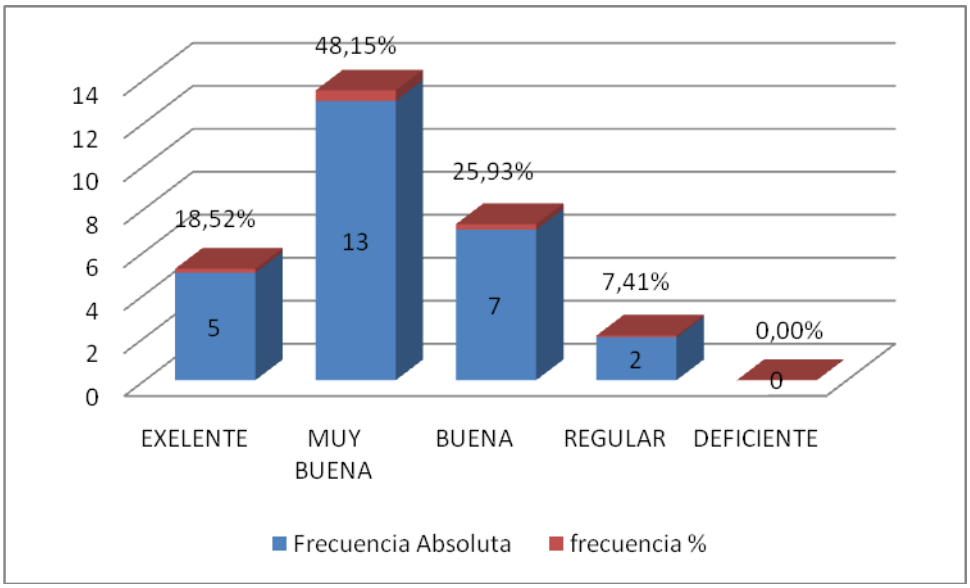
GRAFICO N° 07 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas referente a los canales de distribución existentes.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

Con relación a estos resultados se puede evidenciar que la población encuestada arrojo que un total del valor absoluto de las respuestas obtenidas 7 personas (25.93%) manifestaron su respuesta en la variable muy buenas y que 12 personas (44.44%) dijeron que son excelentes y que 7 personas (25.93%) manifestaron en su respuesta en la variable buena, un total de 1 persona (3.70%) manifestaron su respuesta en la variable regular. En tal sentido se puede inferir que actualmente los canales de distribución de la empresa son muy buena y guardan relación a las evaluaciones que determinan a través de los proceso del marketing.

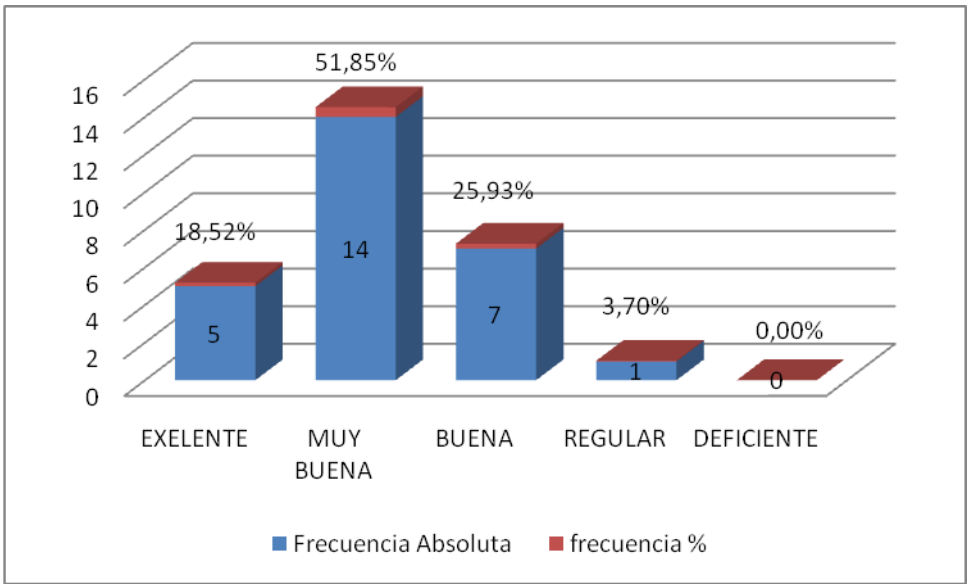
GRAFICO N° 08 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas en cuanto a su punto de vista como son las ofertas de su producto en el mercado.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

En este grafico se puede demostrar que la población encuestada arrojo como resultado que un total del valor absoluto de las respuestas obtenidas 5 personas (18.52%) manifestaron su respuesta en la variable excelente y que 13 personas (48.15%) dijeron que son muy buena y que 7 personas (25.93%) manifestaron en su respuesta en la variable buena, un total de 2 personas (7.41%) manifestaron su respuesta en la variable regular. Por tal razón se puede concluir que actualmente los productos ofertados por la empresa son muy buenos esto es en correlación a la ley de la oferta.

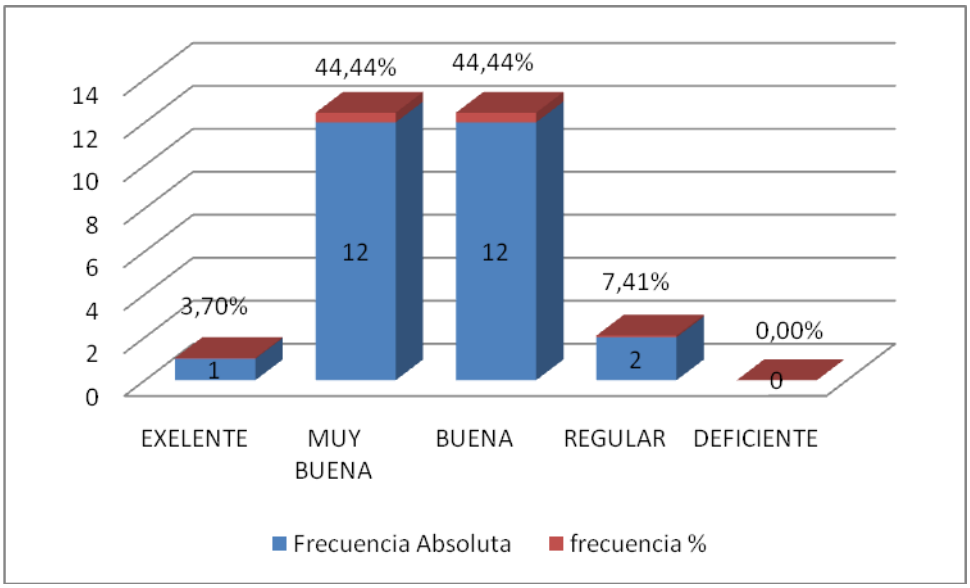
GRAFICO N° 09 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas según su opinión respecto a la demanda de los producto en el mercado.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

Según los datos plasmado se evidencia que la población encuestada arrojo como resultado que un total del valor absoluto de las respuestas obtenidas 5 personas (18.52%) manifestaron su respuestas en la variable excelente y que 14 personas (51.85%) dijeron que son muy buenas y que 7 personas (25.93%) manifestaron en su respuesta en la variable buena, un total de 1 persona (3.70%) manifestaron su respuesta en la variable regular. En tal sentido por los resultados obtenidos se puede inferir que actualmente las demandas de los productos en los mercados es muy buena guardando esto intima relación con el grafico anterior y con la ley de la demanda.

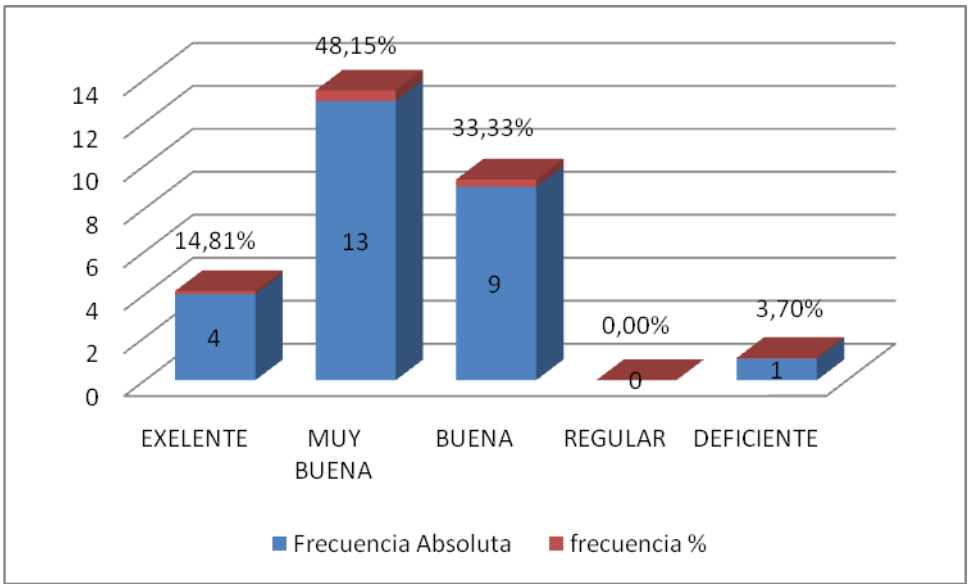
GRAFICO N° 10 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas ¿Cómo es la recuperación de las inversiones de la empresa?



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

En este grafico se puede demostrar que la población encuestada arrojo como resultado que un total del valor absoluto de las respuestas obtenidas 1 persona (3.70%) manifestaron su respuesta en las variable excelente y que 24 personas (88.88%) dijeron que son muy buenas y buenas, un total de 2 persona (7.41%) manifestaron su respuesta en la variable regular. Por tal razón se puede concertar que actualmente la recuperación de las inversiones de la empresa son buenos todo esto en comparación a lo que plantea la teoría del riesgo de liquidez

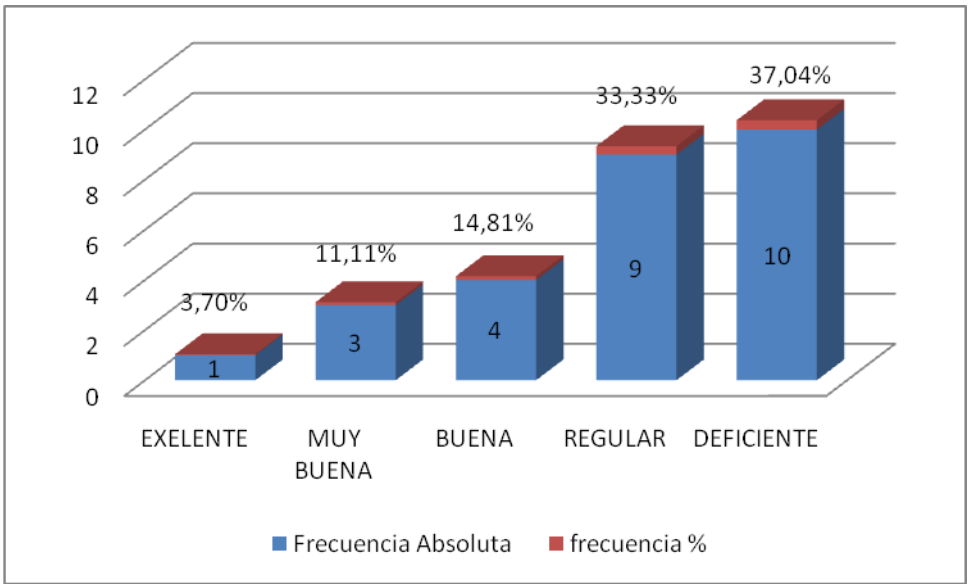
GRAFICO N° 11 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas referente a cómo es el cumplimiento de los compromisos de los clientes.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

En este gráfico se evidencia que la población encuestada arrojo como resultado que un total del valor absoluto de las respuestas obtenidas 4 personas (14.81%) manifestaron su respuesta en la variable excelente y que 13 personas (48.15%) dijeron que son muy buenas y que 9 personas (33.33%) manifestaron en su respuesta en la variable buena, un total de 1 persona (3.70%)1 dijeron que son deficiente. En tal sentido por los resultados obtenidos se puede inferir que actualmente el cumplimiento de los compromisos de los clientes que posee la empresa son muy bueno y esto van en consonancia con la teoría del riesgo de insolvencia y de cobro.

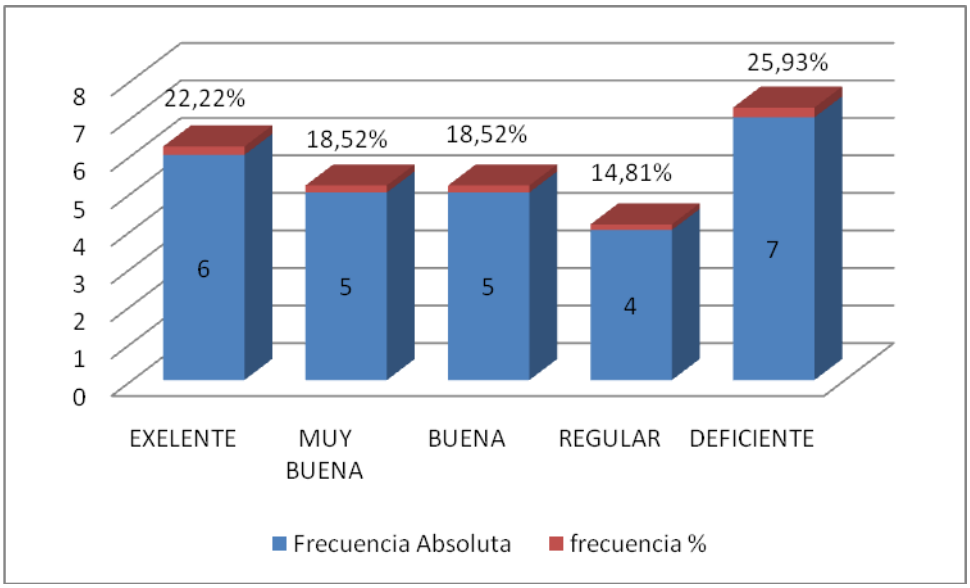
GRAFICO N° 12 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas de acuerdo al comportamiento del mercado cambiario.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

Según los datos obtenidos se puede demostrar que la población encuestada arrojo como resultado que un total del valor absoluto de las respuestas obtenidas 1 persona (3.70%) manifestaron su respuesta en la variable excelente y que 3 personas (11.11%) dijeron que son muy buenas y que 4 personas (14.81%) manifestaron en su respuesta en la variable buena y que 9 personas (33.33%) manifestaron en su respuesta en la variable regular, un total de 10 persona (37.04%) dijeron que son deficiente. En tal sentido por los resultados alcanzados se puede deducir que actualmente el comportamiento del mercado cambiario incide negativamente en las políticas financieras de la empresa evitando que esta alcance al 100% las metas propuestas enmarcado a los riesgos cambiario.

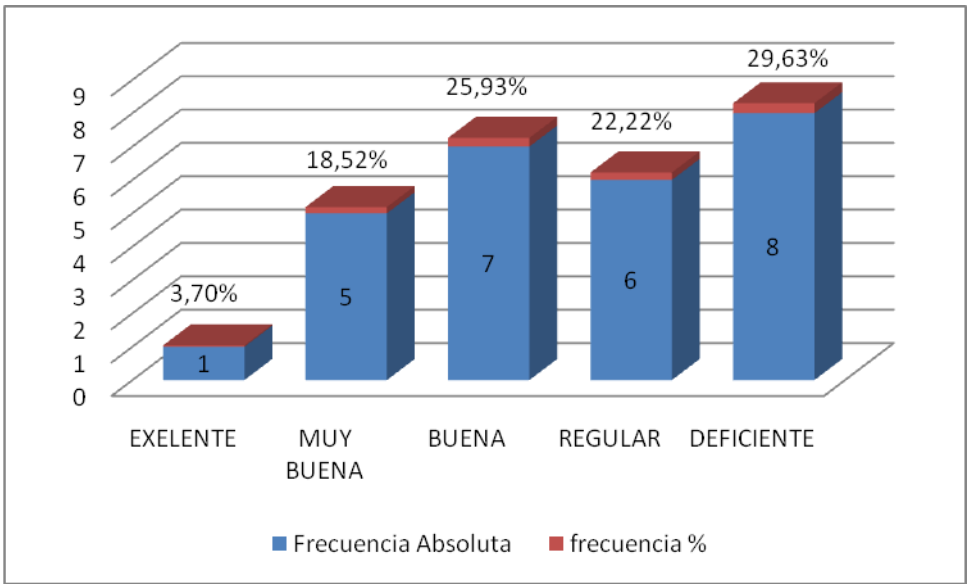
GRAFICO N° 13 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas respecto a la competencia de los productos en el mercado.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

De acuerdo a los resultado plasmado, se evidencia que la población encuestada emitió una diversidad de respuestas muy pareja o equilibrada, por lo tanto si agrupamos las variable en dos momentos se puede decir que 11(40,74%) tienen una tendencia hacia una mala o deficiente competencia de mercado y que 16 (59,26%) mantienen una tendencia favorable de buena hacia la excelencia en la misma. Tomando en cuenta estos datos obtenidos se puede aseverar que la competencia de los productos en el mercado es de buena hacia excelente, por cuanto el mayor porcentaje tabulado se inclina hacia al área mencionada. Sustentado esta aseveración a los principios de la ley de la oferta y demanda así como las políticas que plantea la teoría del marketing

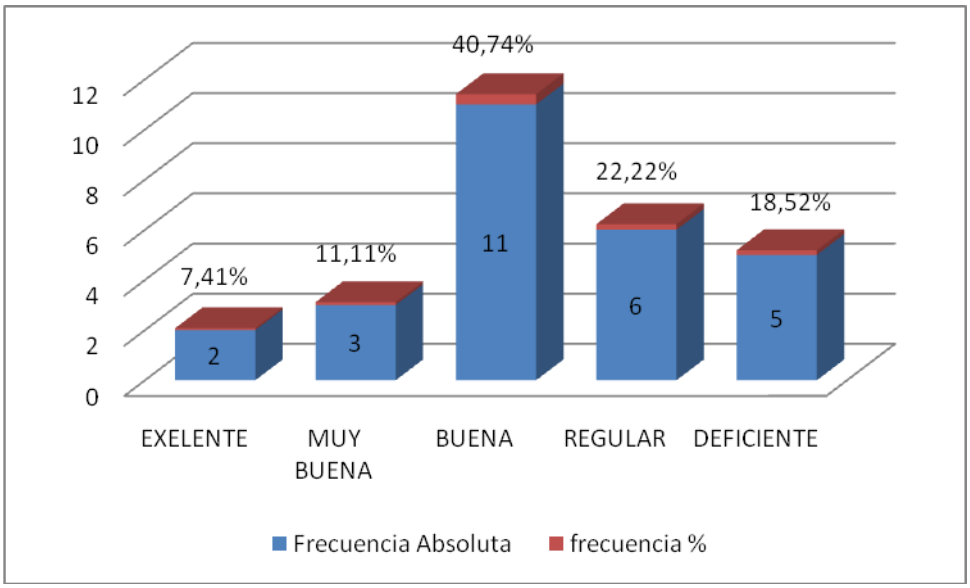
GRAFICO N° 14 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas ante la situación actual del país y el poder adquisitivo de la empresa.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

En este grafico, se puede demostrar que la población encuestada emitió una complejidad de respuestas, por tanto se congrego en dos grupos los datos recopilados orientado hacia dos tendencia donde 14 personas (51,85%) tienen preferencia de regular hacia deficiente y que 13 personas (48,15%) mantienen una predilección favorable de buena hacia la excelencia Tomando como referencia estos resultados obtenidos y basados en las teorías del riesgo cambiario; se puede aseverar que el poder adquisitivo de la empresa ante la situación actual que enfrenta el país es relativamente deficiente por cuanto al mayor porcentaje tabulado se inclina hacia las variables regular y deficiente; aun cuando es muy pareja la diferencia hacia lo positivo.

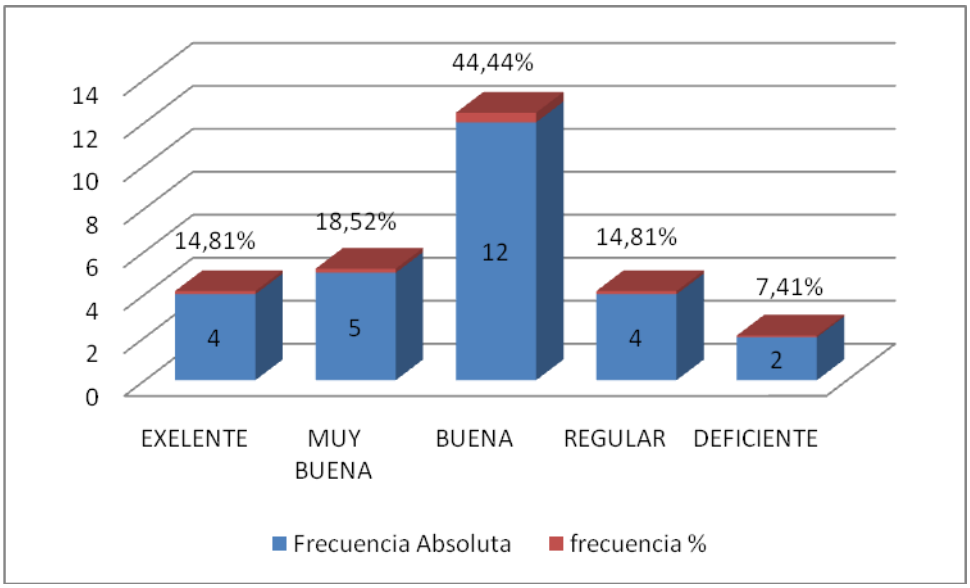
GRAFICO N° 15 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas de acuerdo a la oferta y demanda del respecto a la competencia del producto.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

De acuerdo a los datos visualizado, se puede evidenciar que la población encuestada arrojo que el mayor porcentaje obtenido fue de 12 personas (44,44%) tiene una tendencia hacia una buena competencia de su producto ante la oferta y demanda que presenta el mercado; 09 personas (33,33%) mantienen una tendencia favorable de muy buena a excelente; y que solo 06 personas (22,22%) tienen tendencia hacia una mala o deficiente. Tomando en consideración los resultados obtenidos se puede aseverar que la competencia de los productos de acuerdo a la oferta y demanda existente en el mercado es buena por cuanto al mayor porcentaje de tabulación se inclina hacia la variable buena. Soportado teóricamente a ley de la oferta y la demanda y la teoría del mercado

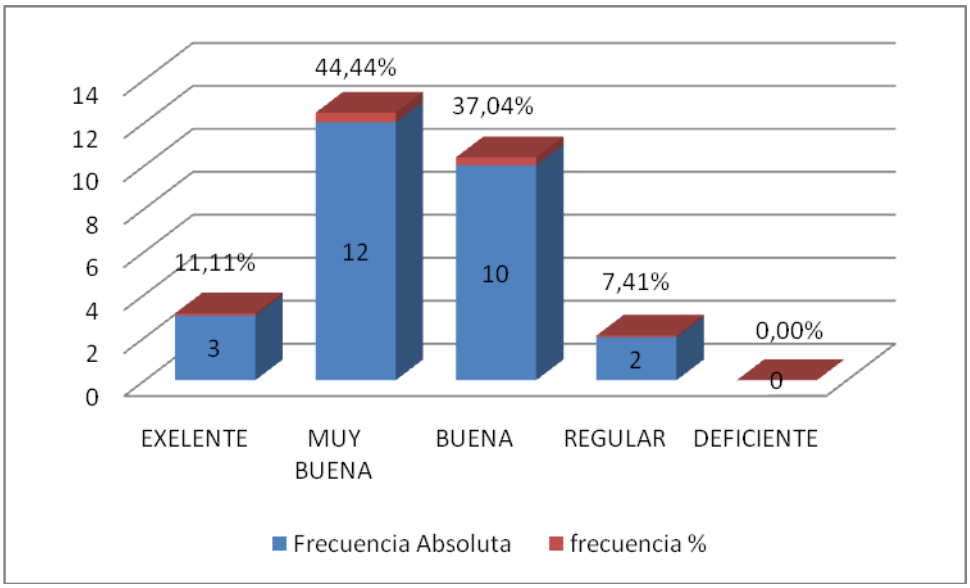
GRAFICO N° 16 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas referente a el esquema de la estructura de costo de los productos terminados.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

De acuerdo a los datos plasmados se puede evidenciar que los resultados obtenido fueron de 12 personas (44,44%) tienen tendencia a una buena estructura; y 04 personas (14,81%) opinan que es regular; otras 05 personas (18,52%) manifestaron estar muy buena; 04 personas (14,81%) opinaron tener una excelente estructura de costo, y solo 02 personas (7,41%) tienen tendencia a deficiente. Por lo cual se puede inferir que la empresa cuenta con una buena estructura de costos de productos terminados, por cuanto el mayor porcentaje tabulado se inclina hacia las variables buenas, muy buenas y excelente. Demostrando esto que apegado a la teoría del riesgo financiero existen pocas probabilidades de fracaso en dicha estructura, ya que la cual se evidencia como habíamos dicho es muy buena.

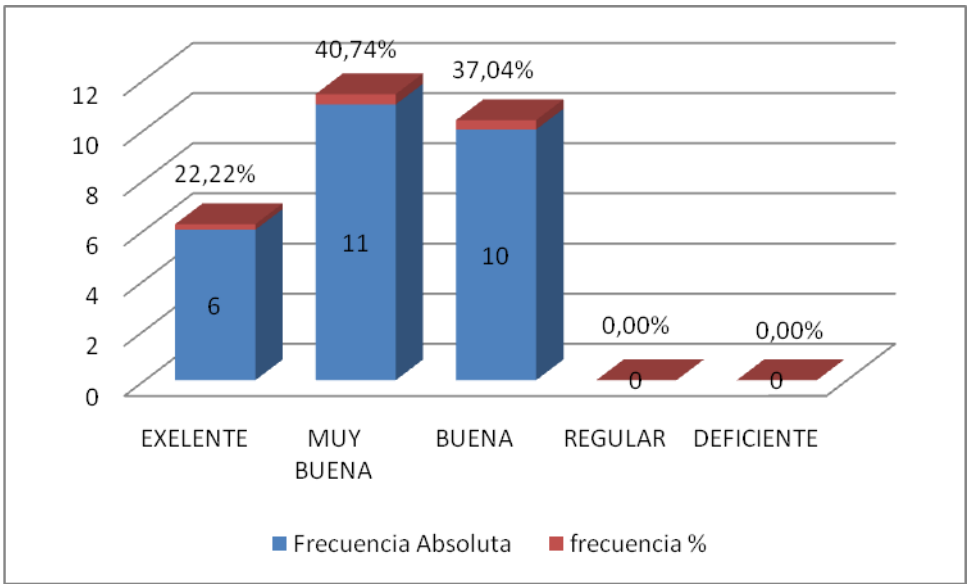
GRAFICO N° 17 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas en cuanto a los niveles de inventario de la empresa.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede evidenciar que la población encuestada emitió respuestas favorables, es decir que la variable más inclinada fue de 22 personas (81.48%), mantienen una tendencia de buena a muy buena en cuanto a los niveles de inventario que posee la empresa; por otro lado 03 personas poseen una tendencia excelente; y solo 02 personas tienen tendencia de regular a deficientes. Por lo datos plasmados se puede asegurar que actualmente la empresa cuenta con muy buenos niveles de inventarios por cuanto el mayor porcentaje de tabulación se inclina hacia una variable muy buena. Respaldado estos resultados teóricamente con el esquema operativo planteado en la teoría del marketing.

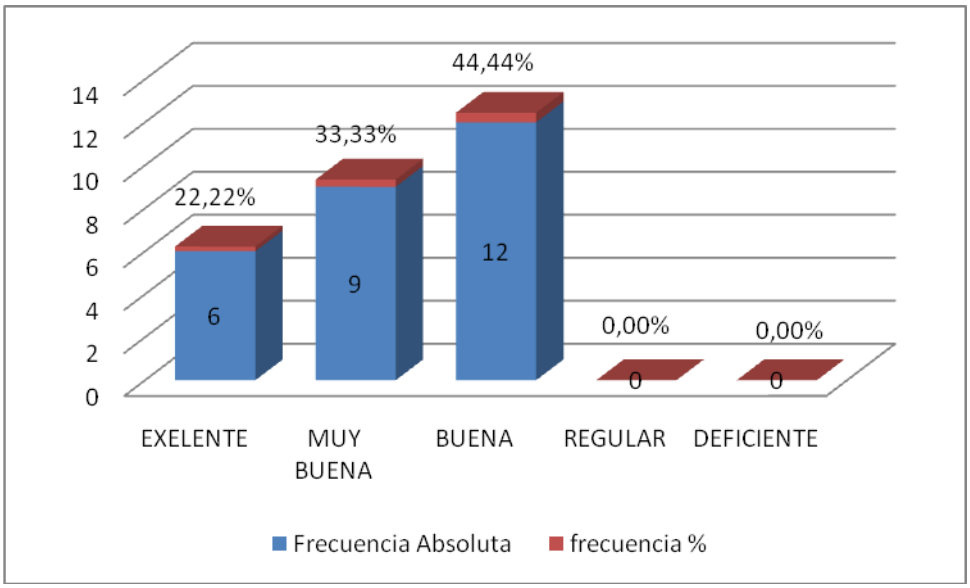
GRAFICO N° 18 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas ¿Cómo son las políticas de *Marketing* actuales de la empresa para el logro de los objetivos?



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

Según los datos plasmados, se evidencia que la población encuestada manifestó las siguientes respuestas donde 21 personas (77,78%) poseen tendencia de buena a muy buena políticas de marketing, mientras 06 personas (22,22%) mantiene una tendencia hacia la excelencia. Tomando en cuenta los datos obtenidos, se puede aseverar, que la empresa actualmente posee políticas positivas referidas como muy buenas y enmarcadas dentro de los procesos teóricos de marketing, tomando en cuenta los distintos niveles a satisfacer de las necesidades exigidas por los consumidores y lograr alcanzar los objetivos planteados.

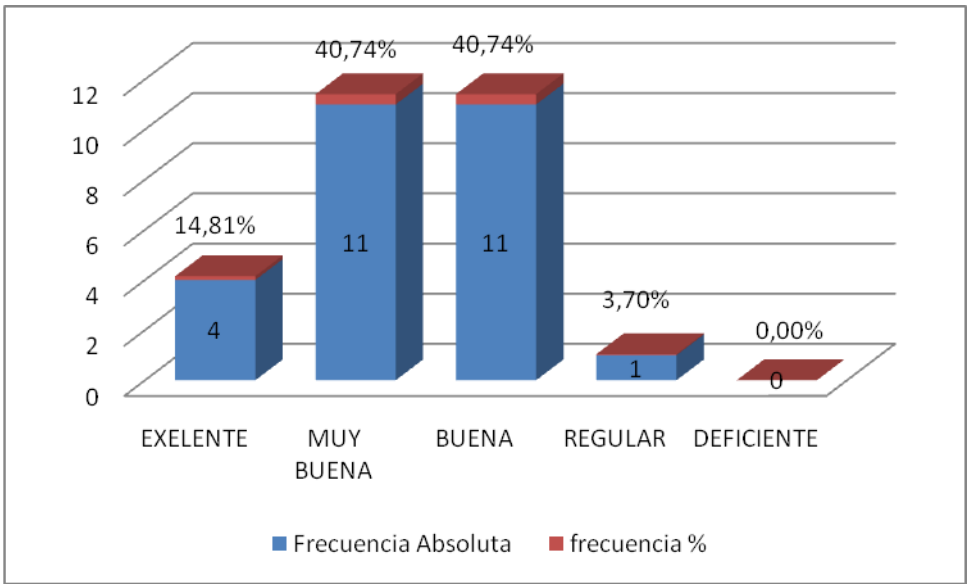
GRAFICO N° 19 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas De acuerdo a las políticas publicitarias de la empresa.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

Según los resultados obtenidos, se puede afirmar, que la población encuestada emitió tres porcentajes de variables muy diferentes, reflejando que la mayor ponderación fue de 12 personas (44,44%) poseen una tendencia buena con respecto a las políticas publicitarias de la empresa; que 09 personas (33,33%) manifestaron una tendencia muy buena; y que solo 06 personas (22,22%) mantienen una tendencia hacia la excelencia. Por los datos obtenidos, se puede inferir, que la empresa actualmente posee políticas publicitarias positivas enmarcadas dentro de la teoría del marketing referidas.

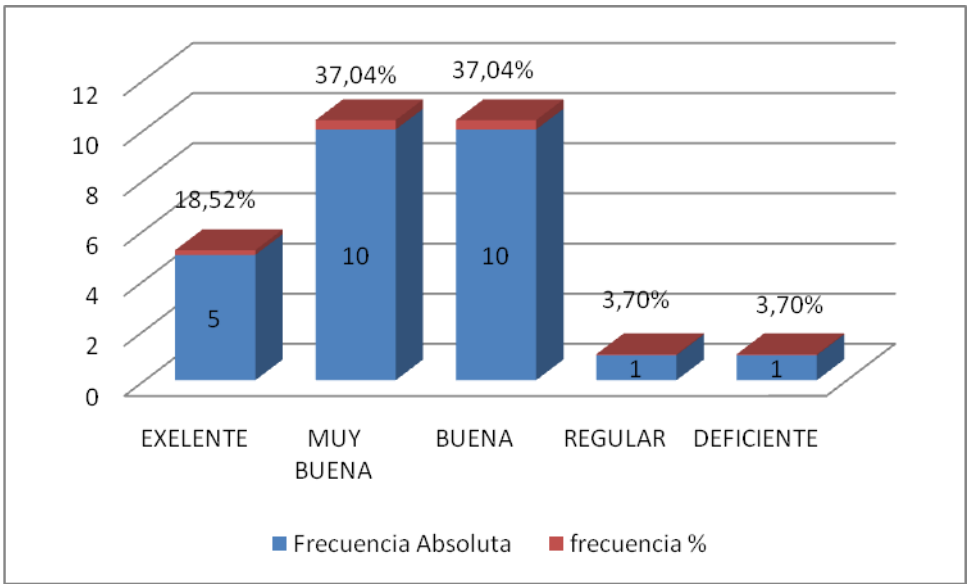
GRAFICO N° 20 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas respecto a su opinión a los niveles de inventario y los tiempos de colocación de los productos.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

De acuerdo a los datos plasmados, se puede concretar que la población encuestada emitió que 22 personas (81,48%)en su respuesta en la variable buena a muy buena de acuerdo a sus niveles de inventarios; que 04 personas (14,81%) manifestaron una tendencia excelente, y 01 persona opino regular. De lo que podemos inferir que los niveles de inventario que posee la empresa son positivos de acuerdo al tiempo de colocación de los productos en el mercado. Estando estos resultados también a las políticas de distribución de las políticas de marketing.

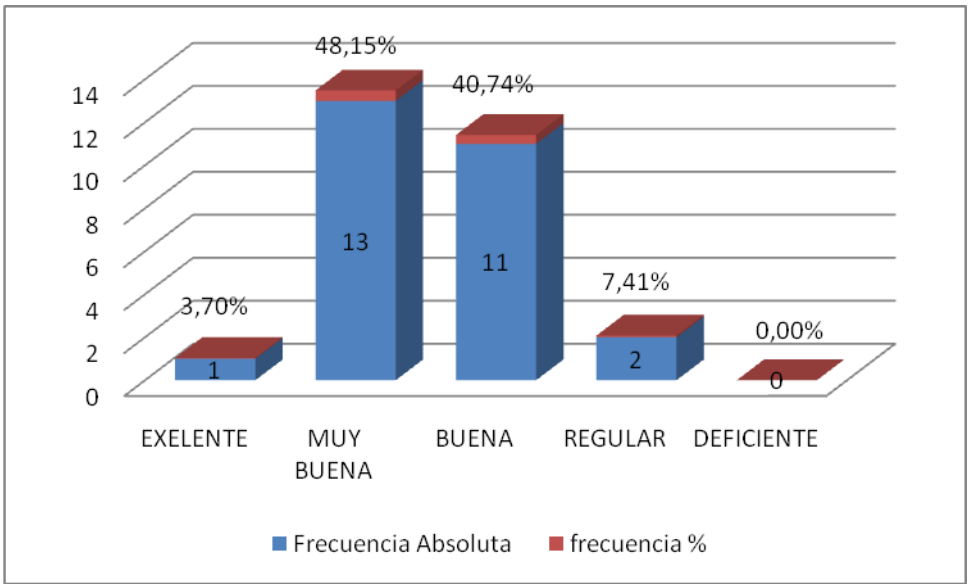
GRAFICO N° 21 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas respecto a la opinión de cómo está la empresa financieramente.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

Según los datos demostrados, se puede evidenciar que de la población encuestada 20 personas (74.08%) dijeron que son muy buenas y buena 5 personas (18.52%) manifestaron su respuesta en la variable excelente y que 1 persona (3.70%) dijeron que son regulares y 1 persona (3.70%) afirmaron que son deficiente. En tal sentido por los resultados obtenidos se puede inferir que actualmente la situación financiera que posee la empresa se encuentra en una tendencia positiva contrarrestando lo planteado en la teoría de los riesgos financieros.

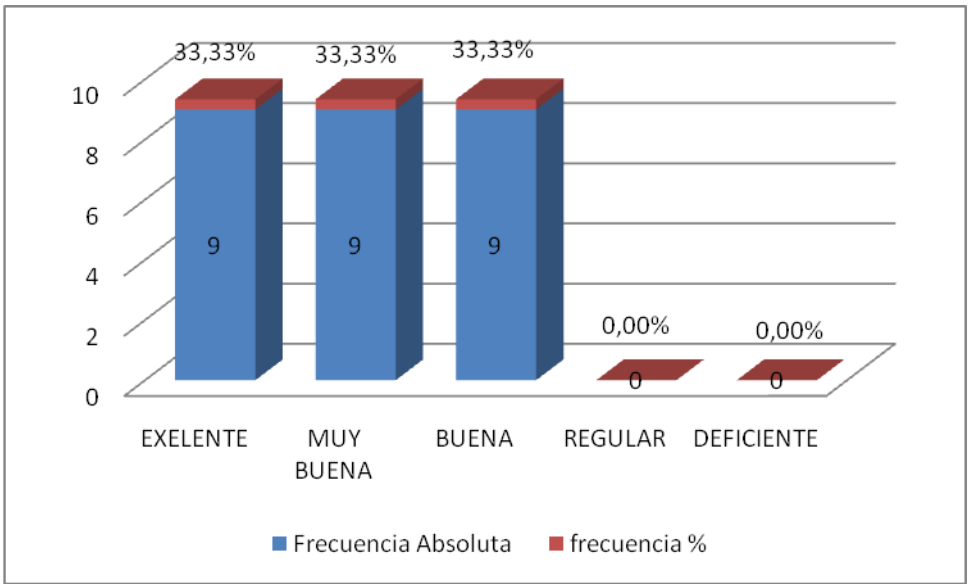
GRAFICO N° 22 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas respecto a las políticas utilizadas por la empresa para diagnosticar y evaluar los posibles riesgos económicos.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede afirmar, que la población encuestada arrojo que 13 personas (48.15%) dijeron que son muy buenas y que 11 personas (40.74%) manifestaron en su respuesta en la variable buena un total de 2 persona (7.41%) dijeron que son regulares y que 1 persona (3.70%) manifestaron su respuesta en la variable excelente. Tomando en cuenta por los datos obtenidos se puede inferir que actualmente las políticas utilizadas por la empresa para diagnosticar y evaluar los posibles riesgos económicos son muy buenas. Ya que toma en cuenta todos los elementos plasmado en la teoría del riesgo económico, permitiendo así a la empresa elaborar estrategias adecuadas para evitar los mismos.

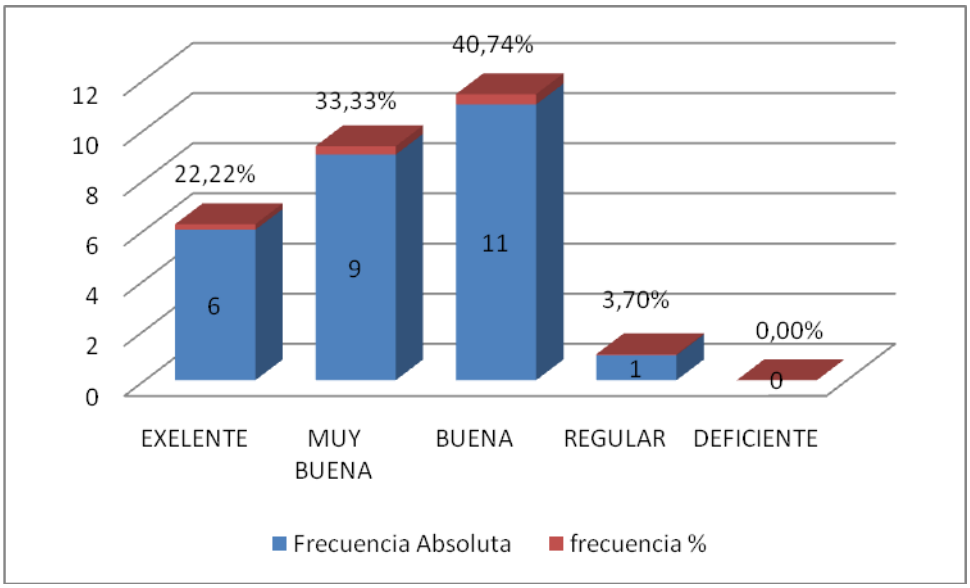
GRAFICO N° 23 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas de acuerdo a el gusto de los consumidores con y los productos en el mercado.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

Según los datos plasmado, se evidencia que la población encuestada emitió que las 27 personas (100%) mantienen una tendencia totalmente positiva de buena hacia la excelencia, afirmando así sin temor a equivocarnos que los gusto de los consumidores respecto a nuestros productos en el mercado no son cuestionables en cuanto a su aceptación. Basado en lo plasmado a la teoría de mercado y de marketing.

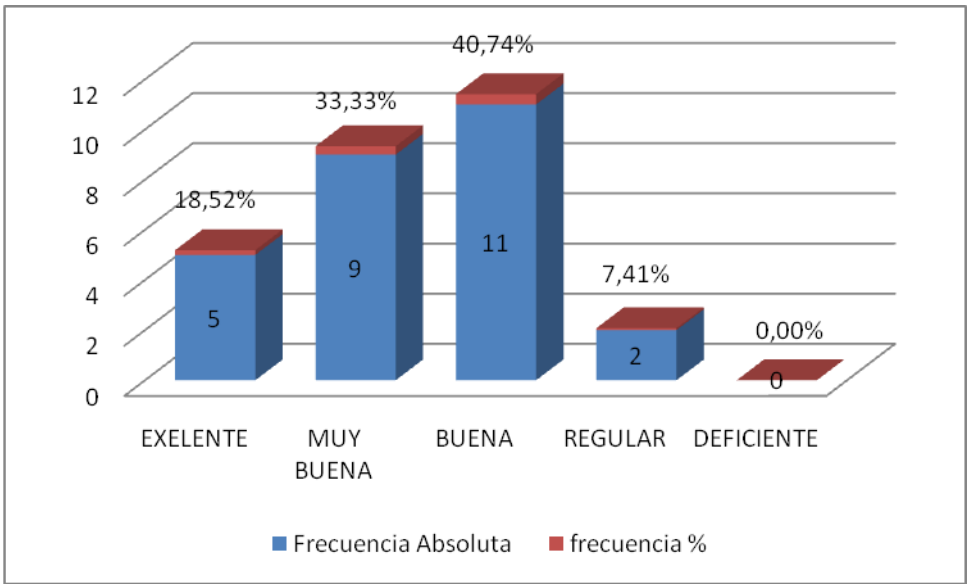
GRAFICO N° 24 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas respecto a las oportunidades de competencia en el mercado para los productos de la empresa.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede demostrar que la población encuestada emitió que 11 personas (40,74%) tienen una tendencia buena; 09 personas (33,33%) poseen una tendencia muy buena, 06 personas (22,22%) mantienen una tendencia excelente y 1 personas (3.70%) manifestó su respuesta en la variable regular. Con estos resultados obtenidos se puede aseverar que actualmente las oportunidades de competencia que tiene la empresa con respecto a sus productos son positivas estando su máxima expresión en la variable buena. Enmarcado estos resultados dentro de lo que establece dentro de los proceso establecidos en la teoría del marketing.

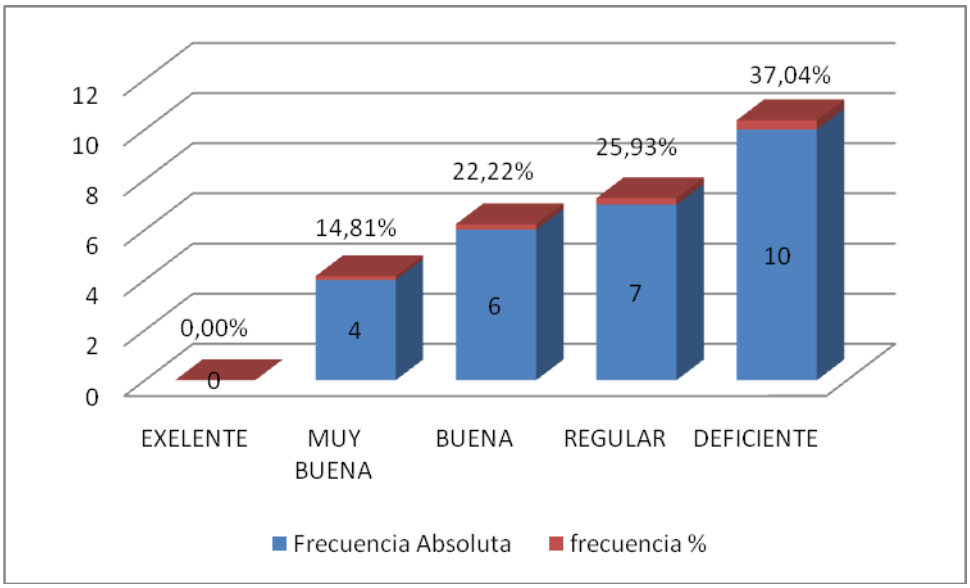
GRAFICO N° 25 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas en cuanto a cómo son los beneficios de los financiamientos externos.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

Según los datos tabulados, se puede afirmar que la población encuestada emitió respuestas diversas de la cuales destacan 11 personas (40,74%) manifestar que son buenos, 9 personas (33,33%) muy buenos, 5 personas (18,52%) excelentes y 2 personas (7,41%) regular. Por lo resultados obtenidos se puede aseverar que los financiamientos externos inciden positivamente en las políticas financieras de la empresa permitiendo esto contrarrestar lo sustentado en la teoría del riesgo financiero.

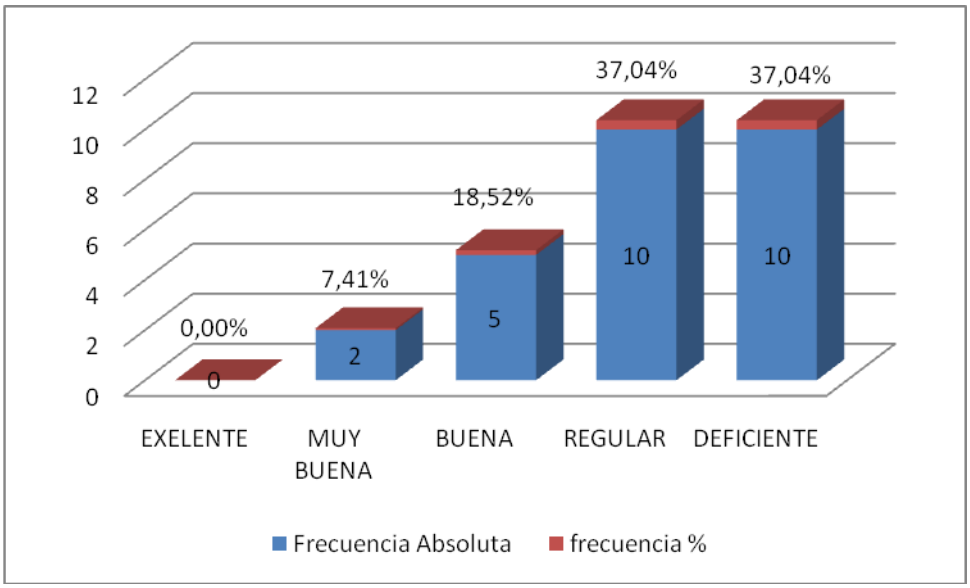
GRAFICO N° 26 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas relativo a el impacto de las políticas cambiarias en la producción de la empresa.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

De acuerdo a los datos plasmado, se puede evidenciar que 10 personas (37,04%) de los encuestados señalan que las políticas cambiarias han influido negativamente en la producción, 7 personas (25,93%) regular, 6 personas (22,22%) buena, 4 personas (14,81%) muy buena. De acuerdo a estos resultados se puede demostrar que las políticas cambiarias no aportan beneficios en las transacciones financieras de la empresa. Evidenciándose estar en presencia de riesgo cambiario

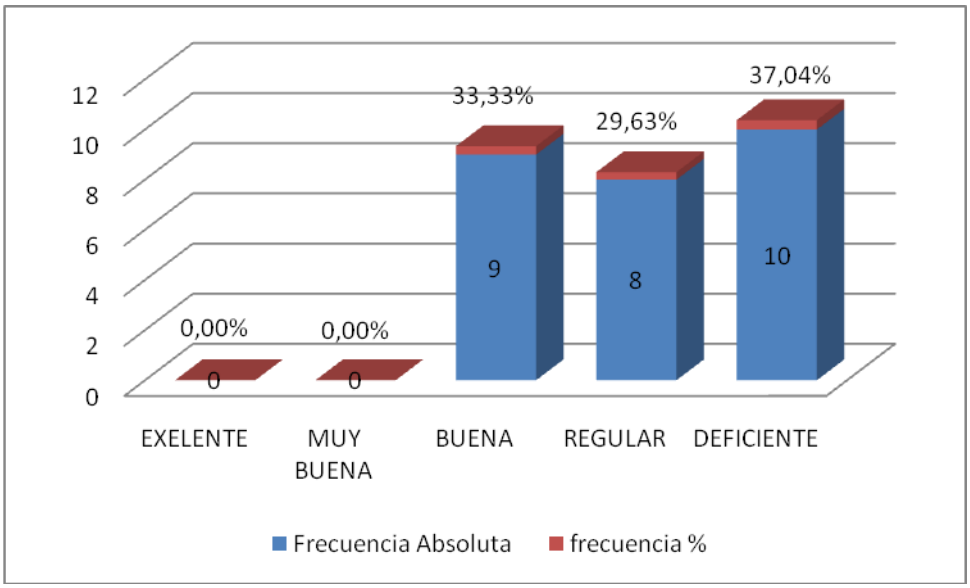
GRAFICO N° 27 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas en cuanto si el sistema cambiario beneficia a la empresa para la adquisición de la materia prima importada.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

Según los datos tabulados, se demuestra que la población encuestada emitió las siguientes respuestas 10 personas (37,04%) deficiente, 10 personas (37,04%) regular, 5 personas (18,52%) buena, 2 personas (7,41%) muy buena. Por lo cual se puede asegurar que para la empresa el funcionamiento del actual sistema cambiario no les garantiza una fortaleza para la productividad de la misma, ya 1a que inclinación porcentual más alta indica los valores negativos representados en la grafica demostrando esto que estamos en presencia de riesgo tanto económicos como cambiarios.

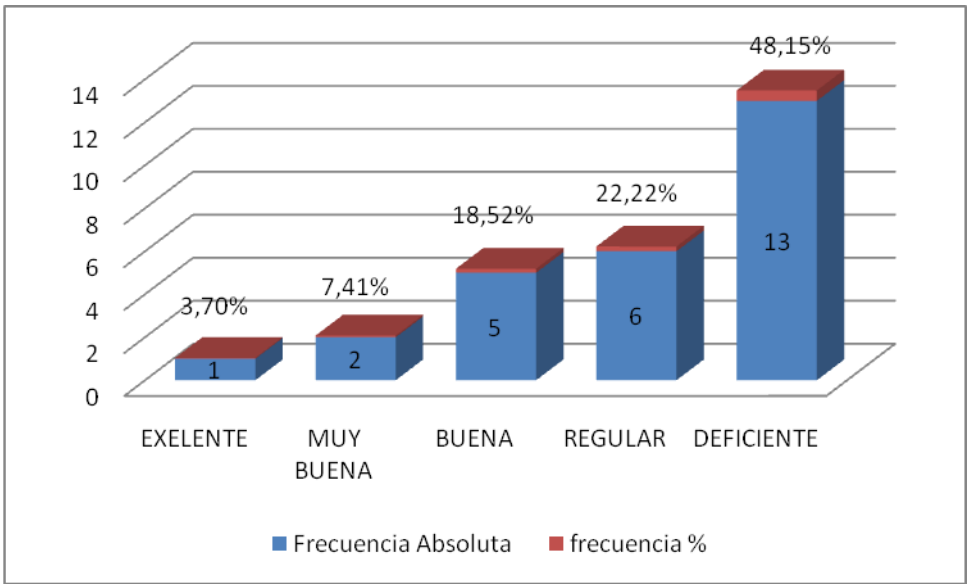
GRAFICO N° 28 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas relativo a las variaciones cambiarias de la moneda nacional con relación a la extranjera.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

De acuerdo a los datos obtenidos, se manifiesta en este grafico que la población encuestada emitió las siguientes respuestas 10 personas (37,04%) deficiente, 8 personas (29,63%) regular, 9(33,33%) buena, Por lo cual se puede afirmar que las variaciones cambiarias de la moneda nacional con relación a la extranjera son altamente riesgosas para la supervivencia de la empresa; aun cuando se evidencia también un alto porcentaje que manifiestan que es buena. La inclinación general va de regular a deficiente. Demostrando así al igual que el grafico anterior que estamos en presencia de riesgo cambiario y financiero.

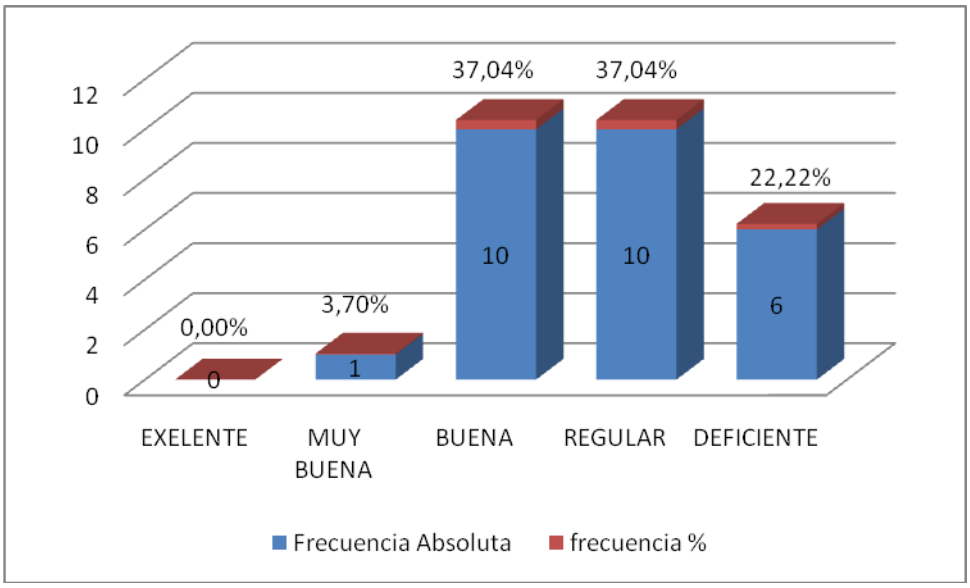
GRAFICO N° 29 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas referente a los canales para la adquisición de divisas para cumplir con los compromisos de importaciones.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

Referente a los datos plasmado, se puede afirmar que 13 personas (48,15%) deficiente, 6 personas (22,22%) regular, 5 personas (18,52%) buena, 2 personas (7,41%) muy buena y 1 personas (3,70%) excelente. de lo que se puede inferir que no es fácil la adquisición de divisas para el cumplimiento de compromisos extranjeros. Teniendo esto como consecuencia el desmejoramiento el poder adquisito de la empresa debido a los altos niveles de inflación que actualmente vive el país.

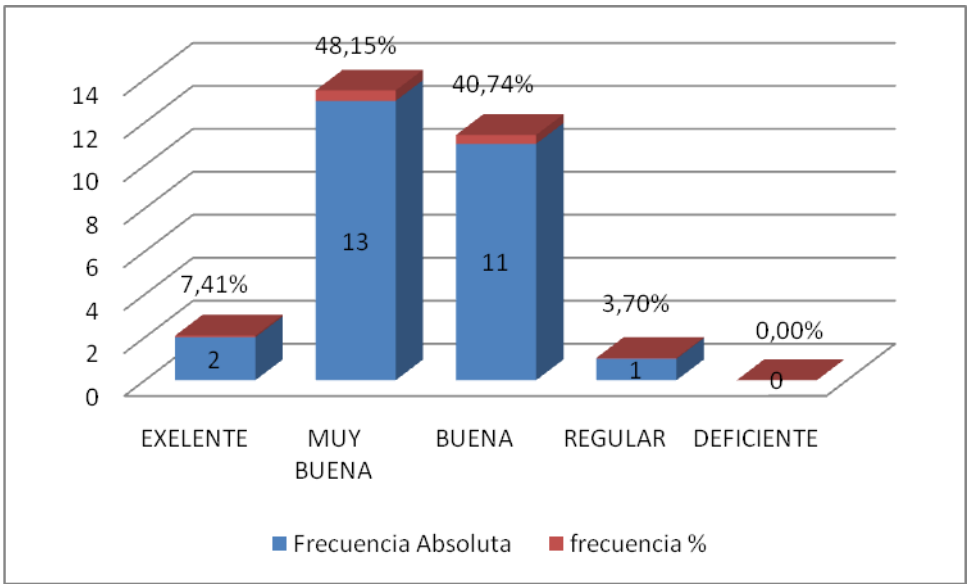
GRAFICO N° 30 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas relativo a las políticas fiscales para empresa.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

De acuerdo a los datos recopilados, se puede demostrar que las respuestas obtenidas de población encuestada se evidencio como resultado que los porcentajes más altos se concentra en buena y regular, donde 20 personas (74,08%), 6 personas (22,22) deficiente, 1 personas (3,70%) muy buenas, demostrando claramente que políticas fiscales existentes en el país no son beneficiosas para el funcionamiento comercial de la empresa. Corroborándose así lo plasmado en la teoría del riesgo fiscal.

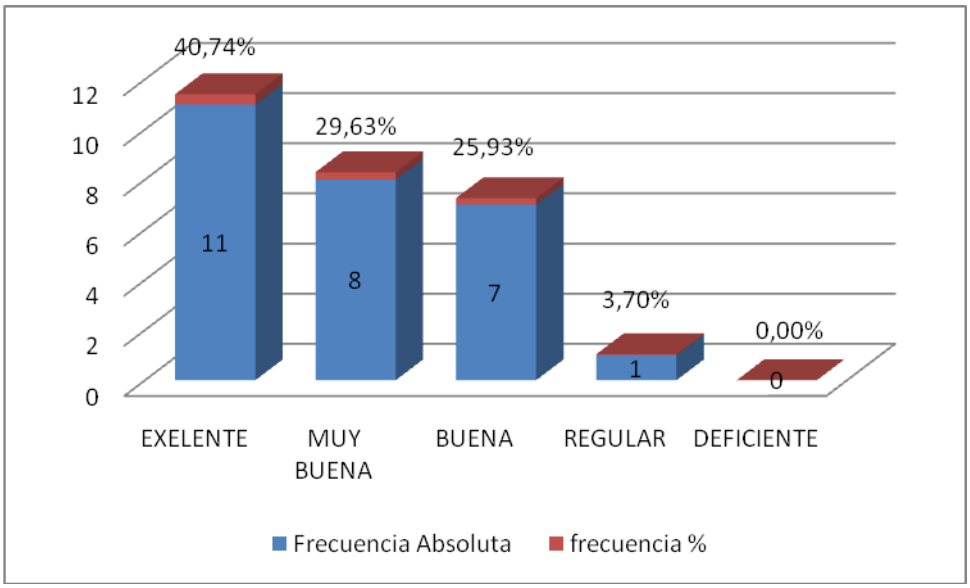
GRAFICO N° 31 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas concerniente a la realidad actual de la empresa y el cumplimientos de sus compromisos.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede demostrar que la población encuestada 13 personas (48,15%), a firman que muy buena, 11 personas (40,74%) buena, 2 personas (7,41%) excelente y 1 personas (3,70%) deficiente; donde se puede decir que la empresa tiene un buen cumplimiento de sus compromisos con una tendencia favorable dentro de los rangos buena muy buena y excelente. Todo esto soportado de acuerdo a los planteamientos de la teoría de riesgo de insolvencia y de cobro.

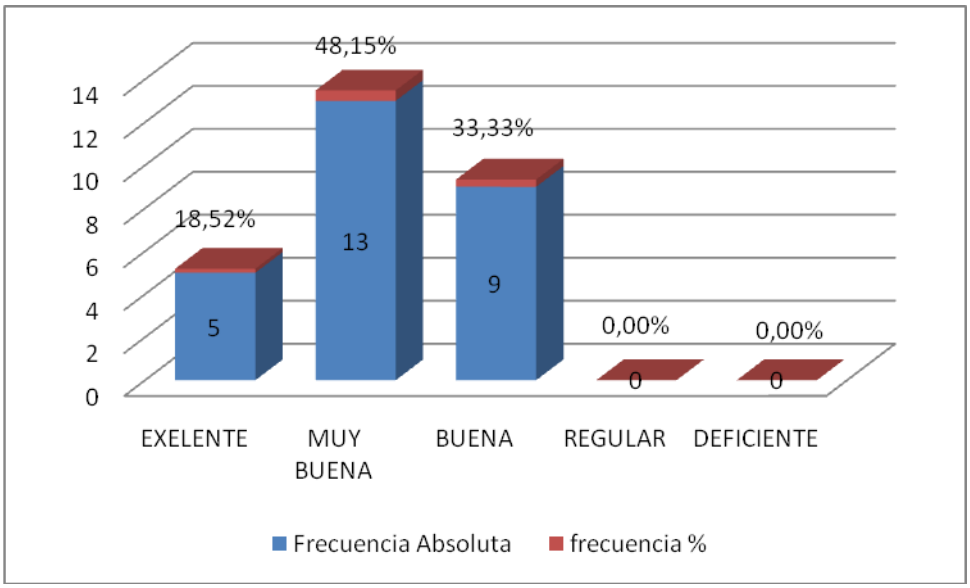
GRAFICO N° 32 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas concerniente a la comparación de los productos colocados en el mercado con otros productos similares.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede evidenciar que las respuestas de población encuestada dio como resultado que 1 personas (3,70%), dijeron que era regular, 7 personas (25,93%) buena, 8 personas (29,63%) muy buena y 11 personas (40,74%) excelente, demostrando claramente que los productos colocados en los mercados son altamente competitivos y de excelente calidad. Evidenciando así que estamos en presencia de cumplimiento en la ejecución de los procesos de marketing.

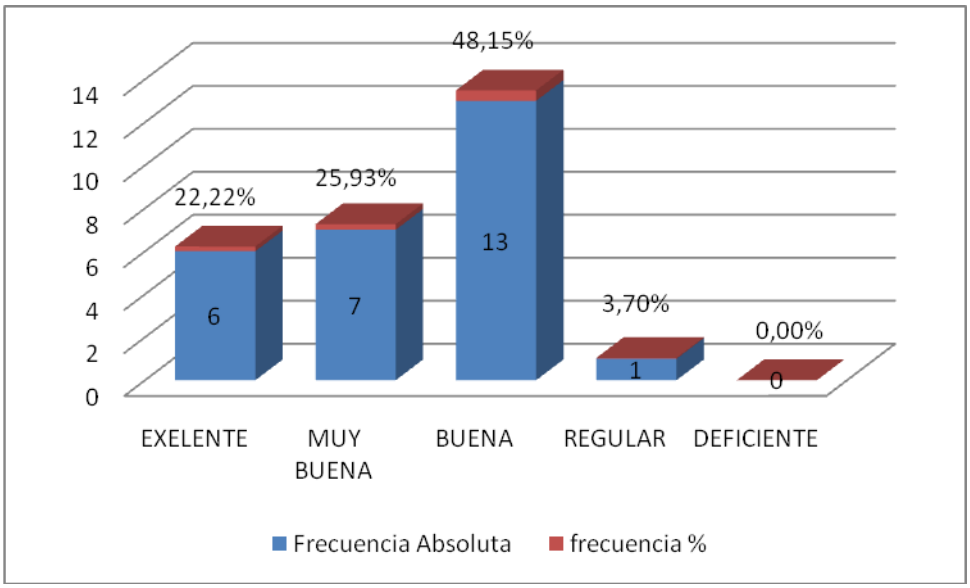
GRAFICO N° 33 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas relativo a los canales de comercialización que posee la empresa.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede visualizar que 13 personas (48,15%) de las personas sometidas a estudio manifestaron que los canales de comercialización son muy buenos, 9 personas (33,33%) buena, 5 personas (18,52%) excelente de lo que se puede inferir que los canales de comercialización constituyen un elemento clave para la empresa, facilitando las actividades de negociaciones y colocación en el mercado de los productos brindando los mismo una fortaleza a la organización. Comprobándose así que estamos en presencia de ejecución de políticas de competencia plasmada en la teoría del marketing.

GRAFICO N° 34 Distribución absoluta y porcentual del personal administrativo adscripto a las oficinas de Gerencia General, Contabilidad, Producción, Almacén, Compras y ventas concerniente a el pecio de venta de los productos.



Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017.

Según los datos tabulados, se puede demostrar que 13 personas (48,15%) de las sometidas a estudio manifestaron que el precio de venta es bueno, 7 personas (25,93%) muy buena, 6 personas (22,22%) excelente y 1 personas (3,705) regular; de donde se puede inferir que el precio de venta de los productos es accesible a los consumidores en el mercado por tal razón, esto hace al producto competitivo y a su vez también se puede afirmar que estos resultados están apegados a las política de precio planteadas en la teoría del marketing.

CONCLUSIONES

Una vez expuesto los diversos tópicos relacionados con el Riesgo económico y sus incidencias en las ventas de Inversiones El Salmón, C.A (ISALCA), ubicada en la zona industrial de Carúpano Estado – Sucre; el resultado obtenido con el cuestionario aplicado ha demostrado que:

- La empresa posee una excelente cartera de clientes, que le permiten tener un buen flujo de efectivo, respaldado por el cumplimiento de estos con la organización; garantizando así las recuperación de las inversiones.

- A pesar de los riesgos financieros que actualmente enfrenta la empresa, esta mantiene buenas inversiones, excelente cumplimiento con los compromisos a corto plazo, gracias a las previsiones tomadas en la planificación y ejecución de sus políticas financieras.

- Los niveles de inventario aunque no son excelentes son buenos, permitiendo estos cubrir la buena demanda del producto en el mercado, y colocación de los mismos en los tiempos planificados.

- Los canales de distribución y comercialización establecidos mantienen a la empresa en un buen nivel competitivo dentro del mercado aun así los productos no son tan competitivos comparados con otros en el mercado.

- Las buenas políticas de marketing establecidas, han permitido tener un amplio conocimiento de los gustos de los consumidores, así como establecer las buenas políticas publicitarias con que cuenta la empresa para proyectar sus productos.

- Las políticas empleadas por la empresa para diagnosticar y evaluar los riesgos financieros han permitido a esta mantener una buena posición financiera, para seguir aprovechando las oportunidades existentes actualmente en el mercado.

RECOMENDACIONES

Una vez realizadas las conclusiones de la investigación y observando ciertas fallas y/o debilidades detectadas en la aplicación del cuestionario Los Riesgos económicos y sus incidencias en las ventas de Inversiones El Salmón, C.A (ISALCA), ubicada en la zona industrial de Carúpano Estado Sucre. Se sugiere a los directivos lo siguiente:

- Preparar campañas más agresivas de publicidad, que acompañadas de las buenas políticas de marketing que posee la empresa le permitan convertir a sus productos en líderes del mercado.

- Incluir en las planificaciones a corto y mediano plazo las diversas previsiones para enfrentar los cambios fiscales y cambiarios que puedan afectar a la empresa producto de las políticas gubernamentales empleadas en este ámbito.

- Mantener las políticas de los financiamientos externos para equilibrar las deficiencias del poder adquisitivo producidas por los efectos de las políticas cambiarias y fiscales.

- La empresa Inversiones El Salmón, CA (ISALCA), debe brindarle la oportunidad de preparación intelectual en las materias financieras a todo el personal empleado del área de venta, compras, comercialización y distribución a fin de crear el sentido de pertinencia hacia la empresa.

- Mantener una evaluación constante del mercado más ajustada a la realidad actual que les permitan valorar los nuevos riesgos que se puedan estar presentando, externamente y que puedan afectar a las ventas presentes y futuras.

BIBLIOGRAFIA.

- http:/www (Rodríguez, 2012, p. 118).Riesgo Cambiario
- http:/www actualícese.com/opinion/los-riesgos-economicos-enlas-empresas-jose-arbey-maldonado/ (riesgo inflacionario)
- http:/www Ávila J (2005) medición y control de riesgo financieros en empresas del sector real, Pontificaría Universidad Javeriana facultad de ciencias económicas, administrativas y contables
- http:/www Catacora (2002): Riesgo Inflacionario
- Código de comercio Gaceta N° 475 Extraordinaria del 21 de diciembre de 1955
- Código orgánico tributario
- Constitución de la república bolivariana de Venezuela Publicada en Gaceta Oficial del jueves 30 de diciembre de 1999, N° 36.860
- http:/www Economipedia Financiera expresa Riesgo de insolvencia o cobro
- http:/www Fernández (2002) Riesgo inflacionario
- Fidias Arias (2006:107) Bases teóricas de las investigación
- http:/www Fonseca Z (2015) competitividad la clave del éxito empresarial
- htpp://es.wikipedia.org/ wiki/riesgo_ empresarial (Juan Mascareñas)
- http://infodesdemibl.blogspot.com/ *(McCarthy*, 1964) marketing

- http://www.americanmarketingasociation.com
- http://www.es.slideshare.net/ marco teórico
- http://www.eumed.net/rev/tlatemoani/05/vtd.htm (activos intangibles)
- http://www.expansion.com/diccionario-economico/ratios-de-liquidez.html (riesgo de liquidez)
- http://www.gestionpolis.com/tag/competitividad
- http://www.origendelries.com
- http://www.riesgo.com
- http://www.riesgoeconomicos.com
- http:/www.teoriadelriesgo.com
- https://es.slideshare.net/mariaangelica9210/teoria-de-la-probabilidad-37178841
- https://es.wikipedia.org/publicidad
- https://es.wikipedia.org/wiki/Inflacion (riesgo inflacionario)
- https://www.euroresidentes.com/empresa_empresas/diccionario_de_empresa/finanzas/r/riesgo-legal.htm (riesgo legal)
- https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm (ventas)
- Ley de impuesto al valor agregado

- Ley de impuesto sobre la renta
- Lugo, L (2016). Informe de pasantía de la Universidad Politécnica territorial de paria.
- http:/www Mascareñas, J (2001) concepto sobre riesgos
- http:/www Mc Carthy (1964) Marketing
- http:/www Méndez J (2012) concepto de demanda.
- http:/www riesgoentipodecambiouft2014.blogspot.com (riesgo Cambiario)
- http:/www Rodríguez Manuel, Piñeiro C, Monelos P. En su trabajo titulado: Mapas de Riesgos: Identificación y Gestión de Riesgos, Universidad La Coruña, España 2013
- http:/www Tipantuña M. Evaluación y prevención de riesgos financieros en la fundación de ayuda micro empresarial FUNDAMIC, Ecuador 2013.
- w.w.w.euroresidentes.com (riesgo financiero)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Philip_Kotler

ANEXOS

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE - CARÚPANO
COORDINACIÓN GENERAL

Carúpano, 03 de noviembre de 2016

NSC N° 209/2016

Ciudadanos:
Lcda. Astrid Acosta
Jefe de Departamento de RRHH
Inversiones El Salmón C.A. (ISALCA)
Su Despacho.-

Estimada Lcda. Acosta.

Me dirijo a usted en la oportunidad de hacerle formal presentación delosBachilleres:**GAMERO R. FRANCIS DELV. C.I.Nº 16.842.950, GAMBOA U. CARIS V.C.I. 16.398.771** y **GARCÍA M. MANUEL DEL J. C.I. 10.885.009,** quienes están cursando la carrera **LICENCIATURA EN CONTADURÍA PÚBLICA**y está en la obligación de presentar su Trabajo de Investigación como uno de los requisitos para aprobar la asignatura Área de Trabajo, como requisito parcial para optar al título respectivo.

En consecuencia, solicítole muy respetuosamente, interponer sus buenos oficios en el sentido de que los mencionados Bachilleres puedan realizar dicha actividad en la Organización que usted gerencia.

Estimando la atención que pueda dispensar a la presente, se suscribe de usted.

Cordialmente,

Prof. Manuel Gamboa
Coordinador General
Núcleo de Sucre-Carúpano

MG/ma

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE – CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS (CUESTIONARIO)

Yo, **Orfeo Patiño**, titular de la **C.I N° 5.879.386** de profesión Contador Público con una experiencia de 20 años en el área de Contaduría Pública en la Universidad de Oriente, Núcleo de Sucre – Carúpano, Hago constar, en mi calidad de experto (a) en el área precitada, que valido el contenido del cuestionario que será aplicado en la investigación intitulada " **Los riesgos económicos y sus incidencias en las ventas de Inversiones El Salmón, C.A (ISALCA), zona industrial de Carúpano – Estado Sucre para el periodo 2.017"** a se desarrollada por los **Br. Caris Gamboa**, titular de la **C.I N° 16.398.771**, **Br. Francys Gamero** titular de la **C.I. N° 16.842.950** y **Lcdo. Manuel García** titular de la **C.I.N° 10.885.009** como trabajo, modalidad Curso Especial de Grado, de acuerdo a la consideración de los criterios y escala de valoración, presentada en la planilla anexa, para cada uno de los ítems conformantes del mismo.

Firma

Para la validación de las preguntas se consideran las siguientes calificaciones:

1= Deficiente 2= Regular 3= Buena 4= Muy buena 5= Excelente																										
Ítems	Pertinencia					Relevancia					Exactitud					Claridad					Coherencia					Observación
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1				X					X					X					X					X		
2				X					X					X					X					X		
3				X					X					X					X					X		
4			X					X						X					X					X		
5			X					X						X					X					X		
6			X					X						X					X					X		
7				X				X						X					X					X		
8				X				X						X					X					X		
9				X				X						X					X					X		
10				X				X						X					X					X		
11				X					X					X					X					X		
12			X						X						X				X					X		
13			X						X						X				X					X		
14				X					X					X					X					X		
15				X					X					X					X					X		
16				X					X					X					X					X		
17				X					X						X				X					X		
18				X					X					X					X					X		
19				X					X					X					X					X		
20				X					X					X						X				X		
21				X					X					X						X				X		
22				X					X					X				X						X		
23				X				X						X				X					X			
24			X					X							X				X				X			
25			X					X					X						X				X			
26			X					X					X						X				X			
27			X					X					X						X				X			
28				X				X					X						X				X			
29				X				X					X						X				X			
30				X				X					X						X				X			
31				X				X					X						X				X			
32				X				X					X						X				X			
33				X					X						X				X					X		
34				X					X					X					X					X		

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE – CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS (CUESTIONARIO)

Yo, **Oliver Márquez**, titular de la **C.I N° 13.294.261** de profesión Contador Público con una experiencia de 14 años en el área de Contaduría Pública en la Universidad de Oriente, Núcleo de Sucre – Carúpano, Hago constar, en mi calidad de experto (a) en el área precitada, que valido el contenido del cuestionario que será aplicado en la investigación intitulada " **Los riesgos económicos y sus incidencias en las ventas de Inversiones El Salmón, C.A (ISALCA), zona industrial de Carúpano – Estado Sucre para el periodo 2.017"** a se desarrollada por los **Br. Caris Gamboa**, titular de la **C.I N° 16.398.771**, **Br. Francys Gamero** titular de la **C.I. N° 16.842.950** y **Lcdo. Manuel García** titular de la **C.I.N° 10.885.009** como trabajo, modalidad Curso Especial de Grado, de acuerdo a la consideración de los criterios y escala de valoración, presentada en la planilla anexa, para cada uno de los ítems conformantes del mismo.

Firma

Para la validación de las preguntas se consideran las siguientes calificaciones:

1= Deficiente 2= Regular 3= Buena 4= Muy buena 5= Excelente																											
Ítems	Pertinencia					Relevancia					Exactitud					Claridad					Coherencia					Observación
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1																										
2																										
3																										
4																										
5																										
6																										
7																										
8																										
9																										
10																										
11																										
12																										
13																										
14																										
15																										
16																										
17																										
18																										
19																										
20																										
21																										
22																										
23																										
24																										
25																										
26																										
27																										
28																										
29																										
30																										
31																										
32																										
33																										
34																										

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE – CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS (CUESTIONARIO)

Yo, **Tania Faria Malavé**, titular de la **C.I:6.953.614** de profesión Lcda. En Administración con una experiencia de 16 años en el área, en la Universidad de Oriente, Núcleo de Sucre – Carúpano, Hago constar, en mi calidad de experto (a) en el área precitada, que valido el contenido del cuestionario que será aplicado en la investigación intitulada **" Los riesgos económicos y sus incidencias en las ventas de Inversiones El Salmon, C.A (ISALCA), zona industrial de Carúpano – Estado Sucre para el periodo 2.017"** desarrollada por los **Br. Caris Gamboa**, titular de la **C.I:6.398.771**, **Br. Francys Gamero** titular de la **C.I:16.842.950** y **Lcdo. Manuel García** titular de la **C.I:10.885.009** como trabajo, modalidad Curso Especial de Grado, de acuerdo a la consideración de los criterios y escala de valoración, presentada en la planilla anexa, para cada uno de los ítems conformantes del mismo.

Firma

Para la validación de las preguntas se consideran las siguientes calificaciones:

1= Deficiente 2= Regular 3= Buena 4= Muy buena 5= Excelente																											
Ítems	Pertinencia					Relevancia					Exactitud					Claridad					Coherencia					Observación
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1																										
2																										
3																										
4																										
5																										
6																										
7																										
8																										
9																										
10																										
11																										
12																										
13																										
14																										
15																										
16																										
17																										
18																										
19																										
20																										
21																										
22																										
23																										
24																										
25																										
26																										
27																										
28																										
29																										
30																										
31																										
32																										
33																										
34																										

Universidad De Oriente
Núcleo De Sucre– Carúpano
Escuela De Administración
Departamento De Contaduría

Estimado

Gerente General

El presente instrumento de recolección de datos consiste en un cuestionario, diseñado de manera que el informante responda libremente sobre el enunciado formulado; el mismo es contentivo de una serie de preguntas estructuradas en un cuadro a escala Liker, donde el investigador partiendo de la operacionalizaciòn de variables, identificando elementos de importancia para el logro de los objetivos planteados.

El mismo ha sido diseñado con el fin de obtener información necesaria y suficiente sobre **LOS RIESGO ECONÓMICO Y SUS INCIDENCIAS EN LAS VENTAS DE INVERSIONES EL SALMÓN, C.A (ISALCA), ZONA INDUSTRIAL DE CARÚPANO, ESTADO SUCRE, DURANTE EL PERIODO 2.016.** En tal sentido esperamos su mayor colaboración, garantizándoles que la información suministrada por usted será bajo la más estricta confidencialidad y solo será usada para fines de la investigación.

Gracias de antemano por su colaboración.

Carúpano, Marzo 2017.

Universidad De Oriente
Núcleo De Sucre– Carúpano
Escuela De Administración
Departamento De Contaduría

LOS RIESGO ECONÓMICO Y SUS INCIDENCIAS EN LAS VENTAS DE INVERSIONES EL SALMÓN, C.A (ISALCA), ZONA INDUSTRIAL DE CARÚPANO, ESTADO SUCRE, DURANTE EL PERIODO 2.016.

REALIZADO POR:
Br. Gamboa U. Caris V
C.I:16.398.771
Br. Gamero R Francys del V
C.I: 16.842.950
Lcdo. García M Manuel del J
C.I: 10.885.009

Carúpano, Marzo de 2017.

INSTRUCCIONES:

Lea cuidadosamente las preguntas.

Cada pregunta cuenta con distintas opciones de las cuales usted debe seleccionar solamente una según su criterio, (Marque con una X).

A= Excelente

B= Muy buena

C= Buena

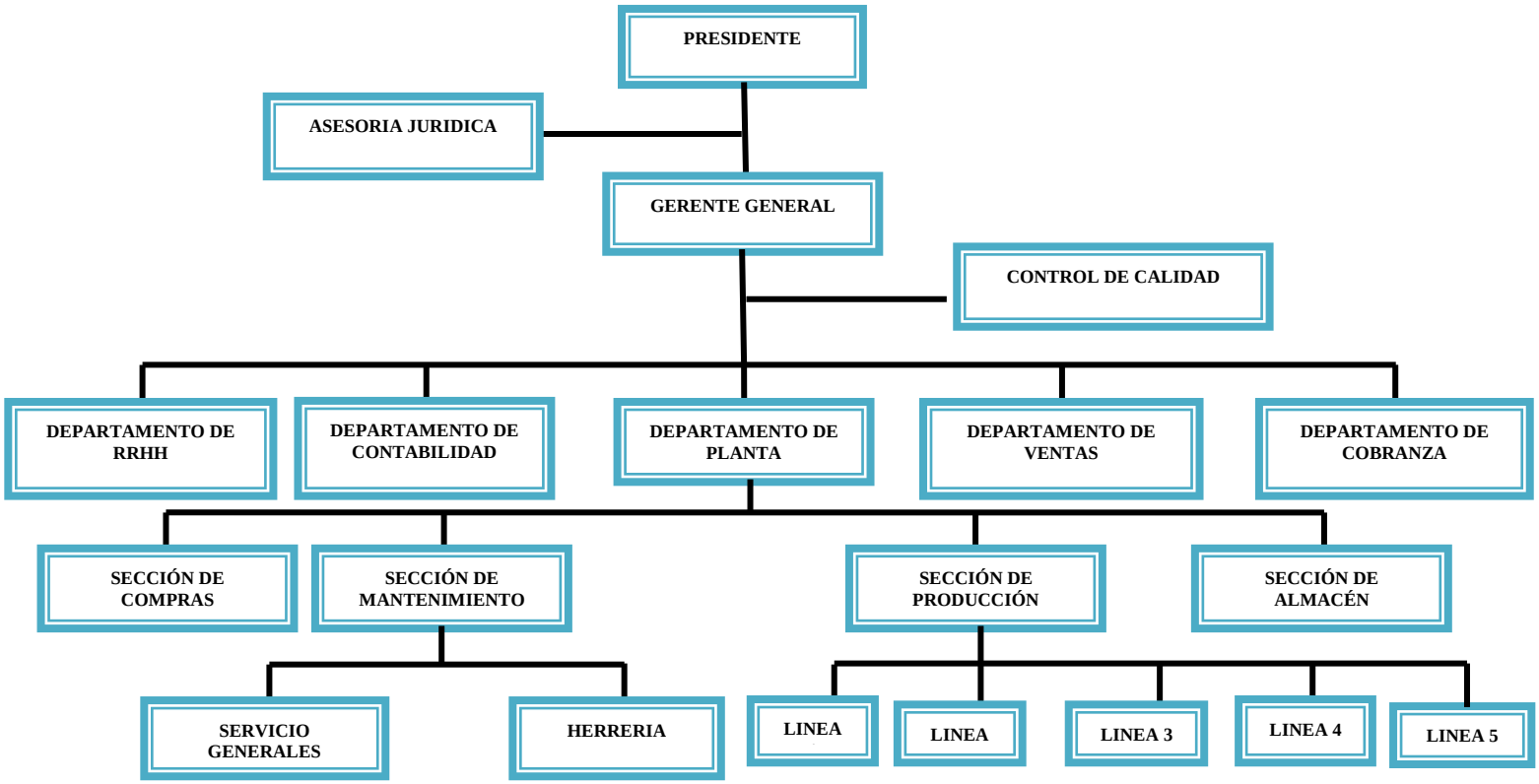
D= Regular

E= Deficiente

A= Excelente B= Muy buena C= Buena D= Regular E= Deficiente						
NN°	**PREGUNTAS**	**A**	**B**	**C**	**D**	**E**
1	¿Tomando en cuenta los riesgos financieros, como considera usted que es la actividad de la empresa actualmente?					
2	¿Cómo es el flujo de efectivo de la empresa?					
3	¿Cómo considera usted que son las política financieras de la empresa frente a posibles riesgos económicos?					
4	¿Cómo son actualmente las inversiones de la empresa?					
5	¿Cómo es Cumplimiento de la empresa con sus compromisos de pago a corto plazo?					
6	¿De manera general cuál es la calidad de los clientes que posee la empresa?					
7	¿Cómo considera usted los canales de distribución existentes?					
8	¿Desde su punto de vista como son las ofertas de su producto en el mercado?					
9	¿A qué nivel considera esta la demanda del producto en el mercado?					
10	¿Cómo es la recuperación de las inversiones de la empresa?					
11	¿Cómo es el cumplimiento de los compromisos de los clientes?					
12	¿Cómo considera usted que actualmente es el comportamiento del mercado cambiario?					
13	¿Cómo considera usted la competencia de sus productos en el mercado?					
14	¿Ante la situación actual del país como está el poder adquisitivo de la empresa?					
15	¿De acuerdo a la oferta y demanda del mercado como considera usted que es la competencia de su producto?					
16	¿Cómo Considera usted que es el esquema de la estructura de costo de los productos terminados?					
17	¿Cómo son los niveles de inventario de la empresa?					
18	¿Cómo son las políticas de *Marketing* actuales de la empresa para el logro de los objetivos?					
19	¿Cómo las políticas publicitarias de la empresa?					
20	¿Tomando en cuenta los niveles de inventario, como son los tiempos de colocación de los productos?					
21	¿Cómo cree usted que esta la empresa financieramente?					
22	¿Cómo son las políticas utilizadas por la empresa para diagnosticar y evaluar los posibles riesgos económicos?					
23	¿Según usted como es el gusto de los consumidores con sus productos en el mercado?					
24	¿Cómo ve usted actualmente las oportunidades de competencia en el mercado para los productos de la empresa?					

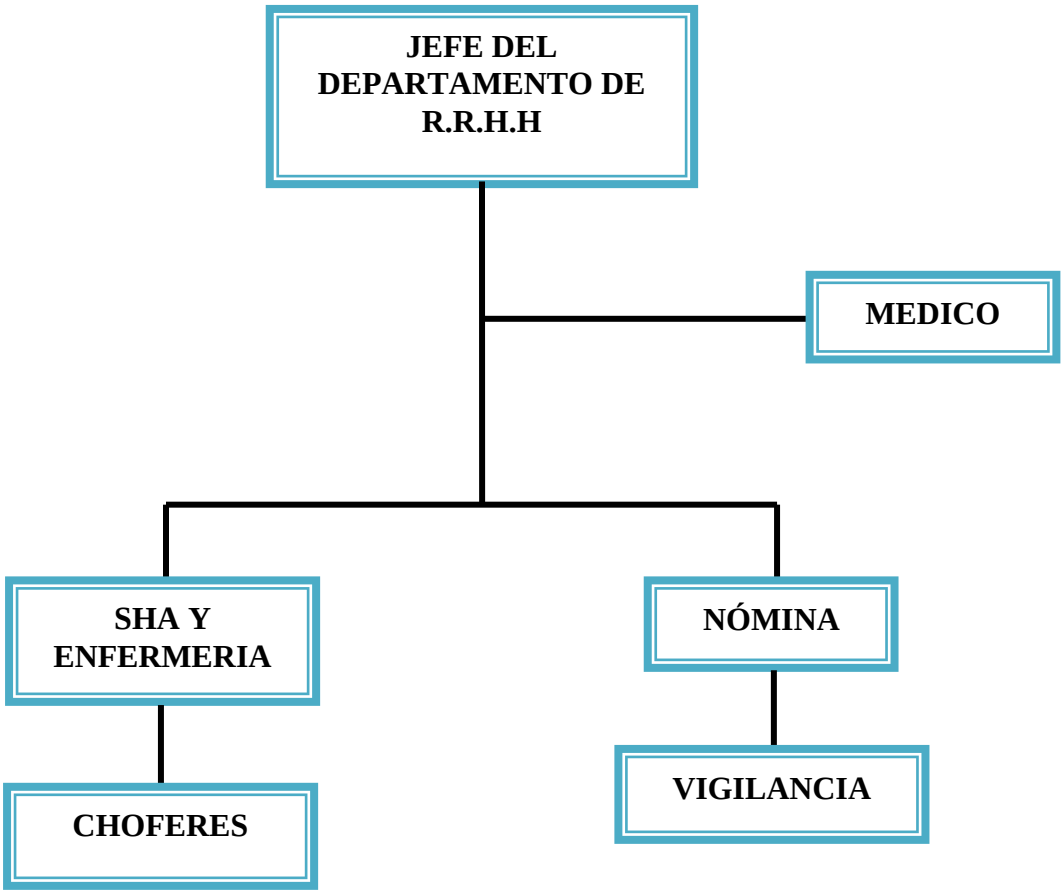
25	¿Según su criterio como son los beneficios de los financiamientos externos?					
26	¿Cómo es el impacto de las políticas cambiarias en la producción de la empresa?					
27	¿De qué manera cree usted que el sistema cambiario beneficia a la empresa para la adquisición de la materia prima importada?					
28	¿Cómo son para su empresa las variaciones cambiarias de la moneda nacional con relación a la extranjera?					
29	¿Cómo son los canales para la adquisición de divisas para cumplir con los compromisos de importaciones?					
30	¿Cómo son los efectos de las políticas fiscales para empresa?					
31	¿De acuerdo a la realidad actual de la empresa como considera usted que es el cumplimientos de sus compromisos?					
32	¿Comparados con otros productos colocados en el mercado como son sus productos?					
33	¿Cómo son los canales de comercialización que posee la empresa?					
34	¿Cómo cree usted que es el pecio de venta de los productos?					

Organigrama General de la Empresa Inversiones El Salmón, C.A (ISALCA)



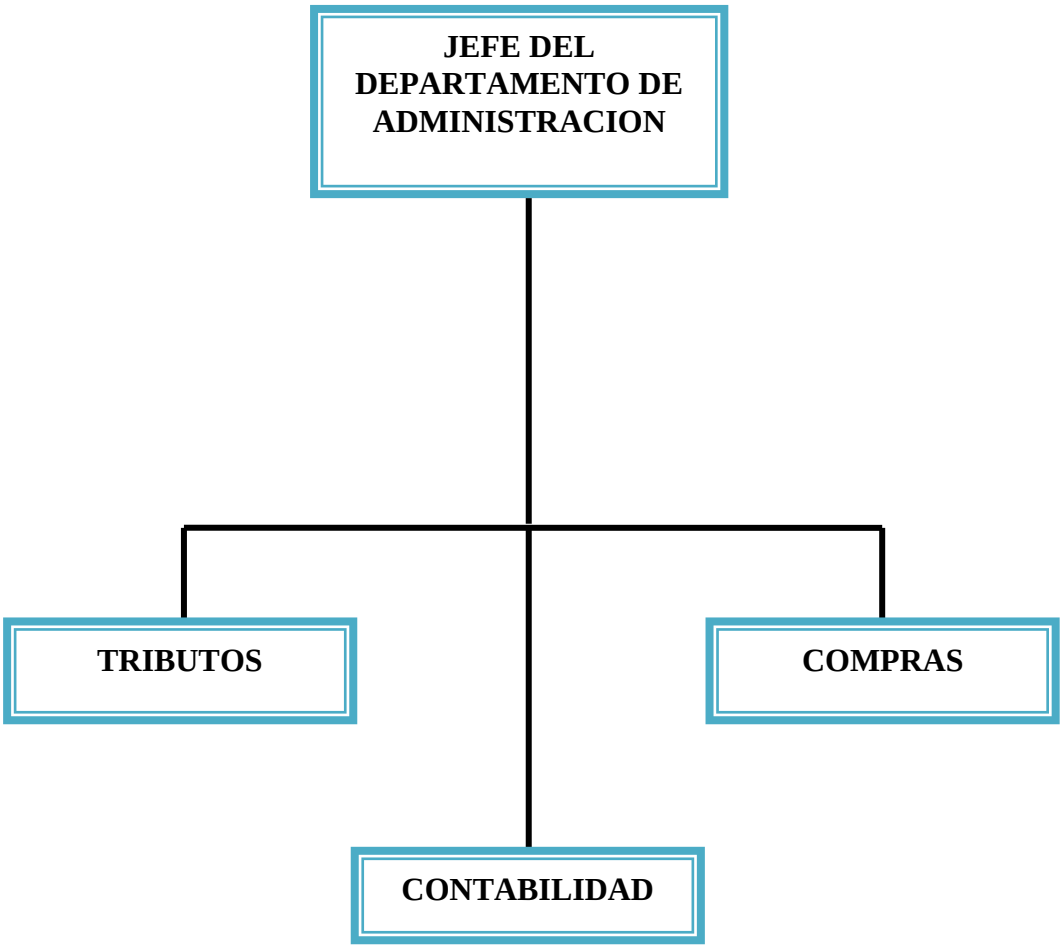
Fuente: Informe de pasantías Lucy Lugo Universidad Politécnica Territorial de Paria (UPTP) Carúpano Estado Sucre 2016.

Organigrama Funcional del Departamento de Recursos Humanos



Fuente: Informe de pasantías Lucy Lugo Universidad Politécnica Territorial de Paria (UPTP) Carúpano Estado Sucre 2016

Organigrama funcional del Departamento de Administración

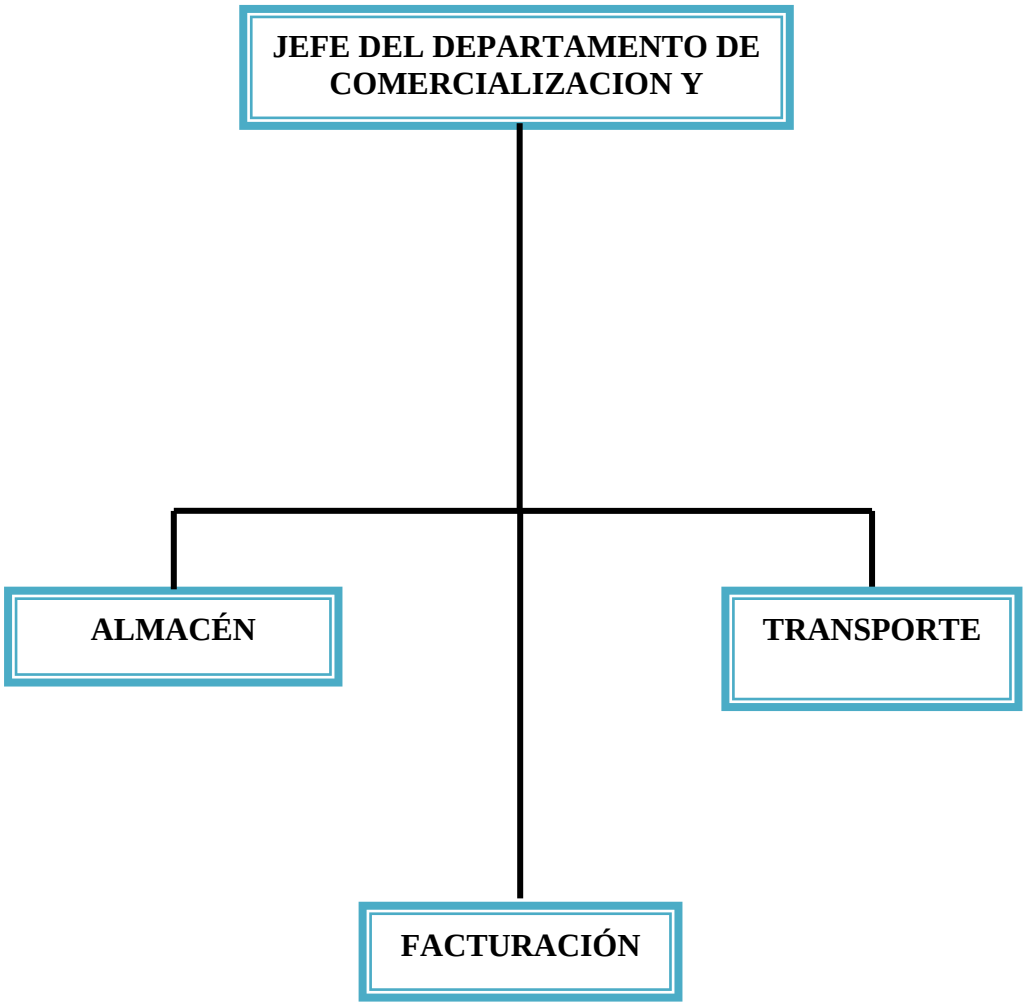


Fuente: Informe de pasantías Lucy Lugo Universidad Politécnica Territorial de Paria (UPTP) Carùpano Estado Sucre 2016

Organigrama Funcional del Departamento de Planta

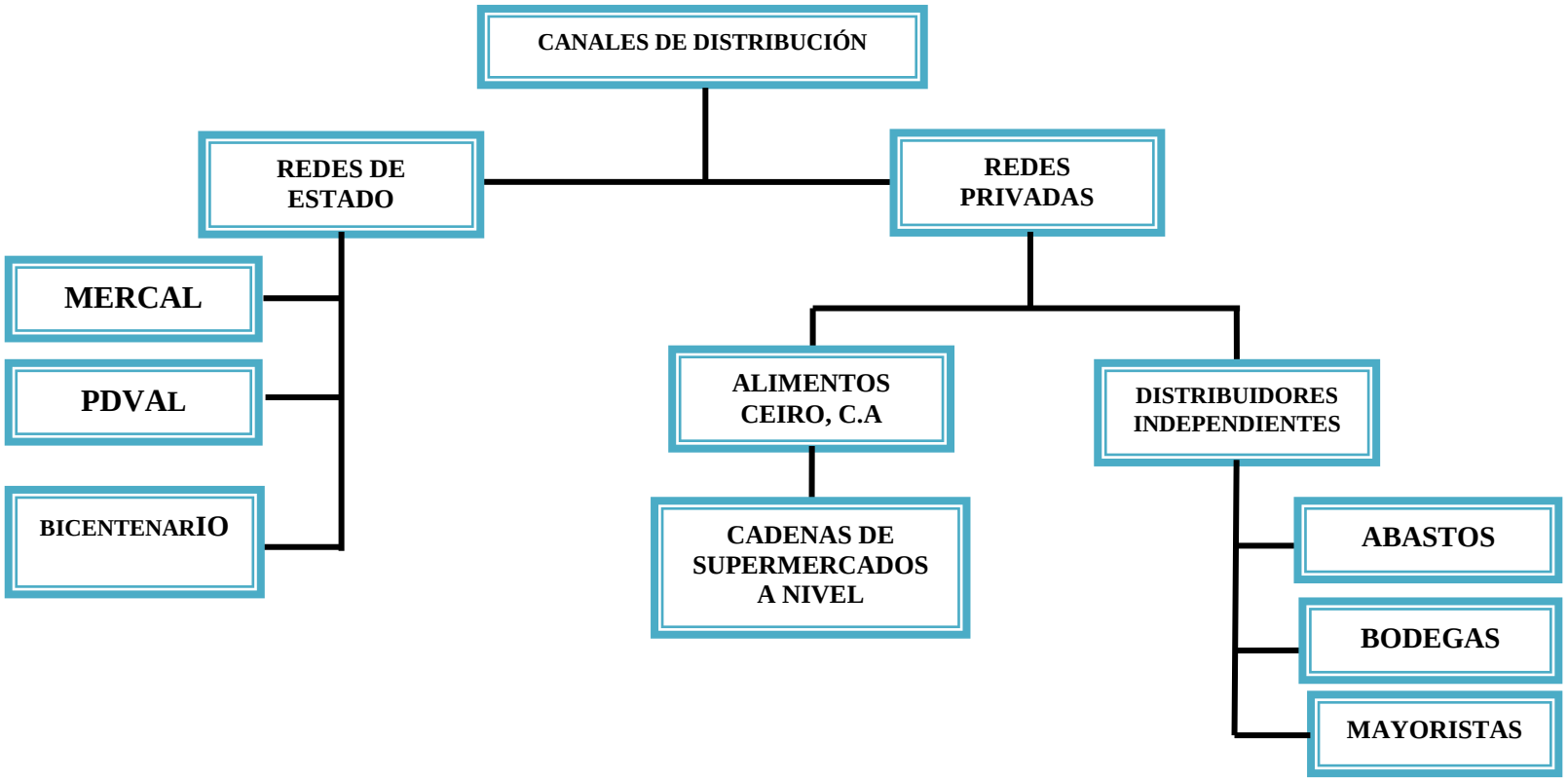
Fuente: Informe de pasantías Lucy Lugo Universidad Politécnica Territorial de Paria (UPTP) Carùpano Estado Sucre 2016

Organigrama Funcional del Departamento de comercialización y Ventas



Fuente: Informe de pasantías Lucy Lugo Universidad Politécnica Territorial de Paria (UPTP) Carùpano Estado Sucre 2016

Canales de Distribución



Fuente: Informe de pasantías Lucy Lugo Universidad Politécnica Territorial de Paria (UPTP) Carùpano Estado Sucre 2016.

Empresa Inversiones El Salmon, C.A (ISALCA)

Entrada Principal

Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empres Inversiones el Salmon (ISALCA) Carúpano estado Sucre 2017

Oficinas de la Empresa Inversiones El Salmón, C.A (ISALCA)

Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empres Inversiones el Salmon (ISALCA) Carúpano estado Sucre 2017

Instalaciones de la Empresa Inversiones El Salmón, C.A (ISALCA)

Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empres Inversiones el Salmon (ISALCA) Carúpano estado Sucre 2017

Almacén de la Empresa Inversiones El Salmón, C.A (ISALCA)

Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la empres Inversiones el Salmon (ISALCA) Carúpano estado Sucre 2017

Productos de la Empresa Inversiones El Salmón, C.A (ISALCA)

Fuente: Cuestionario aplicado por los investigadores al personal administrativo perteneciente a la Empresa Inversiones El Salmón (ISALCA) Carúpano Estado Sucre 2017

HOJA DE METADATOS

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Acenso -1/6

Titulo	**Los riesgos económicos y sus incidencias en las ventas de inversiones el salmón, c.a. (isalca), ubicada en la zona industrial de Carúpano – Estado Sucre**
Sub Titulo	

Autor (es)		
Apellidos y Nombres	**Código CVLAC / e- mail**	
Br. Gamboa Caris	**CVLAC**	**16.398.771**
	e- mail	**Veronicagamboa2@hotmail.com**
Br. Gamero Francys	**CVLAC**	**16.842.950**
	e- mail	**Francysgamero7@gmail.com**
Lcdo. García Manuel	**CVLAC**	**10.885.009**
	e- mail	**jesusMLv359@gmail.com**

Palabras o frases claves:	**Riesgo Económico, Marketing, clientes, ventas, organización**

.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Acenso -2/6

Área	Sub área
Ciencias administrativas	**Contaduría Pública**

RESUMEN

En la actualidad las empresas de producción en Venezuela se han visto afectadas por diversos factores ocasionados por las políticas en el sector cambiario, a los incrementos en la tasa de inflación y a los riesgos a los cuales se enfrenta el sistema productivo del país, es por eso que se hace necesario el estudio de los riegos que puedan afectar la actividad económicas de las empresas productiva , tomando como objeto de estudio la empresa inversiones el salmón c.a (ISALCA), la cual se dedica a la fabricación de enlatados y comercialización de productos marinos (sardina , jurel, pepitonas y atún) por lo tanto el objetivo general de esta investigación es Analizar los riesgos económicos y sus incidencias en las ventas de inversiones el salmón C.A (ISALCA), durante el periodo 2017. La metodología utilizada es documental y de campo ya que se reviso tesis, artículos y trabajos relacionados con la investigación y se obtuvo información directamente en la institución específicamente en el departamento de gerencia general y todos aquellos relacionados con este, y un nivel descriptivo. En esta investigación se determino algunas carencias en la colocación del producto en el mercado y a su vez que la empresa cuenta con las herramientas para elaborar políticas para el manejo de los riegos asociado a su actividad económica aun cuando tiene poco conocimiento de tales riesgos, así mismo se recomendó mejorar y anticipar información a sus empleados con el fin de optimizar la producción y manejo del producto.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Acenso -3/6

Contribuidores:

Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC/ e- mail									
Msc. Leonardo España	ROL	CA		AS		TU		JU		
	CVLAC	11.438.928								
	e- mail	leoespana@gmail.com								
	ROL	CA		AS		TU		JU		
	CVLAC									
	e- mail									
	e- mail									
	ROL	CA		AS		TU		JU		
	CVLAC									
	e- mail									
	e- mail									

Fecha de discusión y aprobación:

Año	Mes	Día
2.017	03	10

Lenguaje Spa

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Acenso -4/6

Archivos:

Nombre de archivo	**Tipo MIME**
Tesis: Gamboa_ Gamero_ García	Word

Alcance:

Espacial: _____ (opcional)

Temporal: _____ (opcional)

Titulo o Grado asociado con el Trabajo:

Licenciado en Contaduría Pública

Nivel asociado con el Trabajo:

Licenciatura

Área de Estudio: Departamento de Administración y contaduría.

Institución (es) que garantiza(n) el Titulo o grado:

Universidad de Oriente – Núcleo de Sucre – Carúpano

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 5/6

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
CONSEJO UNIVERSITARIO
RECTORADO

CU Nº0975

Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano
Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ
Vicerrector Académico
Universidad de Oriente
Su Despacho

Estimado Profesor Martínez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda ***"SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC Nº 696/2009".***

Leído el oficio SIBI – 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. Abul K. Bashirullah, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.

Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
SISTEMA DE BIBLIOTECA
RECIBIDO POR
FECHA 5/8/09 HORA 5:30

Cordialmente,

JUAN A. BOLAÑOS CURIEL
Secretario

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA * UNIVERSIDAD DE ORIENTE * SECRETARÍA CONSEJO UNIVERSITARIO

C.C: *Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Bibliotecas, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Teleinformática, Coordinación General de Postgrado.*

JABC/YGC/maruja

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Acenso -6/6

Articulo N° 41 del REGLAMENTO DE TRABAJO DE PREGRADO (Vigente a partir del II semestre 2009, según comunicación CU- 034-2009): "Los trabajos de grado son de la exclusiva propiedad de la Universidad de Oriente, y solo podrá ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien deberá participarlo previamente al Consejo Universitario, para su autorización"

Br. Caris Gamboa

C.I: 16.398.771

AUTOR 1

Br. Francys Gamero

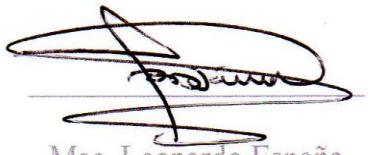
C.I: 16.842.950

AUTOR 2

Lcdo. Manuel García

C.I: 10.885.009

AUTOR 3



Msc. Leonardo España

CI. 11.438.928

JURADO – ASESOR